

BAB I

PENDAHULUAN UMUM

1.1 Latar Belakang

Pada semua tempat di mana kita berada, baik dalam lingkup pribadi maupun publik, kita akan selalu menemui penggunaan bahasa. Bahasa digunakan untuk memberi nama kepada kedai atau toko, produk-produk di supermarket, bangunan, daftar menu, karya seni grafis, terminal bandara, sarana transportasi umum, pusat perbelanjaan, pengumuman, poster iklan, dan papan reklame. Pemakaian bahasa dalam ranah publik menjadi perhatian utama dalam bidang Lanskap Linguistik, suatu disiplin yang relatif baru dan menggabungkan berbagai aspek dari studi linguistik terapan, sosiolinguistik, antropologi, sosiologi, psikologi, dan geografi budaya. Istilah "lanskap linguistik" yang kemudian disingkat (LL) pertama kali diperkenalkan oleh Landry dan Bourhis (1997) yang mendefinisikannya sebagai penggunaan bahasa dalam hal tanda-tanda jalan umum, papan reklame, penamaan jalan dan tempat, identifikasi kedai, serta penamaan bangunan pemerintah di dalam suatu komunitas regional, wilayah, atau kota.

Penelitian lanskap linguistik memiliki karakteristik multidisipliner yang kuat, dengan berbagai teori dan disiplin ilmu yang membentuk fondasi teoretis dan metodologisnya. Disiplin-disiplin ilmu yang berkontribusi dalam pengembangan kajian lanskap linguistik meliputi bidang linguistik dan linguistik terapan sebagai dasar kebahasaan, sosiolinguistik untuk memahami aspek sosial bahasa, kebijakan bahasa dan studi literasi untuk mengkaji aspek regulatif dan kemampuan baca-tulis, serta sosiologi dan ilmu politik untuk memahami dinamika sosial dan kekuasaan. Selain itu, bidang pendidikan memberikan perspektif pedagogis, sementara seni, semiotika, dan arsitektur menyumbang pemahaman tentang aspek visual dan estetika. Tidak kalah penting, disiplin pariwisata, geografi, perencanaan perkotaan, dan ekonomi turut memperkaya analisis dari segi spasial, teritorial, dan ekonomis. Keberagaman disiplin ilmu yang terlibat dalam kajian lanskap linguistik tersebut menghasilkan konsekuensi metodologis yang signifikan, yaitu penelitian di bidang ini menggunakan metodologi yang berasal dari berbagai tradisi keilmuan yang berbeda.

Pendekatan penelitian lanskap linguistik yang signifikan mencakup penggunaan metode kualitatif untuk menggali makna mendalam, metode kuantitatif untuk menganalisis pola dan distribusi data secara statistik, serta metode kombinasi kualitatif-kuantitatif (*mixed-method*) untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan triangulasi data yang lebih kuat.

Dalam perkembangan terkini, terdapat peningkatan minat yang cukup signifikan terhadap redefinisi dan perluasan konsep lanskap linguistik. Perdebatan akademik sebelumnya mengemukakan bahwa penelitian lanskap linguistik harus melampaui fokus tradisional yang terbatas pada berbagai jenis teks tertulis yang ditampilkan di ruang publik, seperti bahasa yang tertera di rambu-rambu, papan nama, dan *signage* konvensional. Para ahli seperti Sahril *et al.* (2019) berargumen bahwa kajian lanskap linguistik perlu diperluas untuk mencakup elemen-elemen multimodal lainnya, seperti komponen visual berupa gambar dan ilustrasi, elemen audio berupa suara dan musik, aspek kinetik berupa gerakan dan aktivitas, serta berbagai modalitas komunikasi lainnya yang terdapat di ruang publik. Namun demikian, perdebatan konseptual ini telah mengalami penyesuaian dan konvergensi dengan perkembangan teori multimodal dari pemikiran kritis Kress dan Van Leeuwen (2020ab) yang sedang berkembang pesat, menawarkan kerangka teoretis yang lebih integratif untuk memahami kompleksitas komunikasi dalam lanskap linguistik kontemporer.

Sejalan dengan perkembangan teoretis tersebut, perspektif Kallen (2008) dan Moriarty (2015) mempresentasikan bahwa hasil penelitian lanskap linguistik dalam konteks pariwisata memiliki temuan yang sangat menarik dan signifikansi akademis yang tinggi. Kedua peneliti tersebut mencapai kesimpulan penting bahwa penelitian lanskap linguistik memberikan kontribusi substansial dalam memahami aspek-aspek kompleks penggunaan bahasa serta mengungkap hubungan intrinsik antara fenomena kebahasaan dengan proses komodifikasi budaya dan industri pariwisata. Temuan ini memperkuat argumen bahwa lanskap linguistik tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dalam kerangka multimodal, tetapi juga berperan sebagai instrumen strategis dalam transformasi budaya menjadi komoditas ekonomi. Penggunaan bahasa di ruang publik, khususnya di sebuah destinasi wisata, memiliki peran yang sangat krusial dalam mempertegas dan memperkuat eksistensi identitas kawasan wisata tersebut. Fenomena ini dapat dipahami melalui pengamatan bahwa elemen pertama yang dijumpai wisatawan ketika mereka berkunjung ke sebuah destinasi wisata adalah

manifestasi bahasa tulisan yang dipasang secara strategis di berbagai lokasi ruang publik. Bahasa tulisan tersebut hadir dalam berbagai bentuk dan fungsi, mulai dari label identifikasi, petunjuk arah dan informasi, papan nama komersial, hingga berbagai fungsi komunikatif lainnya yang mendukung aktivitas pariwisata, yang kesemuanya sejalan dengan konsep multimodal.

Pada hakikatnya, lanskap linguistik memfasilitasi dan mengoptimalkan penggunaan bahasa di ruang publik dalam kaitannya dengan perannya sebagai media promosi pariwisata yang efektif dan sebagai sarana "transaksional" budaya yang memungkinkan terjadinya pertukaran nilai-nilai kultural. Dalam konteks ini, bahasa tidak lagi dipandang sebagai alat komunikasi konvensional, melainkan sebagai aset strategis yang dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan, membangun citra destinasi, dan memfasilitasi proses ekonomi pariwisata. Oleh karena itu, penggunaan istilah "komodifikasi budaya" dan "pariwisata" dalam analisis lanskap linguistik oleh pemikiran Heller *et al.* (2014), menjadi relevan dan tepat, karena mengungkapkan transformasi elemen-elemen kultural, termasuk bahasa, menjadi produk yang memiliki nilai ekonomis dalam industri pariwisata modern yang memanfaatkan pendekatan multimodal secara optimal. Sejalan dengan argumen Dagenais *et al.* (2008) dan Huebner (2016) yang juga menjelaskan, transformasi budaya menjadi komoditas ekonomi dalam industri pariwisata modern, penggunaan bahasa yang berbeda untuk sebuah tanda dalam lanskap linguistik juga merefleksikan dinamika kekuasaan, status sosial, dan kepentingan ekonomi dari bahasa-bahasa yang ada di kota urban dan destinasi wisata. Fenomena ini menggarisbawahi bahwa pilihan bahasa dalam lanskap linguistik tidak bersifat netral, melainkan mengandung implikasi ideologis dan ekonomis yang signifikan dalam konteks multimodal.

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa tanda-tanda yang berbasis multibahasa mengungkap kecenderungan untuk menyematkan bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa utama yang digunakan. Di berbagai negara, penggunaan bahasa Inggris muncul secara dominan, terutama dalam penamaan produk-produk yang dianggap modern dan bergengsi. Fenomena ini dapat diamati melalui munculnya nama-nama kafe, restoran, dan tempat-tempat hiburan yang cenderung menggunakan bahasa Inggris untuk menciptakan kesan modernitas dan internasionalisme. Hal tersebut sejalan dengan strategi komodifikasi budaya yang memanfaatkan bahasa sebagai instrumen untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik komersial.

Fenomena penggunaan bahasa Inggris dalam lanskap linguistik ini sering kali muncul pada konteks komersial, seperti dalam kegiatan pemasaran dan periklanan, yang fungsi utamanya adalah untuk menarik perhatian konsumen terhadap sebuah produk atau bisnis tertentu (Backhaus, 2006ab). Dalam konteks pariwisata, strategi ini menjadi semakin relevan karena bahasa Inggris dipandang sebagai *lingua franca* yang dapat menjangkau audiens internasional yang lebih luas, sehingga mendukung proses transaksional budaya.

Pandangan ini diperkuat oleh pendapat Gorter (2006) serta Gorter dan Cenoz (2008) yang menyatakan bahwa keragaman dalam situasi lanskap linguistik memiliki kegunaan strategis, salah satunya adalah untuk menarik komunitas tertentu sebagai target pasar. Dalam konteks ini, kedua peneliti tersebut menilai lanskap linguistik sebagai lingkungan komunikatif yang mampu memberikan kesan damai, modern, kosmopolitan, dan multikultural kepada para pengunjung dan wisatawan. Pendekatan ini menginterpretasi bagaimana lanskap linguistik berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi multimodal, tetapi juga sebagai alat pembentuk persepsi dan identitas destinasi wisata yang dapat meningkatkan nilai ekonomis kawasan tersebut dalam industri pariwisata global.

Di Indonesia beberapa penelitian lanskap linguistik dalam konteks pariwisata yang telah dilakukan mengarahkan bahwa alasan ekonomi menjadi faktor kuat penggunaan bahasa asing (terutama bahasa Inggris) daripada bahasa Indonesia atau bahasa Daerah. Sebagai salah satu contoh kasus penelitian yang dilakukan oleh Artawa dan Sartini (2018) menulis “Linguistic Landscapes: A Study of Human Mobility and Identity Change”. Fokus penelitian ini adalah menginvestigasi bagaimana pergerakan manusia dan perubahan identitas berdasarkan lanskap linguistik yang terdapat di kampung Kuta sebagai salah satu tujuan pariwisata di Bali, Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan data berupa bahasa yang digunakan pada sejumlah tanda publik *outdoor sign* yang didokumentasikan dalam bentuk foto digital sebagai *corpus* penelitian. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan mengaplikasikan teori lanskap linguistik sebagai kerangka analisis utama, yang kemudian diinterpretasi berdasarkan konsep ideologi pasar (*market ideology*) untuk memahami dinamika ekonomi-politik bahasa dalam konteks pariwisata. Pendekatan ini sejalan dengan perspektif multimodal dan komodifikasi budaya yang telah dibahas dalam kajian-kajian sebelumnya. Dari penelitian tersebut, Artawa dan Sartini mencapai kesimpulan penting yang

memperkuat temuan tentang hierarki bahasa dalam lanskap linguistik pariwisata. Mereka menyimpulkan bahwa bahasa yang digunakan pada lanskap linguistik di Kampung Kuta menyingkap fenomena termarginalkannya bahasa Bali sebagai simbol identitas lokal yang mengalami erosi akibat dominasi bahasa-bahasa yang dianggap lebih prestisius, seperti bahasa Inggris dan bahasa-bahasa asing lainnya. Temuan ini mengonfirmasi argumen Ben Rafael *et al.* (2008) tentang bagaimana penggunaan bahasa dalam konteks komersial (*Bottom-up*) dalam pariwisata cenderung mengutamakan bahasa-bahasa yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi, sehingga menciptakan dinamika kekuasaan yang dapat mengancam kelestarian bahasa dan identitas lokal dalam proses transformasi kawasan menjadi destinasi wisata yang kosmopolitan dan multikultural.

Lebih lanjut, menurut Artawa (2020), topik studi lanskap linguistik mengenai *World Englishes* merupakan sebuah sequel atau rentetan logis dari pembahasan mengenai multibahasa, pergerakan sosiolinguistik, dan komoditas bahasa yang secara spesifik mengkaji bagaimana bahasa Inggris berkembang menjadi bahasa global dan mengalami pengaruh dari penutur bahasa lain di seluruh dunia, sehingga menghasilkan variasi bahasa Inggris versi global atau variasi lokal. Pada era postmodern seperti sekarang, dunia telah mengakui bahwa globalisasi merupakan kekuatan yang sangat berpengaruh dalam perkembangan budaya, ekonomi, politik, dan berbagai aspek kehidupan lainnya. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya penetrasi budaya populer, barang-barang konsumsi global, dan gaya hidup yang diadopsi secara universal. Dalam konteks ini, masyarakat global saat ini sudah tidak terlalu asing dengan pola linguistik di ruang publik yang menggunakan bahasa Inggris, seperti yang dapat diamati pada nama tempat, restoran, rambu jalan, nama jalan, atau berbagai jenis toko, yang kesemuanya mencerminkan proses globalisasi bahasa dalam lanskap linguistik kontemporer.

Dari sinilah kemudian timbul sebuah persoalan bahwasanya, penggunaan bahasa Inggris sebagai alasan ekonomi dan nilai promotif namun disisi lain memunculkan persoalan identitas penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa daerah yang tergerus oleh bahasa asing tersebut. Padahal, penggunaan bahasa dalam ruang publik Indonesia sebenarnya telah diatur dalam peraturan perundang-undangan seperti pada UU No. 24 Tahun 2009, dan Perpres No. 63 Tahun 2019. Kedua peraturan tersebut mengatur bagaimana bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional harus diutamakan dalam segala kepentingan yang

bersifat formal dan mengandung unsur kepentingan publik yang diterbitkan oleh lembaga pemerintahan, badan, dan swasta. Ini kemudian dipertegas juga dengan penelitian yang dikemukakan oleh Lukman (2017), mengatakan fakta yang terjadi saat ini yaitu bahasa Indonesia tampaknya tidak memberikan kepercayaan diri kepada penggunanya untuk menyematkannya pada nama pribadi, nama institusi, nama kantor, nama produk, nama bisnis/usaha dan lain-lain.

Oleh karena itu, perlu dicari solusi dan upaya yang cepat dan tepat melalui ketegasan peraturan pemerintah Indonesia, jika ingin bahasa Indonesia hidup berdampingan dengan kebiasaan budaya lain tanpa merugikan budaya Indonesia atau menggeser bahasa Indonesia itu sendiri. Hal ini perlu adanya dorongan dan kekuatan sikap masyarakat terhadap bahasa Indonesia dengan mengembangkan sikap berbahasa yang positif dalam berbagai cara untuk meningkatkan vitalitas bahasa yang secara langsung menggambarkan kekuatan dan status komunitas penutur bahasa dalam pengaturan tertentu.

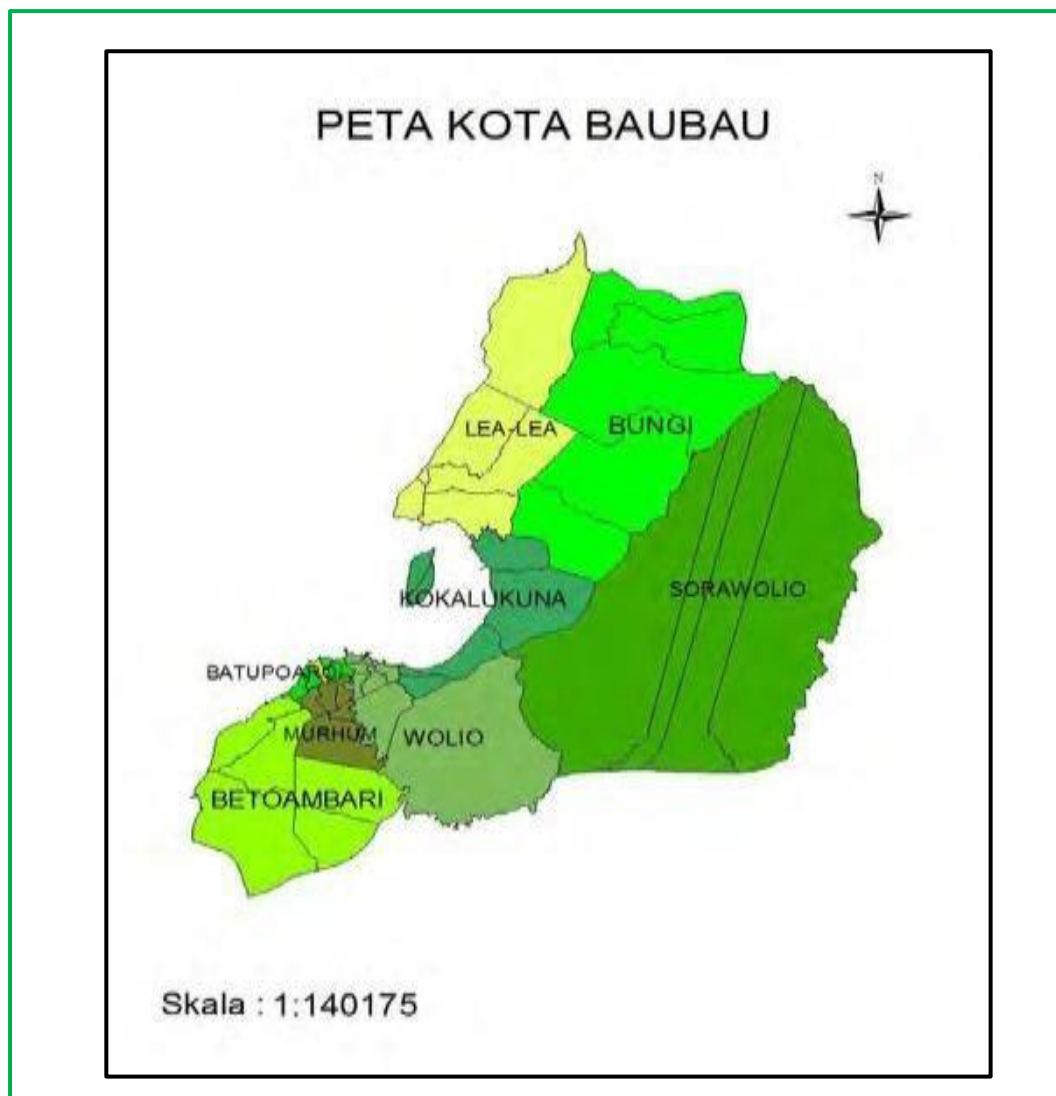
Dalam konteks implementasi solusi tersebut, penelitian ini mengambil lokus di Kota Baubau sebagai studi kasus yang representatif untuk mengkaji dinamika lanskap linguistik di daerah yang memiliki potensi wisata sekaligus kekayaan budaya lokal. Kota Baubau, yang populer dikenal dengan sebutan "Kota Seribu Benteng", merupakan salah satu kota madya di Provinsi Sulawesi Tenggara dengan total luas wilayah 294,98 km². Menurut data Badan Pusat Statistik Baubau (2023) Kota Baubau secara astronomis terletak di bagian selatan garis khatulistiwa berada di antara 5.21°- 5°33" Lintang Selatan dan 122.30°-122.47° Bujur Timur. Berdasarkan letak geografisnya, Kota Baubau dibatasi oleh Kabupaten Buton disebelah utara, Kabupaten Buton Selatan di sebelah selatan, di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Buton dan sebelah barat berbatasan dengan Selat Buton.

Secara administratif, Kota Baubau terdiri dari 8 kecamatan yang membawahi 43 kelurahan (Lihat Gambar 1.1), merefleksikan struktur pemerintahan yang cukup komprehensif untuk mengelola berbagai aspek pembangunan daerah. Jumlah penduduk Kota Baubau pada tahun 2023 mencapai 163.963 jiwa, yang terdiri dari 81.698 jiwa penduduk laki-laki dan 82.265 jiwa penduduk perempuan, menunjukkan komposisi gender yang relatif seimbang. Data ini mencatatkan tren pertumbuhan yang positif, mengingat dibandingkan dengan tahun 2021, jumlah penduduk Kota Baubau pada tahun

2022 mengalami pertumbuhan sebesar 1,62 persen. Kepadatan penduduk di Kota Baubau pada tahun 2022 mencapai 556 jiwa/km², dengan distribusi yang beragam di seluruh wilayah, dimana kepadatan penduduk tertinggi terletak di Kecamatan Batupoaro dengan angka mencapai 16.004 jiwa/km², sementara kepadatan terendah berada di Kecamatan Sorawolio dengan 82 jiwa/km².

Karakteristik demografis dan geografis Kota Baubau semakin diperkaya oleh keberagaman etnis yang mendiami wilayah ini. Di Kota Baubau terdapat beragam kelompok suku yang hidup berdampingan, meliputi suku Buton, suku Muna, suku Tolaki, suku Wakatobi, suku Moronene, suku Wawonii, suku Bugis, suku Jawa, suku Bali, serta Warga Negara Asing (WNA) yang telah menetap selama satu tahun atau lebih. Keberagaman etnis ini menciptakan dinamika sosial-budaya yang kompleks, dimana setiap kelompok suku menempati wilayah Kota Baubau dengan berbagai macam tujuan dan motivasi, seperti berwisata, bekerja, berkeluarga, berdagang, dan menempuh pendidikan. Pluralitas etnis ini tentunya memberikan implikasi signifikan terhadap penggunaan bahasa dalam ruang publik dan pembentukan lanskap linguistik yang multikultural.

Dalam konteks pengembangan sektor pariwisata, Kota Baubau mengindikasikan tren pertumbuhan yang sangat menggembirakan. Berdasarkan data statistik kunjungan wisatawan selama lima tahun terakhir dari tahun 2018-2022, tercatat sebanyak 636 wisatawan mancanegara dan 309.179 wisatawan domestik yang berkunjung ke Kota Baubau. Perkembangan sektor pariwisata ini didukung oleh infrastruktur akomodasi yang memadai, dengan ketersediaan 93 rumah makan/restoran dan 50 hotel yang tersebar di berbagai wilayah kota (Badan Pusat Statistik Baubau, 2023). Dari data tersebut jumlah kunjungan wisatawan dan kapasitas akomodasi mengalami perkembangan yang sangat pesat di Kota Baubau, sehingga menciptakan kebutuhan akan penataan lanskap linguistik yang dapat mengakomodasi keberagaman pengunjung sekaligus mempertahankan identitas budaya lokal dalam konteks globalisasi pariwisata yang telah dibahas sebelumnya.



Gambar 1.1 Peta Kecamatan Kota Baubau

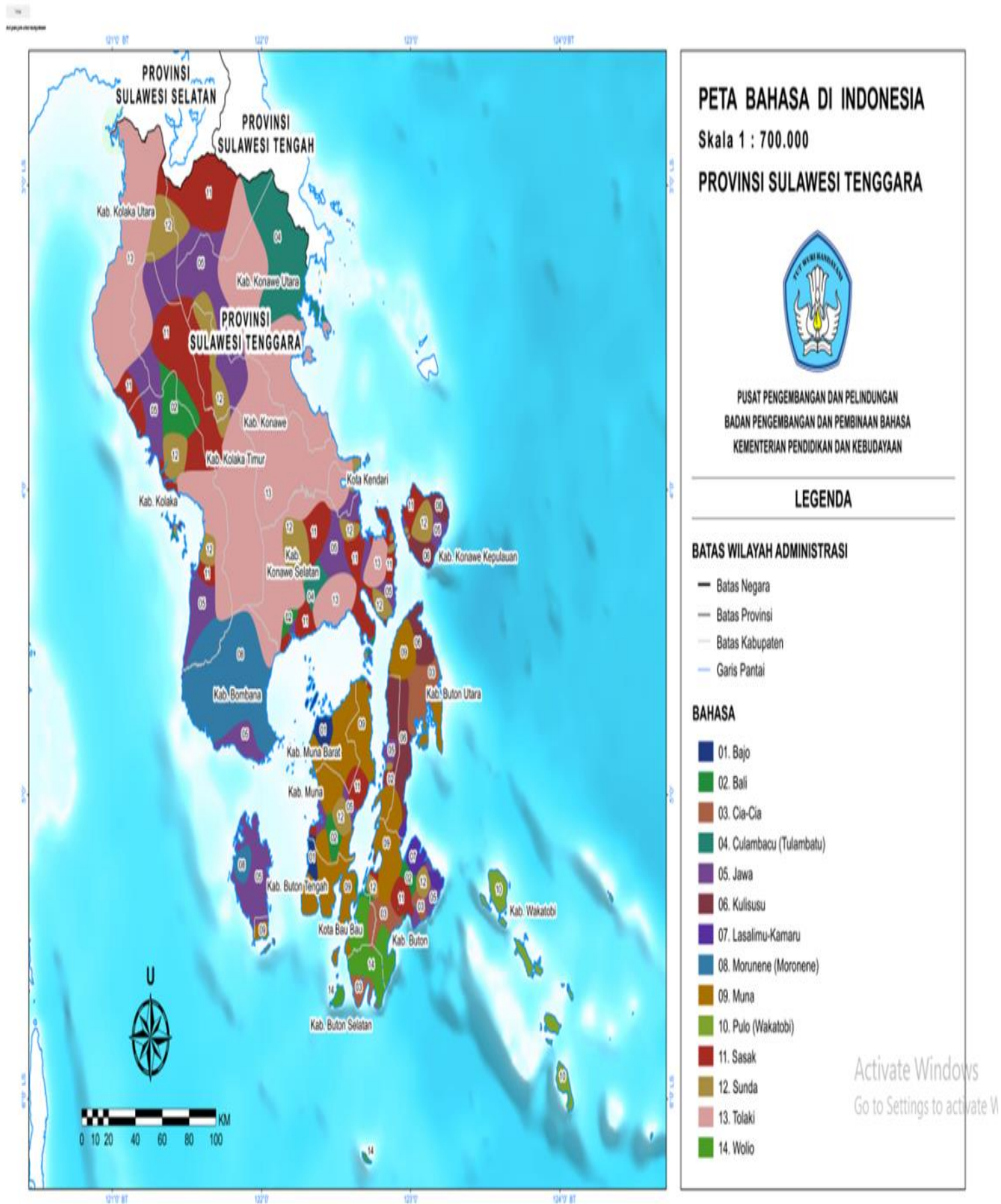
Sumber: Data diolah dari Kajian Nurhayati dan Hasrida (2023)

Dari aspek kebahasaan, bahasa Wolio merupakan bahasa dominan yang dituturkan oleh masyarakat yang berada di Kota Baubau, Kabupaten Buton Selatan, dan Kabupaten Buton di Provinsi Sulawesi Tenggara. Menurut Kantor Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara (2010) bahasa Wolio salah satu bahasa daerah yang memiliki wilayah pemakaian cukup luas dan signifikan dalam konteks regional (Lihat Gambar 1.2). Dalam konteks sosiolinguistik Kota Baubau, bahasa Wolio tidak berdiri sendiri melainkan hidup berdampingan dengan bahasa-bahasa daerah lainnya. Menurut pengakuan penduduk setempat, bahasa Wolio di Kota Baubau koeksisten dengan bahasa Muna dan bahasa Cia-Cia, menciptakan situasi multilingualisme yang dinamis dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Kondisi ini memberikan gambaran tentang keunikan lanskap

linguistik lokal yang harus diperhitungkan dalam perencanaan penggunaan bahasa di ruang publik.

Secara dialektologis, bahasa Wolio menunjukkan variasi internal yang cukup beragam, terdiri dari 7 dialek yang meliputi dialek Waruruma, dialek Liabuku, dialek Sorawolio, dialek Wolio Keraton, dialek Busoa, dialek Pasar Wajo, dan dialek Kaimbulawa. Perbedaan antar dialek dalam bahasa Wolio berkisar antara 51%—78%, menandakan adanya variasi yang signifikan namun masih dalam satu kesatuan bahasa. Hasil perhitungan dialektometri lebih lanjut merepresentasikan bahwa isolek Wolio merupakan sebuah bahasa tersendiri dengan persentase perbedaan yang berkisar antara 81%-100% jika dibandingkan dengan bahasa-bahasa lain di Sulawesi Tenggara, misalnya ketika dibandingkan dengan bahasa Muna dan bahasa Cia-Cia. Keunikan dan kekhasan bahasa Wolio ini menjadi aset budaya karena memiliki aksara tersendiri yang penting untuk dipertahankan dalam konteks pengembangan lanskap linguistik yang dapat mengakomodasi kebutuhan pariwisata tanpa mengorbankan identitas budaya lokal.

Puncak dari keunikan dan kekhasan bahasa Wolio ini adalah warisan linguistiknya yang paling krusial, yaitu penggunaan aksara lokal yang khas, yang juga dikenal sebagai "Buri Wolio". Aksara ini merupakan sebuah aset budaya yang sangat terkait dengan sejarah Kesultanan Buton, yang merupakan adaptasi dari aksara Arab yang telah dimodifikasi secara khusus untuk merepresentasikan fonologi bahasa Wolio (Anceaux, 1988; Hayward, 1989; Desiar, 2023). Kehadiran aksara tradisional ini—dengan bentuk kaligrafisnya yang khas—berdampingan dengan aksara Latin untuk bahasa Indonesia pada papan-papan wicara di objek wisata Benteng Keraton Buton (Oda et al., 2025). Pertemuan visual antara aksara historis dan aksara modern inilah yang menciptakan sebuah konsep "discourse in place" lanskap linguistik dari telaah Scollon dan Scollon (2003) yang sangat dinamis, di mana fungsi praktis tanda penunjuk arah (*wayfinding*) menyatu dengan representasi mendalam mengenai identitas budaya. Oleh karena itu, lanskap linguistik Baubau menyediakan konteks yang ideal untuk menganalisis bagaimana wisatawan berinteraksi dengan papan tanda dan membentuk persepsi psikologis dari sebuah lingkungan multibahasa yang secara unik memadukan aksara modern dan lokal.



Gambar 1.2 Peta Bahasa Provinsi Sulawesi Tenggara

Sumber: Peta Bahasa Kemdikbud dari Peta Bahasa Sulawesi Tenggara, n.d

Keunikan dan kekhasan bahasa Wolio sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya memiliki dimensi historis yang sangat penting dalam pembentukan identitas masyarakat Kota Baubau. Bahasa Wolio merupakan bahasa yang telah digunakan sejak masa Kesultanan Buton hingga sekarang di Kota Baubau dan menjadi penanda identitas fundamental masyarakat Wolio (Desiar, 2023). Dalam konteks sosial-budaya, bahasa Wolio memiliki fungsi multidimensional yang sangat strategis, yaitu sebagai identitas daerah yang membedakannya dari kelompok etnis lain, media komunikasi dalam interaksi sehari-hari, alat pemersatu bagi seluruh orang Buton di berbagai wilayah, serta sebagai instrumen pengembang dan pendukung kebudayaan daerah. Kesadaran masyarakat Kota Baubau akan pentingnya fungsi bahasa Wolio terlihat dalam komitmen mereka untuk selalu menggunakan bahasa Wolio sebagai alat pemersatu dalam berbagai ranah kehidupan dan sebagai lambang kebanggaan identitas sebagai masyarakat Kota Baubau.

Namun demikian, realitas saat ini mengungkap tantangan yang kompleks dalam penggunaan bahasa Wolio di tengah keberagaman bahasa di Kota Baubau. Berdasarkan temuan penelitian Nurhayati dan Hasrida (2023) bahwa di Kota Baubau dituturkan sebagian besar beragam bahasa daerah seperti bahasa Wolio, bahasa Pancana, bahasa Ciacia, bahasa Pulo (Wakatobi), dan bahasa Muna. Keberagaman bahasa ini merupakan hasil dari proses akulturasi budaya yang terjadi akibat berbagai faktor, seperti pernikahan campur antar etnis, transmigrasi, dan pengaruh kemajuan teknologi yang memfasilitasi mobilitas dan interaksi sosial.

Data empiris juga mengungkapkan bahwa meskipun bahasa Wolio secara umum masih dituturkan di Kota Baubau, terdapat kecenderungan penurunan jumlah penutur, khususnya di kalangan generasi milenial (usia 28-41 tahun). Distribusi penutur bahasa Wolio di kalangan millennial mempresentasikan variasi yang signifikan antar kecamatan: Kecamatan Sorawolio hanya sekitar 12% penutur, Kecamatan Lea-Lea 20%, Kecamatan Bungi 4%, Kecamatan Kokalukuna 91%, Kecamatan Wolio 10%, Kecamatan Murhum 80%, Kecamatan Betoambari 20%, dan Kecamatan Batupoaro 41% penutur bahasa Wolio (Nurhayati & Hasrida, 2023). Data ini mengungkapkan bahwa hanya di beberapa kecamatan, seperti Kecamatan Kokalukuna dan Murhum, bahasa Wolio masih dituturkan secara mayoritas, yang mengindikasikan bahwa di wilayah tersebut keberadaan bahasa Wolio masih memiliki vitalitas yang kuat. Namun secara

keseluruhan, temuan ini mengonfirmasi bahwa penutur generasi millennial sudah mengalami penurunan yang cukup signifikan di seluruh Kota Baubau, terlebih lagi juga penurunan pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang sistem penulisan aksara bahasa wolio yang kemudian dikenal dengan istilah “Buri Wolio”. Data empiris ini menggarisbawahi urgensi penerapan strategi pemertahanan bahasa daerah Wolio melalui perencanaan lanskap linguistik yang komprehensif dan berkelanjutan.

Realitas penurunan vitalitas bahasa Wolio ini memperkuat argumentasi tentang pentingnya implementasi strategi revitalisasi bahasa daerah melalui pendekatan perencanaan lanskap linguistik yang komprehensif dan berkelanjutan. Oleh sebab itu, upaya pemertahanan bahasa Wolio menjadi suatu keharusan yang tidak dapat ditunda lagi, mengingat ancaman kepunahan yang semakin nyata terhadap bahasa daerah ini. Dalam konteks pemertahanan bahasa, penutur generasi millennial dianggap memegang peranan yang sangat krusial dan strategis, mengingat rentang usia penutur millennial saat ini berkisar antara 28-41 tahun. Posisi demografis ini menempatkan mereka pada fase produktif yang ideal untuk transmisi bahasa kepada generasi selanjutnya. Menurut parameter vitalitas bahasa yang ditetapkan UNESCO, jika suatu bahasa daerah memiliki penutur aktif yang berusia di atas 40 tahun dan jarang dituturkan atau bahkan tidak dituturkan kepada anak-anak, maka bahasa daerah tersebut dapat dikategorikan berstatus terancam punah bahkan kritis. Kondisi ini menunjukkan bahwa generasi millennial berada pada titik kritis sebagai jembatan transmisi antargenerasi bahasa Wolio.

Upaya menjaga suatu bahasa daerah agar tidak mengalami kepunahan tidak dapat hanya mengandalkan tanggung jawab elemen masyarakat secara spontan dan parsial, melainkan memerlukan intervensi sistematis dan terencana dari berbagai *stakeholder*, termasuk pemerintah, institusi pendidikan, dan komunitas budaya. Dengan mempertimbangkan status bahasa Wolio yang berada pada kondisi stabil namun terancam punah berdasarkan profil usia penuturnya, penelitian ini diharapkan mampu berfungsi sebagai sistem peringatan dini bagi seluruh penutur bahasa Wolio untuk tetap mempertahankan dan menuturkan bahasa Wolio secara aktif dalam berbagai aspek kehidupan. Lebih dari itu, temuan ini menjadi landasan empiris untuk pengembangan model lanskap linguistik yang dapat berperan sebagai instrumen revitalisasi bahasa

daerah dalam konteks pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berkeadilan budaya.

Dalam konteks upaya revitalisasi bahasa daerah melalui pendekatan lanskap linguistik yang telah dibahas sebelumnya, realitas di lapangan menggarisbawahi adanya tantangan yang cukup kompleks. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di Kota Baubau, Sulawesi Tenggara, ditemukan fenomena lanskap linguistik yang memperlihatkan penggunaan bahasa Inggris mulai marak digunakan di berbagai ruang publik pariwisata. Fenomena ini dapat diamati di berbagai fasilitas pariwisata, mulai dari Objek Destinasi Tujuan Wisata (ODTW), restoran, hotel, kafe, hingga pusat-pusat informasi wisata lainnya. Contoh konkret dari fenomena ini dapat dilihat pada berbagai perusahaan dan instansi pemerintah yang menggunakan penamaan berbahasa Inggris, seperti *Kotamara Green City*, *Hill House and Resort*, *Nirwana Beach and Resort*, *Anoa Outdoor Adventures*, *Uncle Bus*, *Calista Beach Hotel*, *Rendezvous Coffee*, *The Icon*, *Basecamp Coffee & Chill*, *Coffee House Station*, *Star Hill*, *Talk's Space Coffee and Eatery*, *The Zalsa Villa & Cafe*, *Double R*, *Little Bali*, dan berbagai usaha sejenis lainnya. Potret penggunaan bahasa Inggris dalam penamaan bisnis pariwisata ini seakan ingin menunjukkan bahwa masyarakat Kota Baubau "sangat melek akan globalisasi dan modernisasi". Namun demikian, dalam konteks yang lebih kritis, penggunaan bahasa Inggris ini sebenarnya merupakan strategi untuk menaikkan gengsi dan nilai prestise dari produk yang ditawarkan atau pesan yang disampaikan oleh para pelaku bisnis, baik dari sektor swasta, pemerintah, maupun individu tertentu.

Temuan ini menjadi semakin signifikan ketika dikaitkan dengan kondisi terancamnya bahasa Wolio yang telah diidentifikasi sebelumnya. Berdasarkan peninjauan dan pengambilan gambar (foto) awal lanskap linguistik secara langsung di lapangan, terdapat penggunaan pola bilingualisme yang menggabungkan bahasa Inggris dengan bahasa Indonesia pada papan tanda berbagai objek wisata, termasuk di Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Kota Baubau, seperti yang dapat dilihat pada contoh Gambar 1.3. Pola penggunaan bahasa ini menyajikan dinamika yang telah dibahas dalam kajian literatur sebelumnya, yaitu dominasi bahasa Inggris dalam konteks pariwisata yang berpotensi memarjinalkan bahasa daerah, dalam hal ini bahasa Wolio, sehingga memperkuat urgensi pengembangan model perencanaan lanskap linguistik yang

dapat mengakomodasi kepentingan pariwisata tanpa mengorbankan vitalitas bahasa lokal.



Gambar 1.3 LL Papan Tanda Nama ODTW Ruang Terbuka Hijau
Sumber: Dok. Sukur, 2023

Gambar 1.3 di atas menampilkan tulisan *Kotamara Green City* sebuah nama tempat wisata di salah satu Objek Destinasi Tujuan Wisata (ODTW) populer di Kota Baubau. Penggunaan frasa bahasa Inggris *Green City* dalam konteks ini berfungsi sebagai representasi semantik untuk menggambarkan karakteristik objek wisata tersebut sebagai kawasan Ruang Terbuka Hijau (RTH) yang dibuat oleh pemerintah “Top Down”. Papan tanda ini berlokasi strategis di kawasan pinggir pantai Kota Baubau, merefleksikan upaya untuk menarik perhatian wisatawan melalui posisi yang mudah diakses secara visual.

Dari perspektif sosiolinguistik, papan nama tersebut menyajikan fenomena campur kode (*code mixing*) yang menggabungkan kosakata bahasa daerah “Kotamara” dengan bahasa Inggris *Green City*. Fenomena ini menjelaskan dinamika kompleks antara upaya mempertahankan identitas lokal melalui penggunaan toponimi daerah dan keinginan untuk menciptakan daya tarik global melalui penggunaan bahasa Inggris. Papan nama ini tidak hanya menjalankan fungsi informatif sebagai penanda lokasi wisata, tetapi juga memiliki fungsi simbolis yang bermakna prestise globalisasi, sesuai dengan konsep yang telah dibahas dalam kajian teoretis oleh Huebner (2016).

Dalam klasifikasi lanskap linguistik, teks ini termasuk kategori *Top-down* karena dibuat oleh pemerintah, namun kaidah penulisannya mengadopsi jenis bahasa Inggris sebagai elemen dominan. Kondisi ini menarik untuk dikaji lebih mendalam dari perspektif Ben-Rafael *et al.* (2006) karena memunculkan pertanyaan kritis mengenai konsistensi kebijakan bahasa dalam implementasi praktis di lapangan. Fenomena ini sangat relevan untuk diteliti dalam kerangka kajian sosiolinguistik yang komprehensif, karena memungkinkan eksplorasi

multidimensional terhadap berbagai aspek penting, meliputi implementasi kebijakan bahasa di tingkat lokal, sikap dan preferensi pengguna bahasa terhadap pemilihan bahasa dalam konteks pariwisata, serta persepsi masyarakat secara sosiopsikologis terhadap fenomena bahasa dalam teks lanskap linguistik tersebut. Kajian ini menjadi semakin signifikan dalam konteks upaya revitalisasi bahasa Wolio yang terancam punah, karena dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana lanskap linguistik dapat dioptimalkan sebagai instrumen pelestarian bahasa daerah tanpa mengorbankan fungsi ekonomis pariwisata.

Selanjutnya, pada Gambar 1.4 berikut adalah penggunaan teks lanskap linguistik dengan klasifikasi *Bottom-up* (dibuat oleh swasta atau individu) salah satu hotel wisata yang kaidah penulisannya menggunakan jenis bahasa Inggris dengan pola peralihan bahasa (*code switching*).



Gambar 1.4 LL Papan Tanda Nama Hotel
Sumber: Dok. Sukur 2023

Berbeda dengan kasus *Kotamara Green City* yang memperlihatkan pola campur kode, papan tanda pada Gambar 1.4 di atas menggunakan pendekatan monolingualisme dengan mengadopsi satu jenis bahasa secara konsisten. Dalam dimensi kebahasaan, fenomena yang muncul pada teks ini memungkinkan untuk dikaji dari perspektif interferensi bahasa, yaitu bagaimana pengaruh satu bahasa terhadap bahasa lain dalam proses pemilihan dan penggunaan kosakata, struktur sintaksis, maupun pola semantik.

Secara simbolis, unsur kebahasaan dalam papan tanda ini tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi secara harmonis dengan berbagai unsur visual yang meliputi gambar, variasi ukuran huruf, pemilihan warna, dan ketebalan huruf dalam perspektif yang dirancang khusus untuk menciptakan daya tarik visual bagi pengunjung atau wisatawan. Integrasi elemen linguistik dan nonlinguistik ini menjelaskan pendekatan multimodal dalam komunikasi

pariwisata yang telah dibahas dalam kerangka teoretis Kress dan Van Leeuwen (2020ab), dimana makna tidak hanya disampaikan melalui teks verbal tetapi juga melalui kode-kode visual atau modalitas semiotik yang mendukung.

Pemandangan linguistik dan nonlinguistik yang terintegrasi ini menjadi sangat menarik untuk dikaji secara mendalam, tidak hanya dari aspek bentuk, jenis, dan pola penggunaan bahasa, tetapi juga dari perspektif makna budaya yang terkandung dalam teks tersebut. Lebih penting lagi, fenomena ini perlu dianalisis melalui lensa konsep ideologi pasar (*market ideology*) yang berfungsi sebagai strategi promosi yang ditargetkan kepada masyarakat dan wisatawan. Dalam konteks ideologi pasar, pemilihan bahasa dan desain visual lanskap linguistik tidak lagi bersifat netral, melainkan merupakan keputusan strategis yang dimaksudkan untuk meningkatkan nilai ekonomis dan daya tarik pasar destinasi wisata. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian Huebner (2016) yang mengungkapkan bahwa lanskap linguistik dalam konteks pariwisata sering kali mengutamakan pertimbangan ekonomi dibandingkan pelestarian identitas bahasa lokal, sehingga menciptakan tantangan bagi upaya revitalisasi bahasa daerah seperti bahasa Wolio dalam era globalisasi pariwisata.

Kompleksitas fenomena lanskap linguistik yang telah diuraikan sebelumnya, khususnya terkait dengan dinamika ideologi pasar dan tantangan revitalisasi bahasa daerah, memerlukan kajian empiris yang komprehensif di lokasi yang memiliki karakteristik representatif. Dalam konteks ini, terdapat banyak aspek yang dapat dijelajahi mengenai penerapan bahasa di area publik, dimana penelitian tentang lanskap linguistik dapat mengeksplorasi bagaimana bahasa digunakan di lokasi-lokasi yang sering menjadi titik pertemuan berbagai bahasa, seperti di kota-kota, tempat wisata, pusat belanja, dan berbagai ruang publik lainnya.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, studi ini memfokuskan kajian pada lanskap linguistik di sebuah kota yang memiliki status sebagai Objek Daya Tarik Wisata (selanjutnya disingkat ODTW), yakni Kota Baubau di Provinsi Sulawesi Tenggara. Pemilihan kota ini sebagai lokus penelitian didasarkan pada beberapa alasan strategis dan metodologis yang kuat. Pertama, Kota Baubau merupakan salah satu wilayah urban yang berfungsi sebagai pintu masuk utama wisatawan ke Provinsi Sulawesi Tenggara, sehingga memiliki intensitas kontak bahasa yang tinggi antara bahasa lokal, nasional, dan internasional.

Kedua, kota ini memiliki keragaman potensi wisata yang sangat kaya, meliputi wisata alam, wisata religi, wisata kuliner, wisata budaya, dan terutama wisata warisan (*heritage tourism*) yang dimiliki oleh "Benteng Keraton Buton" yang telah menjadi ikon utama daya tarik wisata yang sangat populer tidak hanya di Indonesia tetapi juga di mancanegara. Signifikansi historis dan budaya Benteng Keraton Buton semakin diperkuat dengan penetapannya sebagai Cagar Budaya Nasional sejak tahun 2006, yang memberikan legitimasi formal terhadap pentingnya pelestarian warisan budaya termasuk aspek linguistiknya.

Sebagai destinasi wisata budaya yang memiliki nilai sejarah tinggi, Kota Baubau menyajikan penggunaan bahasa di ruang publik yang sangat beragam dan menarik untuk dipelajari. Keberagaman ini terlihat dari berbagai bentuk bahasa yang digunakan di tempat-tempat umum. Bahasa-bahasa tersebut tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi, tapi juga memiliki makna simbolik, mengindikasikan nilai-nilai budaya setempat, dan merefleksikan cara berpikir masyarakat di sana. Kondisi ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa tempat wisata sejarah biasanya memiliki penggunaan bahasa yang lebih kompleks dibandingkan tempat wisata biasa.

Oleh karena itu, karakteristik Kota Baubau yang memiliki keragaman penduduk, letak geografis yang strategis, dan kekayaan sejarah dan budaya yang tinggi membuatnya menjadi tempat yang tepat untuk mempelajari bagaimana perencanaan bahasa dalam lanskap linguistik bisa dilakukan. Tujuannya adalah untuk menjaga bahasa Indonesia dan bahasa daerah tetap hidup di tengah arus globalisasi dan perkembangan pariwisata. Terlebih lagi, dengan kondisi bahasa Wolio yang mulai terancam punah seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini menjadi sangat urgensi untuk dilakukan. Mengingat Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Tenggara Nomor 5 Tahun 2021 telah diatur mengenai Pengembangan, Pembinaan, dan Perlindungan Bahasa Indonesia, Bahasa Daerah dan Sastra Daerah dalam berbagai kepentingan formal maupun nonformal. Diharapkan penelitian ini bisa menghasilkan cara untuk menghidupkan dan melindungi kembali fungsi bahasa daerah Wolio melalui penataan bahasa di ruang publik, tanpa mengganggu fungsi ekonomi pariwisata.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konstruksi fungsi informasional dan fungsi simbolis yang muncul dalam penggunaan bahasa teks lanskap linguistik pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau?
2. Bagaimana perilaku sosiopsikologis masyarakat terhadap penggunaan bahasa teks lanskap linguistik pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau?
3. Bagaimana model konseptual penataan teks lanskap linguistik sebagai sarana pembelajaran dan promosi bagi masyarakat dan wisatawan pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menemukan konstruksi makna fungsi informasional dan fungsi simbolis yang muncul dalam penggunaan bahasa teks lanskap linguistik pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.
2. Untuk mengungkap perilaku sosiopsikologis masyarakat terhadap penggunaan bahasa teks lanskap linguistik pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.
3. Untuk merancang model konseptual penataan teks lanskap linguistik sebagai sarana pembelajaran dan promosi bagi masyarakat dan wisatawan pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Memberi kelengkapan analisis teks lanskap linguistik, terutama pada analisis fungsi, sikap pengguna bahasa, interpretasi psikologi sosial masyarakat dan perencanaan bahasa terhadap penggunaan bahasa teks lanskap linguistik di ruang publik pariwisata.
2. Memberi alternatif kajian interdisipliner sosiolinguistik yang berfokus pada kawasan urban melalui kajian bahasa dan pariwisata, terutama pada kajian sosiopsikologis dan perencanaan bahasa yang dapat dijadikan acuan untuk memperkaya teori sosiolinguistik terapan dalam kaitannya

dengan penggunaan bahasa pada teks lanskap linguistik di ruang-ruang publik.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini akan membantu dalam memahami konteks sosial komunitas masyarakat dalam hal bagaimana hubungan antar kelompok berinteraksi. Kemudian, hasil penelitian ini juga akan membantu menganalisis dan mengimplementasikan pedoman (aturan) untuk penataan teks di ruang publik, memungkinkan publik untuk menerima informasi dalam perencanaan bahasa, penegakkan kebijakan publik dan standarisasi tekstual. Selain itu, pemerintah dapat mengambil tindakan berdasarkan temuan penelitian ini. Hal ini dilakukan dengan mengedukasi dan memperingatkan masyarakat tentang penggunaan bahasa di ruang publik. Pemerintah juga dapat melakukan tindakan berupa sosialisasi jika pengguna bahasa teks lanskap linguistik masih menggunakan bahasa yang menyalahi aturan penggunaannya. Mengenai perlindungan bahasa dan budaya yang dipraktikkan, yakni pemertahanan bahasa Indonesia dan bahasa Daerah di Kota Baubau dalam teks-teks ruang publik pariwisata, harus dipertahankan dan dikembangkan lebih lanjut.
2. Bagi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, lembaga bahasa daerah dan pusat bahasa Republik Indonesia, penelitian ini akan membantu memberikan informasi yang memadai dalam merencanakan dan melaksanakan kebijakan kebahasaan, khususnya teks di ruang publik. Mempertimbangkan aspek standar bahasa sebagai identitas nasional juga memungkinkan kita untuk mengembangkan standar bahasa dan menyesuaikannya dengan kebutuhan ekonomi dan perkembangan masyarakat.
3. Bagi peneliti: Penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti yang tertarik pada ilmu-ilmu sosial, kajian budaya, kajian media dan komunikasi publik, bahkan psikologi sosial. Karena studi lanskap linguistik ini adalah studi bahasa yang sangat berguna untuk studi sintaksis, semantik, pragmatik, semiotik, campur kode, penerjemahan, manajemen bahasa dan aktivasi bahasa. Studi ini memberikan gambaran umum tentang penelitian lanskap linguistik dan memungkinkan peneliti lain untuk menerapkan

penelitian dan hasil teoretis mereka pada studi lanskap linguistik di kota/wilayah mereka. Di samping itu, karena penelitian linguistik lanskap di bidang pariwisata di Indonesia terbilang jarang, kajian ini diharapkan mampu menggugah peneliti lain untuk tertarik dalam kajian sosiolinguistik terapan melalui lanskap linguistik.

4. Bagi masyarakat, penelitian ini bermanfaat memberikan informasi mengenai suatu daerah tentang kondisi sosial wilayah setempat, potensinya, keunggulannya, dan juga keamanan suatu wilayah sehingga masyarakat mendapat informasi publik yang dipertimbangkan ketika memasuki wilayah terkait, khususnya di Kota Baubau, Provinsi Sulawesi Tenggara.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan judul disertasi ini yakni "Peta Bahasa Pariwisata Kota Baubau: Konstruksi Penggunaan Bahasa dan Perilaku Sosiopsikologis melalui Kajian Lanskap Linguistik", ruang lingkup penelitian "Peta Bahasa Pariwisata" merujuk pada konsep representasi sistematis dan komprehensif tentang distribusi, karakteristik, pola penggunaan, fungsi, sikap bahasa dan persepsi yang terdapat dalam konteks pariwisata di suatu wilayah geografis tertentu. Peta ini menggambarkan secara visual, spasial, maupun deskriptif bagaimana bahasa digunakan, dimanifestasikan, dikonstruksi dan dipersepsikan masyarakat dalam berbagai elemen lanskap linguistik yang berhubungan dengan sektor pariwisata, seperti papan petunjuk, nama tempat wisata, materi promosi, informasi pengunjung, dan media komunikasi lainnya yang digunakan untuk melayani wisatawan yang ada pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.

Penelitian ini tidak hanya melihat aspek bahasa secara formal seperti pemilihan bahasa apa yang digunakan, bentuk tulisannya seperti apa, dan fungsinya untuk apa. Lebih dari itu, penelitian ini juga akan mempelajari aspek nonlinguistik atau aspek di luar bahasa, seperti pemilihan warna, jenis huruf, dan logo yang digunakan dalam papan-papan tanda di tempat umum. Yang lebih penting lagi, penelitian ini mengkaji dimensi sosiopsikologis dari penggunaan bahasa tersebut. Artinya, penelitian ini akan melihat bagaimana penggunaan bahasa di ruang publik merefleksikan dan membentuk identitas budaya masyarakat setempat. Selain itu, akan dilihat juga bagaimana masyarakat memandang dan merespon bahasa-bahasa yang digunakan di tempat umum, serta bagaimana penggunaan bahasa tersebut mempengaruhi interaksi sosial di

kawasan pariwisata. Dengan kata lain, penelitian ini akan membuat peta yang lengkap tentang penggunaan bahasa di Kota Baubau, mulai dari hal-hal yang terlihat secara fisik sampai hal-hal yang berkaitan dengan perasaan, pemikiran, dan perilaku masyarakat terhadap bahasa-bahasa tersebut.

Penelitian disertasi ini memiliki beberapa lingkup pembahasan yang jelas dan terarah sesuai dengan tujuan penelitian. Dari segi pembahasan, penelitian ini akan fokus pada tiga hal utama yaitu fungsi-fungsi bahasa, sikap bahasa, dan perencanaan bahasa. Ketiga komponen ini menjadi bagian penting dalam kajian lanskap linguistik yang akan dilakukan dalam disertasi ini. Fungsi bahasa akan melihat untuk apa saja bahasa digunakan di ruang publik, misalnya untuk memberikan informasi, sebagai simbol, atau untuk tujuan komersial. Sikap bahasa dan persepsi akan mengkaji bagaimana masyarakat memandang dan merespon penggunaan berbagai bahasa di tempat umum. Sedangkan perencanaan bahasa akan membahas bagaimana pengaturan dan penataan bahasa di ruang publik sebaiknya dilakukan.

Dari segi teori, penelitian ini akan menggunakan beberapa pendekatan ilmu bahasa, yaitu sintaksis (tata bahasa), semantik (makna bahasa), multimodal (gabungan bahasa dan visual), sosiolinguistik (bahasa dalam masyarakat), sosiopsikologis (aspek mental dalam penggunaan bahasa) dan perencanaan bahasa. Perpaduan berbagai pendekatan teori ini diperlukan untuk memahami fenomena lanskap linguistik secara menyeluruh dan mendalam.

Sementara itu, dari segi wilayah, penelitian ini dilaksanakan di Indonesia bagian timur, khususnya di Kota Baubau, Provinsi Sulawesi Tenggara. Pemilihan wilayah ini sudah dijelaskan sebelumnya karena karakteristik kota tersebut yang sangat sesuai dengan tujuan penelitian.

1.6 Kebaruan

Di Indonesia kajian mengenai lanskap linguistik di kota dan di ruang-ruang publik pariwisata sudah cukup banyak dilakukan oleh sejumlah peneliti di berbagai tempat dalam kurun waktu lima tahun terakhir, misalnya kajian lanskap linguistik di Sumatra oleh Darmawan (2019), di Semarang oleh Sholikhah *et al.* (2020), di Bandung oleh Erikha (2020), di Yogyakarta Erikha (2018) dan Jayanti (2020), lanskap linguistik di Malang dilakukan oleh Ardhian *et al.* (2021), sedangkan kajian lanskap linguistik di Bali dilakukan oleh Ariani dan Krisnawati (2022) dan Ekawati *et al.* (2023) kajian Lanskap linguistik di destinasi wisata religi di Bangkalan, Djonda dan Madrunio (2023) kajian karakteristik multilingual pada

lanskap linguistik wisata di Labuan Bajo, serta Ayyub dan Rohmah (2024) di Kotabaru Malang dan Nanotek *et al.* (2025) lanskap linguistik di Kabupaten Timor Tengah Selatan, NTT. Para peneliti tersebut umumnya menggunakan pendekatan yang fokus pada analisis bentuk bahasa, jenis bahasa, pola bahasa, fungsi bahasa, makna, nilai-nilai budaya, nilai ekonomi, dan penggunaan bahasa dalam teks lanskap linguistik di ruang publik dan tempat wisata. Penelitian-penelitian tersebut sudah memberikan gambaran yang baik dan luas tentang bagaimana bahasa digunakan di berbagai tempat wisata di Indonesia.

Namun, penelitian dalam disertasi ini berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya. Selain juga membahas bentuk, jenis, pola, fungsi, makna, dan nilai-nilai bahasa seperti penelitian sebelumnya, penelitian ini juga akan fokus pada pendekatan sikap bahasa dan persepsi masyarakat. Artinya, penelitian ini tidak hanya melihat apa yang tertulis di papan-papan tanda, tetapi juga bagaimana masyarakat merasakan dan memandang bahasa-bahasa tersebut. Yang paling penting dan menjadi kebaruan utama dalam disertasi ini adalah upaya untuk merancang model penataan teks lanskap linguistik dengan menggunakan pendekatan perencanaan bahasa dalam kajian sosiolinguistik terapan. Hal ini berarti penelitian ini tidak hanya menganalisis kondisi yang ada, tetapi juga memberikan solusi konkret berupa model atau cara penataan bahasa di ruang publik yang lebih baik dan dapat menjadi contoh bagi kota-kota yang memiliki status *heritage* lainnya di Indonesia.

Temuan kebaruan penelitian ini diharapkan dapat mengungkap bagaimana bahasa di ruang publik bisa berfungsi sebagai sarana pembelajaran dan promosi yang efektif bagi masyarakat dan wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman tentang kondisi saat ini, tetapi juga memberikan panduan praktis untuk perbaikan di masa depan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Relevan

Sejauh ini, terdapat beberapa peneliti di luar negeri yang telah melakukan studi mendalam tentang Lanskap Linguistik (selanjutnya disingkat LL) di daerah wisata dengan berbagai perspektif dan pendekatan metodologis. Salah satu penelitian penting yang memberikan kontribusi signifikan dalam bidang ini adalah karya Torkington (2009) yang bertajuk "Exploring the Linguistic Landscape: The case of the 'Golden Triangle' in the Algarve, Portugal". Penelitian ini menekankan pentingnya unsur-unsur linguistik yang terlihat secara visual di berbagai lokasi strategis, seperti jalan-jalan utama, atraksi turistik, tanda-tanda toko, dan iklan komersial dalam menarik perhatian wisatawan serta membantu memfasilitasi berbagai aktivitas mereka selama berkunjung. Namun demikian, fokus penelitian Torkington terbatas hanya pada elemen-elemen linguistik yang tampak secara fisik, tanpa menjelaskan secara mendalam tentang mekanisme dan strategi penggunaan bahasa itu sendiri dalam konteks komunikasi pariwisata. Temuan utama yang ditekankan dalam penelitiannya adalah bahwa keberadaan tanda-tanda linguistik dalam berbagai variasi bahasa yang ditampilkan di area publik destinasi wisata memiliki potensi untuk meninggalkan impresi yang beragam, baik positif maupun negatif, pada wisatawan yang berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa aspek lanskap linguistik tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dan pengalaman wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut.

Selain penelitian Torkington, berbagai studi lanskap linguistik di berbagai kota wisata megapolitan dunia telah dilakukan oleh sejumlah peneliti internasional, antara lain Fadhilah dan Triwinarti (2023) di Uni Emirat Arab, Hunter (2022) di Seoul-Korea Selatan, Teo dan Perono Cacciafoco (2022) di Singapura, Bruyèl-Olmedo dan Juan-Garau (2015) di Spanyol, Jaworski dan Thurlow (2010), serta Moriarty (2015) di Irlandia. Para peneliti tersebut memiliki pandangan konsensus bahwa kawasan wisata merupakan tempat bertemunya penutur dari berbagai latar belakang bahasa yang beragam. Mereka

berpendapat bahwa pembentukan identitas suatu wilayah/kota atau kawasan wisata sangat bergantung pada karakteristik lanskap linguistik yang ada di wilayah tersebut. Dengan kata lain, bahasa yang digunakan dalam lanskap linguistik suatu wilayah menjadi representasi eksistensi dan identitas kawasan wisata itu sendiri. Temuan penting dari penelitian-penelitian tersebut memaparkan bahwa terdapat dua aspek utama yang menjadi perhatian pertama wisatawan ketika memasuki kawasan wisata. Pertama adalah penemuan tanda-tanda nonlinguistik dan bahasa tulisan yang terdapat di ruang publik, yang mencakup berbagai jenis signage, papan informasi, dan media visual lainnya. Kedua adalah pertunjukan kata-kata yang diucapkan oleh para pelaku wisata, termasuk guide, pedagang, dan masyarakat lokal. Oleh karena itu, kontak bahasa (*language contact*) pertama yang dialami wisatawan di kawasan wisata adalah melalui interaksi dengan penggunaan lanskap linguistik yang ada di sekitar mereka.

Dalam konteks yang lebih spesifik mengenai hubungan antara kajian bahasa dengan pariwisata, penelitian Ruzait (2017), memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena lanskap linguistik bahasa Polandia dan Lithuania di beberapa resor wisata yang terletak di wilayah perbatasan kedua negara. Hasil penelitian Ruzait menemukan setidaknya terdapat beberapa tren utama dalam penggunaan lanskap linguistik, yaitu yang berkaitan dengan komunikasi pariwisata dan pemenuhan permintaan pariwisata. Temuan ini menjelaskan bahwa munculnya bentuk lanskap linguistik multibahasa merupakan indikator bahwa wisatawan yang berkunjung berasal dari berbagai negara, sehingga penyesuaian penggunaan lanskap linguistik juga harus memperhatikan kebutuhan dan karakteristik wisatawan internasional.

Sementara itu, Thongtong (2019) melakukan kajian yang lebih fokus terhadap bagaimana lanskap linguistik menciptakan dan merefleksikan pilihan bahasa ketika membuat *signage* di kawasan wisata jalan raya di Chiang Mai, Thailand. Temuannya menginvestigasi bahwa aktivitas pariwisata di Chiang Mai memberikan pengaruh signifikan terhadap pilihan kata yang digunakan dalam pembuatan logo dan tanda-tanda informatif. Lebih lanjut, penelitian ini mengungkapkan bahwa pemilihan kata dalam konteks lanskap linguistik pariwisata tidak hanya berkaitan dengan aspek semantik semata, tetapi juga terkait erat dengan berbagai strategi kebahasaan yang kompleks, meliputi strategi berbahasa, proses transliterasi, variasi bentuk kata, hubungan leksikal

antar unsur bahasa, implementasi tindak tutur, dan penerapan strategi kesantunan dalam komunikasi pariwisata.

Kajian disertasi yang relevan dalam penelitian ini adalah disertasi Ardian (2021) yang berjudul "Bentuk dan Fungsi Penggunaan Bahasa di Ruang Publik Kota Malang: Kajian Lanskap Linguistik". Hasil penelitian disertasi tersebut menggarisbawahi beberapa temuan penting. Pada analisis leksikal, nomina mendominasi kemunculan kata, sedangkan analisis preferensi semantik menunjukkan tiga pola, yaitu pola menyatu (*united-form*), terpisah (*separated-form*), dan campuran (*mix-form*). Sementara itu, pada analisis prosodi semantik, *Top-Down* membentuk makna netral, sedangkan *Bottom-Up* membentuk makna positif/ameliorasi dan netral. Bentuk penggunaan bahasa yang muncul dalam penelitian Ardian meliputi monolingualisme, bilingualisme, dan multilingualisme. Pada pola monolingual, bahasa Indonesia muncul dominan, diikuti oleh bahasa Inggris, bahasa Jawa, bahasa Arab, bahasa Sansekerta, serta gabungan bahasa Cina, Jepang, dan Belanda. Adapun fungsi penggunaan bahasa pada teks di ruang publik Kota Malang menghasilkan dua fungsi utama, yaitu fungsi informasi dan fungsi simbolis. *Top-Down* lebih berperan pada fungsi informasi, sedangkan *Bottom-Up* lebih berperan penting dalam membangun fungsi simbolis. Sementara itu, penelitian disertasi ini tidak hanya menganalisis bentuk dan fungsi penggunaan bahasa, tetapi juga akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat/wisatawan dan merancang model penataan teks lanskap linguistik melalui pendekatan perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran bagi masyarakat dan wisatawan.

Disertasi lain yang juga relevan adalah penelitian Darmawan (2019) dengan judul "Lanskap Linguistik di Destinasi Wisata Danau Toba". Hasil penelitian disertasi ini menyajikan bahwa bentuk-bentuk bahasa menggunakan strategi kesantunan, desain visual, akronim, percampuran kode, pewarnaan, serta variasi jenis dan ukuran huruf. Desain spasial ditampilkan dalam bentuk ruang kosong pada lanskap linguistik dan informasi yang tidak lengkap pada lanskap linguistik tersebut. Fungsi bahasa di destinasi wisata Danau Toba berperan sebagai alat komunikasi dan layanan, media pembelajaran bahasa, bahasa resmi dan kebijakan bahasa, *indexing* (penamaan), serta sebagai pengarah dan pengiklan. Selain itu, bahasa di destinasi wisata Danau Toba memiliki fungsi-fungsi simbolis, yaitu sebagai penanda identitas dan status etnisitas, penanda wilayah geografis, pelestarian bahasa Batak, tempat

kontestasi dan persaingan bahasa pada suatu guyub tutur, dan sebagai status serta simbol bahasa. Makna yang terkandung pada bahasa-bahasa yang digunakan di destinasi wisata Danau Toba didominasi oleh makna konseptual, diikuti oleh makna konotasi, makna afektif, makna sosial/kultural, makna kolokatif, makna *reflected*, dan makna tematik. Adapun kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks lanskap linguistik dengan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan merancang model penataan teks lanskap linguistik melalui pendekatan perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.

Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai posisi penelitian disertasi ini dalam konteks penelitian-penelitian sebelumnya, dilakukan telaah terhadap berbagai kajian relevan yang telah dilaksanakan oleh para peneliti terdahulu. Penelitian-penelitian tersebut mencakup berbagai aspek lanskap linguistik, mulai dari bentuk dan fungsi penggunaan bahasa, analisis semantik dan leksikal, hingga implementasi lanskap linguistik dalam konteks pariwisata dan ruang publik. Melalui kajian pustaka ini, dapat diidentifikasi persamaan, perbedaan, serta celah penelitian yang menjadi dasar pengembangan kebaruan dalam disertasi ini. Hasil pembahasan mengenai penelitian-penelitian relevan dengan penelitian disertasi ini disajikan secara sistematis dalam bentuk Tabel 2.1 di bawah ini, yang memuat informasi detail mengenai nama peneliti, tahun penelitian, fokus kajian, metodologi yang digunakan, serta temuan-temuan utama dari masing-masing penelitian yang telah ditelaah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
1	Nanotek et al. (2025)	<i>The linguistic landscape for sustainable and inclusive tourism: insight from Timor Tengah Selatan, Indonesia</i>	Penelitian di Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS), Nusa Tenggara Timur, menemukan bahwa lanskap linguistik di destinasi wisata masih sangat sederhana dan belum terkelola secara strategis. Mayoritas papan petunjuk hanya menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dalam bentuk monolingual, baik pada papan nama lokasi, rambu arah, maupun tanda-tanda informasi umum. Bahasa daerah sama sekali tidak hadir dalam signage wisata, sehingga identitas budaya lokal tidak terwakili dalam ruang publik. Informasi pada signage juga terbatas pada fungsi dasar seperti arah, nama tempat, atau peringatan menjaga kebersihan, sehingga aspek naratif, edukatif, maupun interpretatif tentang budaya setempat belum dikembangkan. Selain itu, perencanaan LL tidak dilakukan secara sistematis; desain, posisi, dan penggunaan bahasa tidak mengikuti pedoman tertentu, menyebabkan pengalaman wisata kurang mendukung prinsip pariwisata berkelanjutan dan inklusif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keterbatasan dalam pengelolaan bahasa di ruang wisata TTS menjadi salah satu hambatan bagi peningkatan kualitas layanan wisata dan penguatan daya tarik budaya.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori <i>Ben-Rafael et al.</i> (2006) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola bahasa, fungsi dan nilai budaya, tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan menemukan model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
2	Ayyub dan Rohmah (2024)	<i>The linguistic landscape of Kotabaru Malang Train Station: language representation in public space</i>	Penelitian ini menemukan bahwa lanskap linguistik Stasiun Kotabaru Malang didominasi oleh papan petunjuk bilingual (Indonesia-Inggris). Pola bilingualisme tersebut muncul pada berbagai jenis tanda, seperti petunjuk arah, informasi layanan, iklan, larangan, peringatan, dan imbauan kesehatan. Fungsi-fungsi ini membantu meningkatkan efisiensi operasional, keamanan penumpang, dan aksesibilitas informasi, terutama bagi pengguna jasa yang beragam, termasuk wisatawan domestik dan	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori <i>Ben-Rafael et al.</i> (2006) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola bahasa, fungsi dan nilai budaya, tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat dan

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			mananegara. Selain fungsi praktis, penelitian ini juga mencatat bahwa identitas lokal Malang ditampilkan melalui signage yang memuat elemen budaya lokal, sehingga ruang stasiun tidak hanya menjadi area transit tetapi juga arena representasi budaya yang memperkuat kebanggaan masyarakat dan memperkaya pengalaman pengunjung. Temuan ini memiliki implikasi yang lebih luas bagi perencanaan kota dan kebijakan bahasa, karena menunjukkan bahwa pengelolaan LL yang baik dapat mendukung komunikasi publik yang inklusif dan keberlanjutan budaya. Studi ini mendorong penelitian lanjutan terkait pengaruh kebijakan pemerintah serta integrasi teknologi digital terhadap perkembangan LL, khususnya pada pusat-pusat transportasi.	implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan menemukan model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
3	Ekawati et al. (2023)	<i>The Linguistic Landscape of Religious Tourism Destination in Bangkalan, Madura: Functions and Identity Representation</i>	Jenis LL di destinasi wisata religi ini merupakan LL monolingualisme yang hanya menggunakan bahasa Indonesia, tanpa menggunakan bahasa lain, baik bahasa daerah maupun bahasa asing. Fungsi dari LL tersebut dari destinasi wisata religi adalah sebagai tanda informasi, tanda peringatan, himbauan dan larangan, penunjuk jalan, dan penunjuk bangunan. Penggunaan LL menunjukkan pemilik atau pengatur tujuan destinasi wisata memiliki identitas sebagai bangsa Indonesia yang kuat. Karena hanya menggunakan bahasa Indonesia sebagai fungsi tanda di destinasi wisata.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori <i>Ben-Rafael et al.</i> (2006) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola bahasa, fungsi dan nilai budaya, tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat dan telaah perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan menemukan model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
4	Djonda dan Madrunio (2023)	<i>Multilingual Characteristics of Touristic Linguistic Landscape of Labuan Bajo, Indonesia</i>	Penelitian ini mengungkapkan bahwa lanskap linguistik wisata Labuan Bajo terdiri dari 14 bahasa: Indonesia, Inggris, Manggarai, Italia, Arab, Mandarin, Spanyol, Bahasa Komodo, Sansekerta, Melayu	Persamaan: Menjelaskan karakter multilingualisme teks LL pada objek destinasi wisata dan pola pembuatan teks LL tanda pemerintah (<i>Top-</i>

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			Kupang, Latin, Prancis, Jerman, dan Belanda, bahwa bahasa yang ada sebagian besar muncul di papan nama monolingualisme dan hanya sedikit yang muncul di papan nama multibahasa, bahwa preferensi kode papan nama dwibahasa didominasi oleh bahasa Indonesia, bahwa papan nama tersebut sebagian besar dibuat oleh lembaga nonpemerintah, dan sifat saling melengkapi menjadi hal yang paling terlihat di papan nama dwibahasa. Penelitian ini juga mengungkap Labuan Bajo sebagai Kota wisata yang ditandai dengan ketidaksetaraan multibahasa. Bahasa Inggris dan Indonesia adalah bahasa yang paling banyak digunakan, sementara bahasa Manggarai dan Bahasa Komodo (bahasa lokal) paling sedikit digunakan.	<i>down</i>) dan tanda swasta (<i>Bottom-up</i>) Perbedaan: Pengajian teks LL tidak pada telaah sikap bahasa dan perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis dan merancang model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
5	Fadhillah dan Triwinarti (2023)	<i>Linguistic Landscape on Guide Signs in Public Spaces of Expo 2020 Dubai, United Arab Emirates</i>	Hasil dari penelitian ini menungkap bahwa LL di <i>Expo 2020 Dubai</i> dipenuhi dengan bahasa Arab dan bahasa Inggris, yang memiliki fungsi informasi dan fungsi simbolis yang sama (50:50). UEA menggunakan bahasa Arab untuk menunjukkan identitas nasionalnya kepada dunia internasional di <i>Expo 2020 Dubai</i> , yang dikomunikasikan juga dalam bahasa Inggris.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasi dan fungsi simbolis teks LL pada satu kota dan menelaah pola pembuatan teks LL tanda pemerintah (<i>Top-down</i>) dan tanda swasta (<i>Bottom-up</i>) yang didukung dengan kebijakan bahasa (<i>language policy</i>) dan perencanaan bahasa (<i>language planning</i>) Perbedaan: Pengajian teks LL tidak pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat terhadap teks LL di ruang-ruang publik Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat pada ruang-ruang publik pariwisata.
6	Rungswang (2023)	<i>Linguistic Landscape: Forms and Functions of Signs on Khaosan Road</i>	Hasil utama dari penelitian ini adalah bahasa Inggris memiliki peran yang sangat penting di Jalan Khaosan. Meskipun berada di Thailand, penggunaan bahasa Thai saja tidak ditemukan sama sekali pada papan nama toko. Sebaliknya, bahasa Inggris, baik sendiri	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasi dan fungsi simbolis teks LL pada satu kota dengan menggunakan teori Ben-Rafael <i>et al.</i> (2006) dan menelaah hubungan pola pembuatan

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			maupun berpasangan dengan bahasa Thai, mendominasi lanskap linguistik. Hal ini mengungkap bahwa bahasa Inggris dianggap sebagai bahasa internasional yang dapat menarik wisatawan global, sekaligus menjadi alat untuk mempertahankan identitas nasional dan otentisitas Thailand.	teks LL tanda pemerintah (<i>Top-down</i>) dan tanda swasta (<i>Bottom-up</i>) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak pada perilaku sosiopsikologis masyarakat Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian sosiopsikologi masyarakat dan merancang model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
7	Ariani dan Krisnawati (2022)	<i>The Linguistic Landscape of Accommodations in Ubud</i>	Hasil dari penelitian ini adalah, meskipun Ubud terletak di Bali, Indonesia, bahasa Inggris tetap menjadi bahasa yang paling dominan dalam sistem komunikasi bisnis akomodasi. Hal ini terlihat dari frekuensi penggunaannya yang paling tinggi dan keberadaannya dalam papan nama monolingual. Fenomena ini menggarisbawahi orientasi yang kuat terhadap wisatawan internasional. Di sisi lain, bahasa Bali dan Indonesia, meskipun muncul cukup sering, posisinya tidak sekuat bahasa Inggris karena hanya muncul dalam papan nama dwibahasa. Peneliti menyarankan agar kedua bahasa ini lebih dipromosikan di ruang publik untuk menjaga keseimbangan dan identitas lokal.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasi dan fungsi simbolis teks LL pada satu kota dengan menggunakan teori Ben-Rafael <i>et al.</i> (2006) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, tetapi pada telaah perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan merancang model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan sebagai rekomendasi memperkuat identitas bahasa Indonesia dan bahasa Daerah
8	Teo dan Perono Cacciafoco (2022)	<i>The Language Of Tourism: Linguistic Landscape Of Tourist Attractions In Singapore</i>	Hasil penelitian menggarisbawahi bahwa bahasa pada rambu-rambu di beberapa tempat wisata di Singapura mereflesiakan kewarganegaraan wisatawan yang mengunjunginya. Rendahnya persentase bahasa Melayu dan Tamil pada rambu <i>Bottom-up</i> , dibandingkan dengan rambu-rambu <i>Top-down</i> yang selalu ada di Chinatown Bahasa Mandarin dan Tamil telah dikomodifikasi di kawasan <i>Chinatown</i> dan <i>Little India</i> dengan tujuan untuk memberikan pengalaman yang lebih otentik dari kedua tempat atraksi tersebut.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasi dan fungsi simbolis teks LL pada satu kota dengan menggunakan teori Ben-Rafael <i>et al.</i> (2006) dan menelaah hubungan pola pembuatan teks LL tanda pemerintah (<i>Top-down</i>) dan tanda swasta (<i>Bottom-up</i>) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, tetapi pada telaah sikap bahasa dan perencanaan bahasa.

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
				Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan sikap bahasa dan menemukan model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
9	Hunter (2022)	<i>Semiotic fieldwork on chaordic tourism destination image management in Seoul during COVID-19</i>	Hasil dari penelitian ini adalah pandemi COVID-19 telah secara signifikan mengubah manajemen citra destinasi wisata di Seoul. Perubahan ini terlihat jelas dalam lanskap fisik dan sosial kota, di mana tanda-tanda visual mencerminkan evolusi respons dari representasi idealis pencegahan ke tindakan mitigasi yang pragmatis. Konsep kunci adalah "chaordic", yang menunjukkan bagaimana kekacauan pandemi berinteraksi dengan keteraturan kebijakan jarak sosial, menghasilkan perubahan visual yang unik. Penelitian ini menekankan nilai metodologi semiotik dalam membantu pembuat kebijakan memvisualisasikan dan memahami dampak keputusan mereka, terutama dalam konteks "hilangnya turis secara mencolok" selama krisis. Implikasinya adalah bahwa dengan pemahaman visual yang lebih baik, kota-kota dapat merencanakan dengan lebih efektif untuk mempertahankan citra destinasi wisata mereka selama masa-masa sulit.	Persamaan: Menjelaskan fungsi simbolis teks LL di sebuah kota dan kebijakan bahasa (<i>language policy</i>) dan (<i>language planning</i>) Perbedaan: Menjelaskan fungsi simbolis dengan menggunakan metodologi semiotika sebagai respon menghadapi pandemic Covid-19 sementara dalam penelitian ini akan menjelaskan kajian sikap bahasa dan persepsi masyarakat. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian LL akan menjelaskan sikap bahasa pengguna teks LL dan persepsi masyarakat terhadap penggunaan teks LL pada ruang-ruang publik.
10	Ardhian (2021)	Bentuk dan Fungsi Penggunaan Bahasa di Ruang Publik Kota Malang: Kajian Lanskap Linguistik	Hasil disertasi ini pada analisis leksikal, nomina mendominasi kemunculan; analisis preferensi semantik menunjukkan tiga pola, yaitu pola menyatu (<i>united-form</i>), terpisah (<i>separated-form</i>), dan campuran (<i>mix-form</i>); pada analisis prosodi semantik, <i>Top-Down</i> membentuk makna netral, sedangkan <i>Bottom-Up</i> membentuk positif/ameliorasi dan netral. Bentuk penggunaan bahasa yang muncul yaitu monolingual, bilingual, dan multilingual. Pada pola monolingual, bahasa Indonesia muncul dominan diikuti bahasa Inggris, bahasa Jawa, bahasa Arab, bahasa Sansekerta, gabungan bahasa Cina, Jepang,	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori Ben-Rafael <i>et al.</i> (2006) dan juga menjelaskan pola tanda LL <i>Top-Down</i> dan <i>Bottom Up</i> pengguna teks LL Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat dan

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			dan Belanda. Fungsi penggunaan bahasa pada teks di ruang publik Kota Malang menghasilkan dua fungsi, yaitu fungsi informasi dan simbolis. <i>Top-Down</i> lebih memegang andil pada fungsi informasi, sedangkan <i>Bottom-Up</i> lebih berperan penting dalam membangun fungsi simbol. Penggunaan bahasa pada <i>Bottom-Up</i> lebih bervariasi daripada <i>Top-Down</i>	perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan merancang model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
11	Ardhian et al. (2021)	<i>Religious performance in Malang, Indonesia: Linguistic landscape on worship sign</i>	Hasil dari penelitian ini adalah penamaan tempat ibadah di Malang, Indonesia, mencerminkan dinamika kompleks antara sejarah, ideologi, kekuasaan, dan masyarakat. Dominasi Bahasa Indonesia dalam semua pola penggunaan bahasa mencatat keberhasilan kebijakan bahasa nasional dan prestise yang dimilikinya. Bahasa Inggris juga memainkan peran penting, bersama-sama dengan Bahasa Indonesia mendukung eksistensi ideologi agama di wilayah tersebut. Di sisi lain, bahasa-bahasa seperti Arab, Jawa, Sanskerta, Belanda, dan Tionghoa lebih berfungsi untuk mencirikan identitas agama dan etnis tertentu, tanpa memiliki peran dominan seperti Bahasa Indonesia dan Inggris. Ini menunjukkan bahwa meskipun identitas lokal dan agama dihargai, ada kecenderungan kuat ke arah kesatuan nasional dan internasionalisasi dalam penamaan tempat ibadah di Malang.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori <i>Ben-Rafael et al.</i> (2006) dan menjelaskan kebijakan bahasa (<i>language policy</i>) Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, nilai-nilai budaya dan agama tetapi pada telaah sikap bahasa dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan sikap bahasa dan menemukan model perencanaan bahasa sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
12	Erikha (2020)	Lanskap Linguistik sebagai Peranti Mempromosikan Pariwisata di Kota Bandung Selama Pelaksanaan Kebiasaan Baru	Hasil dari penelitian ini adalah Lanskap Linguistik memiliki potensi besar dalam meningkatkan promosi pariwisata di Bandung. Dengan mengambil pelajaran dari Yogyakarta dan Malang, peneliti menunjukkan bahwa LL tidak hanya berfungsi sebagai elemen bahasa, tetapi juga sebagai alat untuk memberdayakan masyarakat lokal secara ekonomi dan budaya. Penelitian ini unik karena tidak hanya berfokus pada aspek linguistik, tetapi juga pada aspek kesehatan dan keamanan publik, terutama dalam konteks pandemi. Rekomendasi penggunaan media	Persamaan: Memanfaatkan pendekatan lanskap linguistik sebagai upaya promosi pariwisata di sebuah kota metropolitan Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, nilai-nilai budaya tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis terhadap penggunaan teks LL. Kebaruan dari penelitian ini adalah

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			kreatif multibahasa untuk kampanye protokol kesehatan menunjukkan bagaimana LL dapat digunakan untuk mengatasi tantangan kontemporer. Lebih jauh lagi, keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, termasuk kebijakan daerah, dalam strategi LL mencerminkan pendekatan holistik dalam mempromosikan pariwisata yang aman, sehat, dan kaya budaya di Bandung.	pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat terhadap teks LL dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa.
13	Sholikhah et al. (2020)	<i>Multilingualism Through Linguistic Landscapes in Baturraden Tourism Resorts</i>	Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa tempat wisata di Banyumas menggunakan tanda-tanda monolingual, bilingual, dan multilingual: Bahasa Inggris, Bahasa Arab, Bahasa Indonesia, dan Bahasa Ngapak. Bahasa Ngapak digunakan sebagai identitas budaya, bahasa Indonesia digunakan untuk memenuhi fungsi informatif, bahasa Arab digunakan sebagai identitas, dan bahasa Inggris terkait erat dengan komodifikasi budaya. LL yang ditemukan di resort wisata merepresentasikan budaya Banyumas yang menerima multibahasa.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, nilai-nilai budaya dan ekonomi tetapi, pada telaah perilaku sosiopsikologis masyarakat dan wisatawan serta implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan wisatawan dan menemukan model konseptual penataan teks lanskap linguistik pariwisata sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
14	Sahril et al. (2019)	Lanskap Linguistik Kota Medan: Kajian Onomastika, Semiotika, dan Spasial	Hasil dari penelitian ini adalah bahasa di ruang publik Kota Medan telah mengalami perubahan signifikan, merefleksikan pergeseran sosial yang lebih luas dari orientasi nasional ke global. Dominasi bahasa asing menunjukkan kecenderungan preskriptivisme modern, di mana bahasa yang dianggap lebih "modern" lebih dimuliakan. Penelitian ini juga menegaskan konsep kota sebagai teks, di mana Medan dapat "dibaca" melalui penggunaan bahasanya di ruang publik. Temuan aspek onomastik, semiotik, dan spasial	Persamaan: Menggunakan pendekatan Lanskap Linguistik untuk menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis di sebuah kota metropolitan Perbedaan: Pendekatan sosiopsikologis dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa dengan penelitian ini. Kebaruan dari penelitian ini adalah

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			dalam lanskap linguistik Medan menunjukkan kompleksitas dan kekayaan informasi yang dapat diperoleh melalui pendekatan interdisipliner. Ini memberikan wawasan berharga tidak hanya tentang bahasa, tetapi juga tentang sejarah, budaya, dan dinamika urban kota tersebut.	pengkajian teks LL akan menelaah perilaku sosiopsikologis masyarakat terhadap penggunaan teks lanskap linguistik dan merumuskan model konseptual penataan teks LL di ruang publik.
15	Darmawan (2019)	Lanskap Linguistik di Destinasi Wisata Danau Toba	Hasil dari penelitian disertasi ini adalah sebagai berikut: Bentuk-bentuk bahasa menggunakan strategi kesantunan, disain visual, akronim, percampuran kode, pewarnaan, jenis dan ukuran huruf. Disain spasial ditampilkan dalam bentuk ruang kosong pada LL, dan informasi tidak lengkap pada LL Fungsi bahasa di destinasi wisata Danau Toba adalah sebagai alat komunikasi dan layanan, media pembelajaran bahasa, bahasa resmi dan kebijakan bahasa, indexing (penamaan), dan sebagai pengarah dan pengiklan. Selain itu bahasa di destinasi wisata Danau Toba memiliki fungsi-fungsi simbolis yaitu penanda identitas dan status etnisitas, penanda wilayah geografis, pelestarian bahasa Batak, tempat kontestasi dan persaingan bahasa pada suatu guyub tutur, dan sebagai status dan simbol Bahasa. Makna yang terkandung pada bahasa-bahasa yang digunakan di destinasi wisata Danau Toba didominasi oleh makna konseptual, diikuti oleh makna konotasi, makna afektif, makna sosial/kultural, makna kolokatif, makna reflected dan makna tematik.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori Ben-Rafael <i>et al.</i> (2006) dan juga menjelaskan pola tanda LL <i>Top-Down</i> dan <i>Bottom Up</i> pengguna teks LL. Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, makna bahasa, dan nilai-nilai budaya tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan perilaku sosiopsikologis masyarakat dan merancang model konseptual bahasa LL sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
16	Thongtong (2019)	<i>A Linguistic Landscape Study of Signage on Nimmanhemmin Road, A Lanna Chiang Mai Chill-Out Street</i>	Hasil dari penelitian ini adalah lanskap linguistik di Jalan Nimmanhemmin, Chiang Mai, tidak hanya mencerminkan tetapi juga secara aktif membentuk ruang wisata melalui pilihan bahasa yang beragam. Penggunaan bahasa Thai, Inggris, dan Tionghoa dalam berbagai kombinasi menunjukkan keseimbangan antara pengaruh global dan identitas lokal. Lebih jauh lagi, temuan tentang berbagai strategi linguistik—seperti transliterasi, pembentukan	Persamaan: Memanfaatkan pendekatan lanskap linguistik sebagai upaya promosi pariwisata di sebuah kota metropolitan yang menjadi tujuan destinasi wisata internasional. Perbedaan: Menggunakan pendekatan sosiopsikologis dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa.

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			kata, dan strategi kesopanan—mengungkapkan tingkat kreativitas dan kompleksitas yang tinggi dalam pembuatan papan nama. Ini menunjukkan upaya sadar untuk menjangkau dan menarik berbagai audiens, sesuai dengan sifat internasional dari destinasi wisata. Yang paling menarik, penelitian ini menantang beberapa asumsi teoretis tentang LL, terutama dalam hal organisasi dwibahasa dan keunggulan bahasa. Temuan ini mendorong kita untuk memikirkan kembali bagaimana bahasa berinteraksi dan bersaing dalam ruang publik, terutama di daerah wisata yang sangat internasional.	Kebaruan dari penelitian ini adalah menelaah perilaku sosiopsikologis masyarakat terhadap fenomena pengguna bahasa teks LL dan merumuskan model konseptual penataan teks LL sebagai sarana pembelajaran bagi masyarakat dan wisatawan.
17	Jamzaroh (2019)	<i>The Language Attitude of Culinary Entrepreneurs in Banjarmasin</i>	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat sikap bahasa yang rendah terhadap bahasa Indonesia di kalangan pengusaha kuliner Banjarmasin. Mereka cenderung menganggap bahasa tidak penting pasar atau target pasar dalam bisnis mereka. Ini mencerminkan orientasi yang kuat pada kepentingan ekonomi, di mana bahasa dilihat lebih sebagai alat daripada nilai intrinsik. Menariknya, meskipun sikap bahasa mereka rendah, pengusaha ini masih menunjukkan kemampuan yang memadai dalam menilai penggunaan bahasa dalam bisnis. Mereka dapat membedakan antara penggunaan bahasa yang benar atau salah, baik atau buruk. Ini menunjukkan kesenjangan menarik antara sikap dan perilaku: mereka mungkin tidak menghargai bahasa secara abstrak, tetapi masih menerapkan standar linguistik dalam praktik. Temuan ini memiliki implikasi penting untuk pemahaman sosiolinguistik tentang hubungan antara bahasa, identitas, dan kepentingan ekonomi di daerah urban seperti Banjarmasin. Mungkin ada kebutuhan untuk memikirkan kembali bagaimana Bahasa Indonesia dapat diposisikan agar lebih relevan dengan identitas lokal dan efektif dalam menarik pasar.	Persamaan: Menelaah pendekatan sikap bahasa dari teori Garvin dan Mathiot (1972) dikalangan pengguna atau pemakai bahasa teks LL Perbedaan: Tidak hanya menelaah sikap bahasa pengguna teks LL tetapi menelaah persepsi masyarakat terhadap fenomena teks LL di ruang-ruang publik pariwisata di sebuah kota dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian ini adalah menjelaskan persepsi masyarakat dan wisatawan terhadap fenomena teks LL dan merancang model konseptual penataan teks LL pariwisata sebagai sarana pembelajaran bagi masyarakat dan wisatawan.

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
18	Erikha (2018)	Konsep Lanskap Linguistik pada Papan Nama Jalan Kerajaan (Râjamârga): Studi Kasus Kota Yogyakarta	Hasil dari penelitian ini adalah nama-nama jalan utama di sekitar Keraton Yogyakarta berfungsi jauh lebih dalam dari sekadar penunjuk arah. Melalui lensa lanskap linguistik, nama-nama ini mengungkapkan lapisan-lapisan makna yang kompleks. Secara informasional, nama-nama ini tidak hanya menunjukkan lokasi fisik, tetapi juga menegaskan identitas Jawa sebagai entitas tunggal, terutama melalui penggunaan aksara hanacaraka yang khas. Secara simbolik, namun, peran mereka jauh lebih luas. Mereka menjadi pembawa filosofi Jawa tentang takdir (Paraning Dumadi), memperkuat identitas etnis, dan bahkan mencerminkan dinamika kekuasaan dalam praktik penamaan. Yang menarik, penelitian ini juga mengungkapkan dimensi ekonomi dari LL. Nama-nama jalan yang sarat makna budaya ini tidak hanya memperkuat identitas lokal, tetapi juga dimanfaatkan untuk menarik wisatawan. Ini menunjukkan bagaimana elemen linguistik dapat berfungsi sebagai aset ekonomi dalam konteks pariwisata budaya.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori Ben-Rafael et al. (2006) dan juga menjelaskan pola tanda LL <i>Top-Down</i> dan <i>Bottom Up</i> pengguna teks LL. Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, makna bahasa, dan nilai-nilai budaya tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis dan implikasinya terhadap perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan sikap bahasa dan merancang model konseptual penataan LL sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan di ruang publik.
19	Darmawan (2018)	<i>Study of Linguistics Landscape Towards Tourism Entrepreneur Language Ability at Simanindo District, Samosir Regency, North Sumatera Province</i>	Hasil dari penelitian ini adalah keterampilan bahasa pelaku pariwisata di Kecamatan Simanindo, yang tercermin dalam lanskap linguistik, masih perlu banyak perbaikan. Meskipun upaya untuk menjangkau audiens internasional terlihat dari dominasi bentuk dwibahasa (Indonesia-Inggris), kualitas bahasanya masih kurang. Hal ini terlihat dari ketidakpatuhan terhadap aturan penulisan dan terjemahan yang baik. Temuan menarik lainnya adalah perbedaan antara LL yang dihasilkan pemerintah dan pelaku wisata independen. Pemerintah cenderung seragam, sedangkan pelaku independen lebih beragam sesuai keinginan komunitas lokal. Ini menunjukkan ketegangan antara standarisasi dan ekspresi identitas lokal. Yang paling signifikan, penelitian ini menekankan peran krusial bahasa dalam pariwisata.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori Ben-Rafael et al. (2006) dan juga menjelaskan pola tanda LL <i>Top-Down</i> dan <i>Bottom Up</i> pengguna teks LL. Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, makna bahasa, dan nilai-nilai budaya tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis dan implikasinya perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks LL akan

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			Sebagai "wajah" pertama yang dilihat wisatawan, kualitas bahasa dapat memengaruhi keputusan mereka untuk tinggal atau pergi. Oleh karena itu, rekomendasi untuk perencanaan linguistik, peningkatan kesadaran, dan pelatihan bahasa menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing Simanindo sebagai destinasi wisata internasional.	menjelaskan perilaku sosiopsikologis dan merancang model konseptual teks LL sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
20	Artawa dan Sartini (2018)	<i>Linguistic landscapes: A Study of Human Mobility and Identity Change</i>	Hasil utama penelitian ini adalah lanskap linguistik Desa Kuta mencerminkan pergeseran nilai bahasa yang signifikan. Meskipun berada di Bali, justru bahasa Bali sebagai identitas etnis lokal terpinggirkan dalam ruang publik. Sebaliknya, bahasa Inggris dan asing lainnya mendominasi, didorong oleh keinginan kuat masyarakat lokal untuk memperoleh citra, prestise, dan kekuasaan yang diasosiasikan dengan bahasa-bahasa tersebut. Fenomena ini, yang dijelaskan melalui konsep "ideologi pasar", menunjukkan bahwa dalam konteks pariwisata, bahasa dinilai berdasarkan potensi ekonominya. Meskipun hal ini memberi manfaat jangka pendek seperti peningkatan modal linguistik dan ekonomi bagi generasi muda, ada kekhawatiran jangka panjang tentang erosi pengetahuan kearifan lokal yang terkandung dalam bahasa Bali. Penelitian ini dengan demikian menyoroti ketegangan antara tuntutan globalisasi dan pelestarian identitas lokal dalam industri pariwisata.	Persamaan: Menjelaskan fungsi informasional dan fungsi simbolis LL pada suatu objek wisata dengan menggunakan teori <i>Ben-Rafael et al.</i> (2006) dan juga menjelaskan pola tanda LL <i>Top-Down</i> dan <i>Bottom Up</i> pengguna teks LL. Perbedaan: Pengkajian teks LL tidak hanya fokus pada analisis bentuk, jenis, pola, dan fungsi bahasa, makna bahasa, dan nilai-nilai budaya dan ekonomi tetapi pada telaah perilaku sosiopsikologis dan telaah perencanaan bahasa. Kebaruan dari penelitian disertasi ini adalah pengkajian teks LL akan menjelaskan telaah perilaku sosiopsikologis dan merancang model konseptual penataan teks LL sebagai sarana pembelajaran masyarakat dan wisatawan.
21	Hasjim (2018)	Strategi Penegakan Peraturan Pengutamaan Penggunaan Bahasa Indonesia di Ruang Publik	Hasil utama penelitian ini adalah bahasa Indonesia sedang mengalami krisis identitas di ruang publik Makassar. Meskipun berstatus sebagai bahasa nasional, ia semakin tergeser oleh bahasa asing, terutama dalam konteks bisnis. Yang lebih mengkhawatirkan, temuan mencatat bahwa masyarakat Indonesia sendiri, khususnya pelaku bisnis, tidak lagi melihat bahasa Indonesia sebagai	Persamaan: Menelaah pendekatan sikap bahasa dari teori Garvin dan Mathiot (1972) dikalangan pengguna bahasa di sebuah kota. Perbedaan: Tidak hanya menelaah sikap bahasa pengguna teks LL tetapi menelaah persepsi masyarakat terhadap fenomena teks LL

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Kebaruan Penelitian
			alat kebanggaan atau media untuk memajukan usaha. Fenomena ini merefleksikan pergeseran nilai yang lebih luas, di mana bahasa asing dan daerah dipersepsikan memiliki nilai ekonomi dan prestise yang lebih tinggi. Implikasinya serius: jika dibiarkan, erosi status bahasa Indonesia dapat melemahkan identitas nasional dan kesatuan bangsa. Untuk mengatasi ini, peneliti merekomendasikan pendekatan <i>multi-faceted</i> yang melibatkan penertiban, sosialisasi, pembinaan, regulasi, dan kolaborasi komunitas. Tujuannya bukan hanya untuk menegakkan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik, tetapi juga untuk mengembalikan martabatnya sebagai bahasa nasional.	pada ruang-ruang publik pariwisata di sebuah kota Kebaruan dari penelitian ini adalah menjelaskan persepsi masyarakat terhadap fenomena teks LL pada ruang-ruang publik pariwisata.

Sumber: Data Olahan Sekunder 2023

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kajian Lanskap Linguistik

Lanskap Linguistik yang sering disingkat LL merupakan bidang kajian baru dalam ilmu linguistik (Adi & Nasution, 2023). Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Landry dan Bourhis pada tahun 1997 melalui jurnal berjudul "Landscape Linguistic and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study". Pengertian lanskap dalam kaitannya dengan LL menjadi berkembang. Salah satu definisi LL yang sangat populer dapat dilihat pada kutipan berikut: *"The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the LL of a given territory, region, or urban agglomeration"* (Landry & Bourhis, 1997). Definisi ini menjelaskan bahwa lanskap linguistik mencakup semua bentuk bahasa tertulis yang terlihat di ruang publik, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan, yang berfungsi sebagai penanda dan penciri khas suatu daerah. Definisi tentang LL di atas adalah sebagai titik awal dan dasar pijak bagi kajian yang berkenaan dengan LL dan cakupannya.

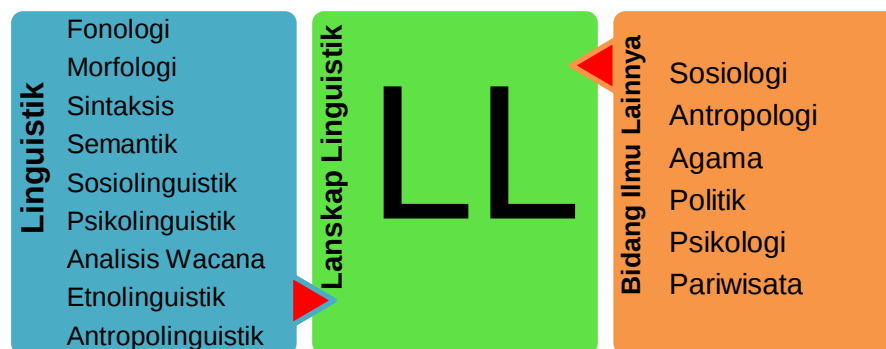
Konsep lanskap linguistik terus berkembang setelah definisi awal tersebut. Gorter (2006) memperluas pemahaman tentang LL dengan menjelaskan bahwa LL adalah pendekatan yang dapat digunakan untuk menggambarkan situasi kebahasaan yang beragam atau multibahasa di suatu kawasan. Oleh sebab itu, tema yang dapat dideskripsikan melalui kajian LL adalah situasi multibahasa, kontak bahasa, campur kode, aspek sosial dan budaya, pilihan bahasa, pergeseran dan perubahan bahasa, variasi bahasa, fungsi dan peran bahasa, disain bentuk dan bentangan bahasa serta pembelajaran bahasa.

Cakupan yang lebih luas tentang konsep LL disampaikan juga oleh Gorter dan Cenoz (2006), yakni: *"...language in the environment, words and images displayed and exposed in public spaces, that is the center of attention in this rapidly growing area..."* (Gorter & Cenoz, 2006). Berdasarkan definisi ini, lanskap linguistik tidak hanya mencakup teks tertulis, tetapi juga elemen visual berupa gambar-gambar yang ditampilkan di ruang publik. Kombinasi kata dan gambar inilah yang menarik perhatian masyarakat untuk membaca dan memahaminya.

Kajian lanskap linguistik memiliki cakupan yang sangat luas dan kompleks. Beberapa tema yang dapat diteliti melalui pendekatan LL meliputi situasi

multibahasa dan kontak bahasa, fenomena campur kode dalam penggunaan bahasa, aspek sosial dan budaya dalam bahasa, pilihan bahasa masyarakat, pergeseran dan perubahan bahasa, variasi bahasa yang ada, fungsi dan peran bahasa dalam masyarakat, desain bentuk dan bentangan bahasa, serta pembelajaran bahasa. Kajian LL menganalisis penggunaan bahasa tertulis dari dua perspektif utama, yaitu tanda-tanda linguistik atau satuan lingual dan tanda-tanda nonlinguistik atau satuan non-lingual.

Salah satu aspek menarik dalam kajian LL adalah hubungannya dengan kebijakan bahasa (*language policy*). Menurut Marten (2023), LL dapat mengungkap adanya "pelanggaran" terhadap undang-undang penggunaan bahasa resmi di ruang publik. Hal ini terjadi karena bahasa-bahasa tertulis pada papan nama sering disajikan secara bebas tanpa memperhatikan kebijakan bahasa resmi yang berlaku. Setiap bahasa tertulis yang muncul di ruang publik mengandung nilai-nilai dan ideologi tertentu. Penelitian dengan pendekatan LL terbukti efektif dalam mengidentifikasi dan merumuskan ideologi yang terkandung dalam setiap bahasa yang digunakan.



Gambar 2.1 Rumpun Ilmu Studi Lanskap Linguistik

Sumber: Data diolah dari kajian Marnisa *et al.* (2021)

Sebagai metodologi pengkajian bahasa, LL mencakup bidang studi yang sangat luas dan berinteraksi dengan berbagai disiplin ilmu seperti pada Gambar 2.1 di atas. Ketika menjelaskan variasi bahasa di suatu wilayah, LL tidak hanya menggunakan pendekatan linguistik, tetapi juga melibatkan ilmu-ilmu lainnya. Pendekatan LL melihat bagaimana bahasa lokal digunakan di lingkungan alami, dimana bahasa tertulis yang digunakan di lingkungan publik terdiri dari satuan linguistik dan nonlinguistik yang dapat ditemukan di papan nama perusahaan, nama jalan, pengumuman, dan imbauan di seluruh kawasan, baik di kota, pedesaan, daerah terpencil, atau tempat wisata.

Bahasa tertulis memiliki peran penting dalam industri pariwisata. Wisatawan pertama kali berinteraksi dengan bahasa melalui tulisan-tulisan yang mereka lihat, seperti papan nama di pelabuhan udara atau laut, informasi di stasiun kereta api atau halte, papan nama hotel dan fasilitas akomodasi, nama toko cendera mata, restoran dan kafe, serta rambu-rambu lalu lintas. Selain itu, wisatawan juga berinteraksi dengan bahasa lisan melalui petugas bandara, resepsionis hotel, penjual cendera mata, dan pelayan restoran yang memberikan layanan. Namun demikian, wisatawan cenderung lebih mudah mengamati dan mempelajari bahasa tertulis dibandingkan bahasa lisan.

Kajian LL sebagai payung teori dalam menganalisis bentuk-bentuk LL, fungsi-fungsi LL, pengungkapan makna yang terkandung pada LL, serta perumusan nilai-nilai LL melibatkan berbagai pendekatan dan konsep dari cabang linguistik lainnya. Pendekatan-pendekatan tersebut antara lain *Language Systemic Functional* (LSF), pendekatan multimodal dan metafungsi bahasa, morfologi dan semantik, semiotik dan semiotik sosial, pendekatan sosiolinguistik, tata bahasa gambar, konsep multilingualisme, serta konsep pengelolaan kepariwisataan (Darmawan, 2019). Integrasi berbagai pendekatan ini pada akhirnya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman penggunaan bahasa dalam promosi pariwisata dan komodifikasi budaya.

Dengan demikian, melalui pendekatan LL, penelitian ini dapat mengungkap bagaimana bahasa dikonstruksi dan disajikan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, termasuk penggunaan bahasa lokal, nasional, dan internasional pada papan nama hotel, restoran, objek wisata, dan fasilitas pendukung lainnya. Konstruksi bahasa ini merefleksikan strategi komunikasi dan *branding* dalam industri pariwisata.

2.2.2 Kajian Lanskap Linguistik dan Pariwisata

Hubungan antara bahasa dan pariwisata beroperasi melalui dua kerangka kerja yang berbeda namun saling terhubung, sebagaimana dijelaskan oleh Heller *et al.* (2014). Fungsi ganda ini, yang memposisikan bahasa sebagai alat komunikasi praktis sekaligus sebagai simbol keaslian budaya, sangat relevan dengan bidang lanskap linguistik pariwisata. Lanskap linguistik pariwisata, sebuah cabang khusus sosiolinguistik, mengkaji bagaimana bahasa digunakan pada papan-papan penanda publik di kawasan wisata. Lanskap linguistik pada kota-kota wisata dan destinasi populer telah menjadi objek studi menarik bagi banyak ahli, di mana fenomena komodifikasi bahasa (dijadikan komoditas) sering

kali diamati. Heller *et al.* (2014) mengemukakan bahwa komodifikasi bahasa dapat dipandang dalam dua cara berbeda: pertama, sebagai keterampilan teknis; dan kedua, sebagai penanda keaslian. Terkait dengan sektor pariwisata, analisis Heller lebih lanjut menelaah bahwa industri ini telah "menjadi menarik bagi daerah pinggiran" khususnya di wilayah yang memiliki bahasa minoritas. Oleh karena itu, tempat-tempat semacam ini kini berusaha untuk mengkomodifikasi identitas yang diproduksi secara politis.

Fenomena komodifikasi linguistik terhadap bahasa minoritas dapat dicermati pada beberapa kasus. Di Dingle, sebuah kota wisata di Irlandia, studi Moriarty (2015) menemukan pola menarik: papan tanda monobahasa Irlandia ditujukan khusus untuk penduduk setempat, sementara papan tanda untuk wisatawan yang memuat bahasa Irlandia selalu disertai terjemahan bahasa Inggris, lengkap dengan *font* dan warna yang mengindeks identitas Irlandia. Papan tanda dwibahasa ini merupakan strategi Dingle dalam "menandai entitas komersial sebagai Irlandia otentik di mana wisatawan dapat mengonsumsi bahasa yang asli, dan terjemahan bahasa Inggris berfungsi untuk menciptakan keseimbangan yang tepat antara asing dan yang akrab." Ini menunjukkan bagaimana bahasa Irlandia digunakan untuk mengkomodifikasi Dingle sebagai destinasi otentik.

Studi lain oleh Heller *et al.* (2014) menyoroti bagaimana sebuah situs wisata di wilayah Frankofon Kanada terpaksa beralih ke dwibahasa demi keberlangsungan usahanya pada situs wisata warisan sejarah. Awalnya menampilkan drama dalam bahasa Perancis Acadia, situs ini pada awal tahun 2000-an harus membuat materi promosi versi bahasa Inggris untuk menarik lebih banyak pengunjung non-penutur Perancis. Perkembangan serupa juga terjadi di museum-museum Catalonia; meskipun materi pameran disediakan dalam berbagai bahasa, bahasa Catalan tetap yang paling menonjol, menegaskan statusnya di tengah lingkungan multibahasa.

Berbeda dengan fokus pada satu identitas etnis atau nasional, kajian Yan (2019) tentang lanskap linguistik warisan dan pariwisata permainan di Makau mengamati adanya komodifikasi bahasa yang membangun identitas hibrida. Hal ini menggarisbawahi interaksi mendalam antara budaya Tionghoa dan Barat di wilayah tersebut, merefleksikan bagaimana berbagai bahasa digunakan untuk menciptakan identitas yang ganda.

Studi lanskap linguistik pariwisata juga kerap menyoroti prevalensi penggunaan bahasa Inggris, bahkan di wilayah yang bukan merupakan penutur asli bahasa tersebut. Sebagai contoh, penelitian Marta (2011) di Kota Hódmezővásárhely, Hongaria, menemukan keberadaan papan tanda dwibahasa di banyak lokasi, termasuk museum, hotel, dan pusat kota. Khususnya di museum, papan tanda multibahasa memuat informasi dalam bahasa Inggris, Prancis, dan Spanyol, sementara sebagian besar tanda di pusat kota umumnya dwibahasa Hongaria-Inggris. Marta mencatat bahwa fenomena papan tanda dwibahasa di Hódmezővásárhely ini mengindikasikan bahwa kota tersebut semakin siap menerima kunjungan wisatawan dari berbagai negara.

Studi lain yang dilakukan oleh Ruzaita (2017) berfokus pada lanskap linguistik kota-kota resor di daerah perbatasan Lituania dan Polandia. Peneliti tersebut mengamati lanskap linguistik multibahasa di kedua negara tersebut, dan menemukan bahwa bahasa Inggris berfungsi sebagai *lingua franca* serta dapat dianggap sebagai bahasa pariwisata. Studi ini juga mengungkapkan bahwa papan tanda multibahasa sangat lazim ditemukan di sektor swasta, seperti di restoran dan toko, baik di Lituania maupun Polandia.

Studi-studi tersebut di atas menggunakan lanskap linguistik sebagai lensa untuk memahami interaksi kompleks antara identitas budaya, kekuatan ekonomi, dan kekuasaan sosial di destinasi-destinasi wisata. Namun, masih terdapat kesenjangan yang signifikan dalam pemahaman kita mengenai fenomena ini. Indonesia menyajikan kasus yang sangat menjanjikan untuk eksplorasi lebih lanjut, mengingat semakin menonjolnya negara ini sebagai destinasi wisata internasional dan konteks multibahasanya yang unik.

Penelitian disertasi ini, dengan mengambil studi kasus Kota Baubau, berangkat dari kajian-kajian sebelumnya yang membahas fenomena komodifikasi bahasa untuk menjual "keaslian" kasus di Irlandia, kebutuhan dwibahasa untuk "bertahan hidup" studi di Kanada, hingga munculnya identitas "hibrida" di lanskap linguistik Makau, serta prevalensi bahasa Inggris sebagai *lingua franca* pariwisata (Hongaria, Lituania-Polandia). Disertasi ini tidak hanya mengonfirmasi relevansi konsep-konsep tersebut, tetapi juga melangkah lebih jauh dengan menawarkan sebuah solusi proaktif. Alih-alih hanya mendeskripsikan fenomena yang ada, penelitian ini mengusulkan sebuah model dalam perencanaan bahasa berbasis zonasi global yang secara sadar mengelola ketegangan-ketegangan tersebut. Model ini akan menguraikan bahwa sebuah kota warisan tidak harus

memilih antara mengkomodifikasi budayanya atau mengorbankan identitasnya demi aksesibilitas global. Melalui zonasi yang cermat, karakteristik Kota Baubau yang memiliki secara signifikan situs-situs warisan budaya dapat mendedikasikan ruang warisan budaya untuk narasi budaya yang otentik, efisiensi komersial multibahasa, dan aksesibilitas universal secara bersamaan, sehingga mengubah lanskap linguistik dari objek analisis pasif menjadi kanvas untuk perencanaan identitas kota yang inklusif dan berkelanjutan.

2.2.3 Konstruksi Penggunaan Bahasa pada Lanskap Linguistik

Konstruksi secara umum merujuk pada susunan dan hubungan antara unsur-unsur atau bagian-bagian yang saling berkaitan dalam suatu objek atau sistem yang terorganisasi. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan konstruksi sebagai cara sesuatu disusun atau dibangun dalam pola tertentu, yaitu susunan elemen atau bagian dari suatu objek atau sistem. Dalam konteks penelitian ini, konstruksi bahasa mengacu pada susunan atau struktur pembentuk bahasa yang terdiri dari bentuk jenis bahasa dan pola bahasa pada lanskap linguistik.

2.2.3.1 Bentuk Bahasa

Menurut telaah disertasi Ardhian (2021), bentuk bahasa merupakan penggunaan tataran sintaksis yang mencakup kata, frasa, klausa, dan kalimat pada lanskap linguistik. Dalam data penelitian, bentuk frasa yang paling dominan adalah frasa nomina. Frasa nomina adalah frasa yang memiliki unsur pusat berupa nomina dan dapat digunakan sebagai pengganti kata benda. Frasa nomina terbagi menjadi dua jenis, yaitu frasa nomina koordinatif dan frasa nomina apositif.

Dalam penyusunan frasa, terdapat dua bentuk pola yang berbeda. Pertama, pola dimana inti atau induk terletak di kiri pewatas, artinya kata yang berada di depan merupakan kata yang diterangkan (D) dan kata yang menyertainya adalah kata yang menerangkan (M). Kedua, pola dimana inti atau induk terletak di kanan pewatas, artinya kata yang berada di depan adalah kata yang menerangkan (M) dan kata yang menyertainya adalah kata yang diterangkan (D). Fungsi menerangkan berfungsi sebagai pelengkap atau penjelas dari fungsi diterangkan

Pola penyusunan frasa dalam bahasa Indonesia mengikuti kaidah "diterangkan-menerangkan" (D-M). Namun, hukum D-M memiliki beberapa

pengecualian, antara lain kata depan, kata bilangan, kata keterangan, kata kerja bantu, dan kata majemuk dari bahasa asing. Sementara itu, pola MD merupakan karakteristik penyusunan frasa dalam bahasa Inggris

2.2.3.2 Jenis Bahasa

Jenis atau ragam bahasa adalah sejenis ragam bahasa yang pemakaiannya disesuaikan dengan fungsi dan situasinya, tanpa mengabaikan kaidah-kaidah pokok yang berlaku dalam bahasa yang bersangkutan (Fikri et al., 2014). Sementara, Mokodompit (2013) berasumsi bahwa pada dasarnya, setiap bahasa memiliki jenis yang berbeda-beda yang dapat mewarnai ruang publik. Bahasa menjadi simbol serta ciri khas dari suatu bangsa atau suku, sehingga masyarakat lain dapat mengenalinya melalui bahasa tersebut.

Jenis bahasa muncul sebagai akibat dari perbedaan sarana, situasi penggunaan, atau daerah asal penutur dari masyarakat tutur yang memiliki latar belakang sosial yang beragam. Dalam konteks penelitian ini, jenis bahasa yang ditemukan berupa bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa campuran.

2.2.3.3 Pola Bahasa

Masyarakat bahasa adalah kelompok masyarakat yang menggunakan satu bahasa yang telah disepakati sebagai alat komunikasi. Berdasarkan jumlah bahasa yang digunakan, masyarakat bahasa dapat dibedakan menjadi dua kategori. Pertama, masyarakat yang menggunakan satu bahasa atau disebut masyarakat monolingual. Kedua, masyarakat yang menggunakan dua bahasa atau lebih yang disebut masyarakat bilingual.

Dalam era modern saat ini, komunitas bahasa monolingual sangat jarang ditemukan. Mereka biasanya masih dapat ditemui di daerah-daerah terpencil atau pada generasi tua yang karena berbagai alasan tidak memiliki kesempatan untuk mempelajari bahasa lain selain bahasa nasional mereka. Sebaliknya, sebagian besar masyarakat saat ini bersifat bilingual dalam kehidupan sehari-hari. Minimal, masyarakat menggunakan bahasa daerah dan bahasa Indonesia, seperti masyarakat yang menggunakan bahasa Muna dengan bahasa Indonesia, bahasa Wolio dengan bahasa Indonesia, atau bahasa Tolaki dengan bahasa Indonesia.

Istilah dari bilingualisme dalam Bahasa Indonesia disebut juga kedwibahasaan (Sumarsono & Partana, 2004). Menurut kedua ahli tersebut, istilah ini dapat diartikan secara harfiah sebagai penggunaan dua bahasa atau

dua kode bahasa. Dalam sosiolinguistik umum, bilingualisme didefinisikan sebagai penggunaan dua bahasa atau lebih oleh seorang penutur dalam interaksinya dengan orang lain secara bergantian. Untuk dapat menggunakan dua bahasa, seseorang tentunya membutuhkan penguasaan terhadap kedua bahasa tersebut, yaitu bahasa pertama dan bahasa kedua. Orang yang mampu menggunakan dua bahasa disebut bilingual, sedangkan kemampuan menggunakan dua bahasa sekaligus disebut bilingualisme.

Selain bilingualisme, terdapat pula istilah multilingualisme, yaitu kondisi penggunaan lebih dari dua bahasa oleh penutur dalam pergaulannya secara bergantian. Pola multilingualisme berarti penggunaan lebih dari satu bahasa oleh individu atau komunitas. Wardhaugh (2006) menyatakan bahwa multilingualisme disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain perpindahan penduduk (imigrasi), kehadiran pengunjung, perkawinan antara penutur bahasa yang berbeda, pendidikan, perdagangan, dan hubungan internasional.

Multilingualisme memiliki kaitan yang erat dengan kajian lanskap linguistik. Menurut Artawa (2020), secara historis, kapitalisme dan era postmodernitas telah menjadikan dunia semakin multibahasa. Institusi pemerintahan yang sebelumnya berfungsi sebagai lembaga manajemen dan perencanaan bahasa telah dipengaruhi oleh arus global informasi, media, manusia, dan teknologi. Permasalahan bahasa dan masyarakat menjadi semakin global, dan penggunaan bahasa oleh individu di berbagai belahan dunia menjadi semakin kompleks. Kondisi ini kemudian mempengaruhi penggunaan tanda-tanda bahasa di ruang publik. Dengan latar belakang tersebut, penelitian tentang lanskap linguistik dapat membantu memahami perubahan lanskap perkotaan yang terjadi dengan cepat dalam dunia yang semakin multibahasa.

Pemahaman tentang konstruksi penggunaan bahasa dapat memberikan dasar empiris untuk merumuskan kebijakan bahasa di sektor pariwisata. Analisis terhadap bentuk, jenis, dan pola bahasa yang efektif dalam menarik wisatawan dan menciptakan pengalaman positif dapat menjadi acuan untuk pengembangan standar komunikasi pariwisata yang lebih baik.

Dengan demikian, konsep konstruksi penggunaan bahasa pada lanskap linguistik tidak hanya memberikan kerangka teoretis, tetapi juga alat analisis praktis yang komprehensif untuk memahami secara mendalam penggunaan bahasa dalam industri pariwisata dan dampaknya terhadap perilaku sosio-psikologis para stakeholder yang terlibat.

2.2.4 Kajian Fungsi-Fungsi Lanskap Linguistik

Konsep lanskap linguistik menjelaskan dua fungsi utama penggunaan bahasa di suatu kawasan, termasuk kawasan wisata, yaitu fungsi informasional dan fungsi simbolis.

2.2.4.1 Fungsi Informasional

Fungsi informasional berkaitan dengan kemampuan bahasa untuk memberikan informasi dan membedakan wilayah geografis berdasarkan bahasa yang digunakan masyarakat setempat. Dengan kata lain, bahasa berfungsi sebagai penanda wilayah masyarakat penuturnya sekaligus pembeda dari wilayah lain yang menggunakan bahasa berbeda.

Dalam konteks pariwisata, fungsi informasional lanskap linguistik dapat dilihat pada pelabelan objek wisata dengan menggunakan berbagai bahasa. Sebagai contoh, tempat wisata bernama "Benteng Keraton Buton" dapat diidentifikasi sebagai tempat wisata sejarah yang berada di Kota Bau Bau, Provinsi Sulawesi Tenggara. Melalui nama tersebut, wisatawan dapat memperoleh informasi tentang jenis wisata (sejarah), lokasi spesifik, dan identitas budaya setempat.

Fungsi informasi juga disebut sebagai fungsi penyampaian pesan secara eksplisit. Fungsi ini bertujuan agar pembaca dapat memahami informasi yang terdapat pada lanskap linguistik di ruang-ruang publik, seperti papan pengumuman, informasi penyewaan kendaraan, nama penginapan, dan fasilitas lainnya.

2.2.4.2 Fungsi Simbolis

Fungsi simbolis menjelaskan bahwa penggunaan bahasa pada lanskap linguistik selalu merepresentasikan simbol budaya tertentu yang berkaitan erat dengan masyarakat yang tinggal di sekitar area tersebut. Fungsi ini biasanya memiliki makna implisit yang dapat dipahami melalui konteks budaya dan sejarah setempat.

Contoh fungsi simbolis dapat dilihat pada tempat wisata *Batu Poaro* di Kota Bau Bau. Penamaan wisata religi ini tidak hanya berfungsi sebagai identifikasi tempat wisata, tetapi juga mengandung makna simbolis yang mendalam bagi masyarakat Buton. Terdapat tradisi *Batu Poaro* yang bertujuan mengenang *Syekh Abdul Wahid* sebagai penziar agama Islam pertama di tanah Buton. Kata *Poaro* sendiri berasal dari *Apoaromo te Opuna* yang berarti "sudah berhadapan

dengan tuannya." Dengan demikian, tempat wisata ini tidak hanya melekatkan identitas masyarakat Buton, tetapi daya tarik wisatawan asing dan nusantara untuk datang berkunjung.

Fungsi simbolis mengungkapkan kekuatan, nilai, dan ideologi suatu kelompok masyarakat atau suku. Fungsi ini dapat dilihat dari berbagai aspek visual seperti bentuk dan ukuran huruf, pewarnaan, tingkat kemenonjolan (*salience*), dan elemen desain lainnya yang dipahami secara implisit oleh pembaca.

Selain itu, konsep faktor-faktor yang mendukung fungsi informasional lebih dalam dikemukakan oleh Dagenais *et al.* (2008) yakni:

"...In addition to the explicit message of the sign and language of the sign, other factors relating to informational functions include the physical locations of signs and physical qualities of signs such as color, font, material, and style". (Dagenais et al., 2008)

Konsep Dagenais ini menegaskan bahwa fungsi informasi tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui performansi visual lanskap linguistik yang mencakup pewarnaan, jenis huruf, material, dan gaya tampilan. Pembaca dapat memahami pesan pada lanskap linguistik melalui elemen-elemen visual seperti warna, jenis dan ukuran huruf, desain, serta lokasi penempatan.

Selanjutnya, menurut Dagenais *et al.* (2008) terdapat faktor-faktor yang mendukung fungsi simbolis lanskap linguistik, yaitu: *"...factors relating to symbolic functions include meanings interpreted in relation to cultural affiliation, identity, power relations, and language status..."* (Dagenais *et al.*, 2008). Faktor-faktor ini menginvestigasi bahwa makna simbolis lanskap linguistik dikaitkan dengan berbagai unsur, yaitu unsur budaya, identitas komunitas bahasa, hubungan kekuasaan atau dominasi bahasa, serta status bahasa dalam konteks dimana lanskap linguistik tersebut disajikan. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini penting untuk menganalisis bagaimana lanskap linguistik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai sosial, budaya, dan politik yang ada dalam masyarakat.

2.2.5 Kajian *Top-down* dan *Bottom-up* Lanskap Linguistik

Dalam buku yang diedit oleh Backhaus (2006a) dijelaskan bahwa terdapat banyak kasus kebijakan bahasa pada lanskap linguistik yang berlawanan dalam spektrum luas di seluruh dunia. Sebagian besar kasus kebijakan bahasa di seluruh dunia tersebut, yaitu kebijakan bahasa resmi sebuah kota, wilayah, atau

negara umumnya hanya menentukan penggunaan bahasa berdasarkan tanda-tanda yang bersifat resmi, sedangkan tanda komersial dan pribadi tidak diatur penggunaannya. Perbedaan antara lembaga resmi dan nonresmi juga telah terbukti menjadi minat utama dalam studi lanskap linguistik seperti yang dijelaskan oleh Gorter (2006) berikut. *“The first group consists of LL units produced at the behest of authorities, while the second is elements of the LL created by individuals or private businesses”* (Gorter, 2006). Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa rambu atas dibuat atas nama penguasa sedangkan rambu bawah adalah lanskap linguistik yang dibuat oleh perseorangan atau perusahaan swasta yang membedakan antara tanda-tanda komersial “swasta” dan “pemerintah”.

Kemudian kajian Ben-Rafael *et al.* (2006) membedakannya dengan istilah “top-down” untuk tanda resmi dan “bottom-up” untuk tanda pribadi atau swasta. Menurut Ben-Rafael, tanda-tanda *top-down* merupakan bentuk komitmen umum terhadap budaya dominan, sementara tanda-tanda *bottom-up* dirancang dengan kebebasan yang lebih besar sesuai dengan strategi individu atau kelompok tertentu.

Dalam bahasa yang berbeda, Backhaus (2006b) memberikan perspektif yang berbeda namun saling melengkapi dengan menjelaskan bahwa tanda resmi merupakan cerminan “kekuasaan” yang terbuka, sedangkan tanda swasta menyuarkan “solidaritas”. Perbedaan konseptual ini menimbulkan variasi nyata dalam penggunaan bahasa pada papan tanda pemerintah dibandingkan dengan tulisan pribadi atau iklan komersial yang sering muncul di ruang publik.

Penerapan konsep ini dapat dilihat dalam berbagai konteks geografis. Di Brussels, misalnya, pemberitahuan publik yang bersifat resmi secara hukum harus dilakukan dalam bahasa Perancis dan Belanda. Sementara itu, semua penggunaan bahasa komersial atau pribadi lainnya bebas dari regulasi hukum, sehingga sebagian besar mencerminkan *lingua franca* lokal Brussels, yaitu bahasa Perancis. Sebaliknya, di Tokyo, kebijakan bahasa terbatas pada rekomendasi administratif dan panduan untuk mengadopsi bahasa Jepang, namun tidak mengikat secara hukum.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa rambu *top-down* adalah rambu yang dibuat atas nama penguasa atau pemerintah, sedangkan rambu *bottom-up* merupakan lanskap linguistik yang dibuat oleh perseorangan atau perusahaan swasta. Dalam penelitian ini, konsep perbedaan

tersebut akan digunakan untuk mengidentifikasi nama-nama objek wisata yang dibuat melalui rambu *top-down* dan *bottom-up* pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.

2.2.6 Kajian Multilingualisme Lanskap Linguistik

Setelah studi perintis Landry dan Bourhis (1997), gelombang pertama para cendekiawan lanskap linguistik telah menunjukkan minat pada multibahasa di ruang publik. Studi Cenoz dan Gorter (2006) bahkan memperkenalkan studi lanskap linguistik sebagai "pendekatan baru untuk multibahasa" yang merupakan cara inovatif untuk mengkaji salah satu topik paling sentral dalam fokus perhatian studi sosiolinguistik secara umum. Semenjak buku yang diterbitkan oleh kedua ahli tersebut, multibahasa dan penutur multibahasa telah menjadi karakteristik penting dalam studi lanskap linguistik. Hal ini mencakup berbagai penelitian yang berfokus pada multibahasa di berbagai lokasi geografis dari beragam sudut pandang teoretis dan mengandalkan metodologi yang bervariasi.

Selanjutnya, Huebner (2003), Huebner (2006), dan Huebner (2016) berpendapat bahwa secara historis kapitalisme atau post modernitas telah menciptakan dunia menjadi semakin multibahasa. Lembaga-lembaga negara yang sebelumnya berfungsi sebagai institusi kontrol dan perencanaan bahasa telah mengalami perubahan akibat arus global informasi, media, mobilitas manusia, dan teknologi. Realitas sosiolinguistik yang semakin global dan kompleksitas penggunaan bahasa oleh individu di seluruh dunia berpengaruh signifikan terhadap penggunaan tanda bahasa di ruang publik. Dalam konteks ini, studi lanskap linguistik dapat membantu memahami perubahan lanskap perkotaan yang berlangsung cepat dalam dunia yang semakin multibahasa.

Fenomena pencampuran bahasa (*code mixing*) dan peralihan bahasa (*code switching*) telah menjadi fokus utama dalam penelitian lanskap linguistik. Sejumlah penelitian telah mengkaji praktik kombinasi bahasa yang luas dan pencampuran tanda-tanda di ruang publik di seluruh dunia, baik dari perspektif linguistik diskursif fungsional maupun struktural. Penelitian-penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana bahasa-bahasa berinteraksi dalam konteks visual dan spasial.

Aspek yang dapat dicermati dalam kajian multilingualisme adalah konten bahasa pada tanda-tanda multibahasa, seperti bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa daerah. Konten bahasa dalam tanda-tanda tersebut dapat ditampilkan dengan berbagai cara: sama atau setara, terpisah, atau tumpang

tindih. Untuk menganalisis fenomena ini secara lebih sistematis, Reh (2004) mengusulkan model untuk menggambarkan dan menganalisis teks multibahasa di ruang publik. Reh mengategorikan informasi multibahasa menjadi empat jenis: saling melengkapi (*complementary*), menggandakan (*duplicating*), terpisah-pisah (*fragmentary*), dan tumpang tindih (*overlapping*).

Model klasifikasi Reh (2004) tersebut memberikan kerangka analitis yang berguna untuk memahami bagaimana bahasa-bahasa berbeda diorganisasikan dalam satu ruang linguistik. Dalam penelitian ini, model tersebut akan digunakan untuk menemukan pola yang tepat dalam mengatur informasi multibahasa dalam penataan teks di ruang-ruang publik objek wisata di Kota Baubau. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang dinamika multilingualisme dalam konteks pariwisata di Indonesia.

2.2.7 Kajian Sociolinguistik

Sociolinguistik berasal dari gabungan kata "sosio" dan "linguistik". Kata "sosio" memiliki makna yang sama dengan "sosial", yaitu berhubungan dengan masyarakat. Sementara itu, linguistik adalah ilmu yang mempelajari dan membahas bahasa, khususnya unsur-unsur bahasa dan hubungan antar unsur tersebut. Dengan demikian, sociolinguistik dapat didefinisikan sebagai kajian yang menyusun teori-teori tentang hubungan antara masyarakat dengan bahasa. Berdasarkan pengertian tersebut, sociolinguistik mempelajari dan membahas aspek-aspek kemasyarakatan bahasa, khususnya perbedaan-perbedaan yang terdapat dalam bahasa yang berkaitan dengan faktor-faktor kemasyarakatan (Nababan, 1993).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa sociolinguistik tidak hanya mempelajari bahasa semata, tetapi juga mengkaji aspek-aspek bahasa yang digunakan oleh masyarakat. Sociolinguistik merupakan ilmu antardisiplin yang menggabungkan sosiologi dan linguistik, dua bidang ilmu empiris yang memiliki kaitan erat. Sosiologi adalah kajian objektif dan ilmiah mengenai manusia dalam masyarakat, lembaga-lembaga, dan proses sosial yang terjadi di masyarakat. Sosiologi berusaha memahami bagaimana masyarakat terbentuk, berlangsung, dan mempertahankan eksistensinya. Melalui studi terhadap lembaga-lembaga, proses sosial, dan berbagai masalah sosial dalam masyarakat, sosiologi mengkaji cara manusia menyesuaikan diri dengan lingkungannya, bersosialisasi, dan menempatkan diri dalam posisi masing-

masing di masyarakat. Sementara itu, linguistik adalah bidang ilmu yang mempelajari bahasa atau mengambil bahasa sebagai objek kajiannya.

Dengan demikian, sosiolinguistik dapat didefinisikan sebagai bidang ilmu antardisipliner yang mempelajari bahasa dalam kaitannya dengan penggunaan bahasa tersebut dalam masyarakat (Agustina & Chaer, 2004). Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik adalah ilmu antardisipliner yang mengkaji bahasa dalam hubungannya dengan penggunaan bahasa di lingkungan masyarakat tertentu.

Ditinjau dari nama, sosiolinguistik berkaitan dengan sosiologi dan linguistik, sehingga memiliki hubungan yang sangat erat dengan kedua disiplin ilmu tersebut. "Sosio" merujuk pada masyarakat, sedangkan "linguistik" adalah kajian bahasa. Oleh karena itu, kajian sosiolinguistik adalah studi tentang bahasa yang dikaitkan dengan kondisi kemasyarakatan Sumarsono dalam analisis Mubarak dan Rohaedi (2021). Berdasarkan beberapa uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik adalah ilmu yang mempelajari bahasa dalam kaitannya dengan kondisi masyarakat tertentu.

Sosiolinguistik cenderung memfokuskan diri pada kelompok sosial serta variabel linguistik yang digunakan dalam kelompok itu sambil berusaha mengkorelasikan variabel tersebut dengan unit-unit demografik tradisional pada ilmu-ilmu sosial, yaitu umur, jenis kelamin, kelas sosio-ekonomi, pengelompokan regional, status dan lain-lain. Bahkan pada akhir-akhir ini juga diusahakan korelasi antara bentuk-bentuk linguistik dan fungsi-fungsi sosial dalam interaksi intra-kelompok untuk tingkat mikronya, serta korelasi antara pemilihan bahasa dan fungsi sosialnya dalam skala besar untuk tingkat makronya (Ibrahim, 2015). Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik adalah ilmu yang mempelajari bahasa dengan memfokuskan diri pada kelompok sosial serta variabel linguistik yang digunakan.

Menurut Alwasilah (2005), terdapat lima garis besar yang diselidiki oleh sosiolinguistik, yaitu: pertama, macam-macam kebiasaan (*convention*) dalam mengorganisasi ujaran dengan berorientasi pada tujuan-tujuan sosial; kedua, studi tentang bagaimana norma-norma dan nilai-nilai sosial mempengaruhi perilaku linguistik; ketiga, variasi dan ragam bahasa yang dihubungkan dengan kerangka sosial para penuturnya; keempat, pemanfaatan sumber-sumber linguistik secara politis; dan kelima, aspek-aspek sosial dari bilingualisme dan multilingualisme.

Berdasarkan berbagai batasan tentang sosiolinguistik yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa sosiolinguistik meliputi tiga hal utama, yaitu bahasa, masyarakat, dan hubungan antara bahasa dengan masyarakat. Sosiolinguistik membahas dan mengkaji bahasa dalam kaitannya dengan penutur sebagai anggota masyarakat. Kajian ini mencakup bagaimana bahasa digunakan untuk berkomunikasi antar anggota masyarakat, bertukar pendapat, dan berinteraksi antara individu satu dengan lainnya dalam konteks sosial tertentu.

2.2.8 Kajian Sikap Bahasa

Sikap secara umum dapat diartikan sebagai bentuk tubuh, posisi berdiri, perilaku atau gerakan, dan perbuatan atau tindakan yang dilakukan berdasarkan pandangan, keyakinan, atau pendapat sebagai respons terhadap suatu hal atau peristiwa. Sikap merupakan fenomena psikologis yang biasanya termanifestasi dalam bentuk tindakan atau perilaku. Namun, dalam banyak penelitian ditemukan bahwa tidak selalu perilaku yang tampak di luar mencerminkan sikap yang sebenarnya ada dalam batin seseorang.

Sikap bahasa secara umum dipahami sebagai perilaku pengguna bahasa terhadap bahasa itu sendiri. Hubungan antara sikap bahasa dengan pemeliharaan dan perubahan bahasa dapat dijelaskan dengan mengidentifikasi perilaku-perilaku tertentu yang memiliki efek langsung atau tidak langsung pada pemeliharaan bahasa. Oleh karena itu, pertanyaan tentang bagaimana sikap terhadap jenis bahasa yang berbeda menggambarkan pendapat masyarakat dengan karakteristik sosial yang beragam menjadi sangat penting. Pemahaman terhadap sudut pandang ini berperan dalam komunikasi antarkelompok dan intrakelompok.

Sikap berbahasa merupakan peristiwa psikologis dan bagian dari sikap pemakai bahasa secara umum. Menurut Fishman (1991), sikap bahasa merupakan respons evaluatif terhadap bahasa tertentu. Sikap bahasa dapat didefinisikan sebagai sikap mental atau perasaan terhadap bahasa itu sendiri atau terhadap pengguna bahasa lain. Kedua pernyataan tersebut menunjukkan bahwa sikap bahasa adalah reaksi seseorang (pemakai bahasa) terhadap bahasanya sendiri dan bahasa orang lain. Richard *et al.* (1985), juga menyatakan bahwa sikap bahasa adalah sikap pemakai bahasa terhadap keragaman bahasanya sendiri dan bahasa orang lain.

Selain itu, sikap berbahasa seorang pemakai bahasa atau masyarakat bahasa, baik bilingual maupun multilingual, terwujud sebagai rasa bangga atau

olok-olok, penolakan atau penerimaan serentak terhadap bahasa tertentu atau masyarakat pemakai bahasa itu, baik pada bahasa yang dikuasai oleh setiap individu maupun oleh anggota masyarakat (Rusyana, 1989). Sikap ini mengacu pada status bahasa dalam masyarakat, termasuk status politik dan ekonomi. Penggunaan bahasa juga terkait dengan kehidupan kelompok masyarakat tertentu yang sering mengalami stereotip, karena bahasa bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai identitas sosial.

Dalam kajian sosiolinguistik, sikap bahasa mengacu pada perilaku atau tindakan yang didasari oleh sikap tertentu dalam menanggapi fenomena penggunaan bahasa oleh penutur bahasa tersebut. Bahasa dalam suatu masyarakat dapat berbeda dengan masyarakat lainnya karena penggunaan bahasa dapat dipengaruhi oleh karakteristik sosial yang berbeda-beda.

Sikap bahasa merupakan sistem keyakinan atau kognisi yang relatif berjangka panjang mengenai bahasa dan objek bahasa, yang mempengaruhi seseorang untuk memberikan respons dengan cara tertentu yang disenangkannya. Sikap ini biasanya bersifat positif (bila dipandang baik atau disukai) atau negatif (bila dipandang tidak baik atau tidak disukai).

2.2.8.1 Sikap Positif terhadap Bahasa

Sikap positif adalah sikap antusias terhadap penggunaan bahasa seseorang atau bahasa yang digunakan oleh kelompok/komunitas linguistik tertentu. Sikap positif tentunya mengacu pada sikap atau perilaku yang tidak bertentangan dengan aturan atau norma yang telah ditetapkan. Sikap positif terhadap bahasa adalah penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah bahasa dan sesuai dengan situasi kebahasaan.

Sikap positif terhadap bahasa adalah penggunaan bahasa yang sesuai dengan kaidah bahasa dan sesuai dengan situasi kebahasaan. Hal-hal yang menunjukkan sikap positif seseorang terhadap bahasanya antara lain:

- a. Menggunakan bahasa sesuai dengan kaidah dan situasi bahasa.
- b. Menggunakan bahasa sendiri tanpa mencampurnya dengan bahasa asing sekalipun lawan bicara mengerti maksud pembicaraan itu, alangkah lebih baik menggunakan bahasa yang sesuai dengan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Sikap seperti itu berarti kita bangga dengan bahasa kita sendiri.
- c. Gunakan bahasa sesuai dengan keperluan. Dalam interaksi sosial, kita juga dapat memenuhi berbagai kebutuhan. Misalnya, hubungan antarbangsa, terkadang menuntut pemakaian bahasa yang sesuai dengan kemampuan

orang yang terlibat di dalamnya. Oleh sebab itu, bahasa bahasa asing kadang-kadang diperlukan untuk keperluan itu. Secara singkat dapat dikatakan bahwa penggunaan bahasa selain bahasa Indonesia untuk tujuan tertentu tidak perlu dipandang sebagai cerminan rasa kebangsaan yang rendah.

Ketiga hal di atas merupakan contoh sikap positif terhadap bahasa. Sikap bahasa yang positif hanya akan tercermin apabila si pemakai mempunyai rasa setia untuk memelihara dan mempertahankan bahasanya sebagai sarana untuk berkomunikasi. Sikap positif terdapat pada seseorang yang mempunyai rasa bangga terhadap bahasanya sebagai penanda jati diri.

Secara lebih luas, ada tiga ciri yang dikemukakan oleh Garvin dan Mathiot (1972), dan Lukman (2017) menyajikan ciri-ciri utama sikap positif, yaitu: Loyalitas bahasa, kebanggaan bahasa dan kesadaran akan adanya norma-norma bahasa. Pertama, kesetiaan bahasa menurut konsep ini adalah sikap yang mendorong suatu masyarakat untuk turut mempertahankan kemandirian bahasanya, dalam mencegah masuknya pengaruh asing.

Kedua, kebanggaan terhadap bahasa merupakan sikap yang mendorong seseorang atau kelompok menjadikan bahasanya sebagai lambang identitas pribadi atau kelompoknya sekaligus hal yang membedakannya dari orang atau kelompok lainnya.

Ketiga, kesadaran adanya norma bahasa mendorong penggunaan bahasa secara cermat, korek, santun, dan layak. Kesadaran yang demikian merupakan faktor yang sangat menentukan perilaku tutur dalam wujud pemakaian bahasa (*language use*). Kesetiaan bahasa, kebanggaan bahasa, dan kesadaran bahasa akan adanya norma bahasa merupakan ciri-ciri positif terhadap suatu bahasa.

Menurut Sumarsono (2011), dalam masyarakat multilingual, preferensi bahasa seseorang ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain topik pembicaraan (*topic of conversation*), kelas sosial, kelompok umur, jenis kelamin, dan situasi penggunaan pengguna bahasa. Apabila seseorang pengusaha kecil, termasuk kelompok dari berbagai etnik, tetapi sekaligus juga pemakai Bahasa Indonesia, termasuk golongan dewasa dan tua, tentang penyematan nama tempat usaha akan cenderung memilih bahasa Indonesia dari pada Bahasa Inggris.

2.2.8.2 Sikap Negatif terhadap Bahasa

Ketiadaan gairah atau dorongan untuk mempertahankan kemandirian bahasa merupakan salah satu penanda sikap negatif, yang menunjukkan bahwa kesetiaan berbahasa mulai melemah dan dapat berlanjut menjadi hilang sama sekali. Sikap negatif terhadap bahasa dapat terjadi bila seseorang atau sekelompok orang tidak memiliki rasa bangga terhadap bahasanya dan mengalihkan kebanggaan tersebut kepada bahasa lain, seperti bahasa asing.

Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain faktor politis, faktor etnis, ras, gengsi, serta anggapan bahwa bahasa asing lebih promotif dan modern sehingga lebih menarik untuk digunakan. Sebagai contoh yaitu penggunaan bahasa Inggris pada penamaan tempat usaha di Kota Baubau sedangkan di sana merupakan dominan pengguna Bahasa Nasional dan Bahasa Daerah.

Bahasa Indonesia terkadang dianggap sebagai bahasa yang kurang fleksibel dan kurang mengikuti perkembangan zaman jika digunakan dalam teks lanskap linguistik. Pengusaha-pengusaha muda pada era sekarang kurang tertarik dan antusias menggunakan bahasa Indonesia karena menganggap bahasa Indonesia terlihat biasa saja dan nilai promotif serta kemodernannya kurang. Hal ini merupakan indikasi bahwa mereka tidak berminat lagi menggunakan bahasa Indonesia, atau dapat juga dipengaruhi oleh perkembangan keadaan yang menghendaki segala sesuatu yang praktis, sederhana, dan terlihat keren untuk disajikan kepada publik.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional dirasa telah mulai pudar ciri sikap bahasa positifnya. Sikap negatif juga memiliki konsekuensi yang jelas ketika seseorang atau sekelompok orang tidak menyadari keberadaan norma bahasa. Sikap ini tercermin dalam penggunaannya, dimana mereka tidak merasa perlu menggunakan bahasa secara hati-hati dan sistematis serta mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku.

Untuk mengatasi sikap berbahasa yang negatif, diperlukan pendidikan bahasa yang dilakukan berdasarkan pemajuan norma dan standar sosial dan budaya yang berlaku dalam komunitas bahasa yang bersangkutan. Motivasi belajar didasarkan pada dua orientasi. Pertama, orientasi instrumental atau perbaikan nasib. Orientasi ini sering terjadi pada bahasa-bahasa yang memiliki cakupan penggunaan luas, dituturkan secara luas, dan menjanjikan nilai ekonomi yang tinggi, seperti bahasa Inggris, bahasa Prancis, dan bahasa Jepang.

Kedua, orientasi integratif atau rasa ingin tahu tentang budaya masyarakat yang bahasanya dipelajari. Orientasi ini umum dalam bahasa masyarakat yang sangat beradab, namun bahasa tersebut hanya digunakan sebagai alat komunikasi terbatas pada kelompok etnis tertentu.

Ketiga kecenderungan tersebut juga merupakan faktor yang mempengaruhi sikap bahasa seseorang. Selain itu, sikap bahasa juga dapat mempengaruhi preferensi seseorang dalam menggunakan suatu bahasa dibandingkan bahasa lain dalam masyarakat bilingual atau multilingual.

Garvin dan Marthiot dalam paparan Lukman (2017) memberikan indikator sikap negatif pengguna bahasa, yaitu:

- 1) Ketika seorang anggota suatu komunitas atau kelompok bahasa tidak lagi memiliki semangat atau keinginan untuk mempertahankan kemandirian bahasanya, ini merupakan tanda bahwa loyalitas bahasanya mulai melemah yang pada gilirannya tidak mustahil akan menjadi hilang sama sekali.
- 2) Ketika seseorang atau sekelompok orang, sebagai anggota suatu komunitas, tidak bangga dengan bahasanya sendiri dan bangga dengan bahasa lain yang bukan bahasanya.
- 3) Ketika seseorang atau sekelompok orang, sebagai anggota masyarakat tidak menyadari adanya norma bahasa. Sikap seperti itu biasanya menjadi ciri hampir semua perilaku dalam berbahasa. Hal itu menunjukkan tidak lagi mempunyai keinginan atau rasa terdorong untuk menggunakan bahasa yang sopan dan santun.

2.2.9 Kajian Sosiopsikologis

Tradisi sosiopsikologis memiliki tujuan mengkaji individu sebagai makhluk sosial. Tradisi ini berasal dari kajian psikologi sosial dan memiliki fondasi yang kuat dalam ilmu komunikasi. Teori-teori dalam tradisi sosiopsikologis berfokus pada berbagai aspek perilaku manusia, meliputi perilaku sosial individu, variabel psikologis, efek individu, kepribadian dan sifat, persepsi, serta kognisi (Littlejohn & Foss, 2010). Charles Osgood merupakan tokoh penting dalam tradisi sosiopsikologis. Sebagai seorang psikolog sosial terkemuka pada tahun 1960-an, Osgood berperan dalam perkembangan ilmu psikologi yang saat itu didominasi pembahasan tentang perilaku, namun pendekatan kognitif baru mulai muncul. Osgood mengembangkan salah satu teori yang paling berpengaruh tentang makna. Teori yang dikemukakan oleh membahas cara-cara mempelajari

makna dan bagaimana makna tersebut berhubungan dengan pemikiran dan perilaku manusia (Tzeng et al., 2012; Osgood et al., 1957).

Menurut Lukyandari (2020), teori Osgood membahas bagaimana individu memberikan respons terhadap sebuah rangsangan dalam lingkungan dan membentuk hubungan yang disebut sebagai hubungan rangsangan-respons (R-R). Osgood meyakini bahwa asosiasi R-R yang dipelajari ini merupakan dasar pembentukan makna berdasarkan respons mental internal terhadap suatu rangsangan. Cara seseorang merespons dipengaruhi oleh representasi internal dalam pikirannya. Rangsangan dari luar menghasilkan pemaknaan internal yang selanjutnya akan menghasilkan respons keluar. Hal yang bersifat internal terhadap pengalaman seseorang menghadapi sebuah rangsangan disebut sebagai konotatif (Osgood, 1952; Osgood & Tzeng, 1990).

Selanjutnya, Osgood mengembangkan alat pengukuran yang disebut "Semantic Differential". *Semantic differential* (SD) adalah alat bantu pengukuran yang berasumsi bahwa pemaknaan seseorang dapat diungkapkan menggunakan kata-kata sifat. Osgood selanjutnya menggunakan teknik statistika yang disebut analisis faktor untuk mengetahui dimensi pemaknaan seseorang. Penelitian Osgood dalam bidang ini menghasilkan teori ruang semantik atau "semantic space". Osgood menyimpulkan bahwa pemaknaan seseorang terhadap setiap tanda terletak dalam ruang metafora yang terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu *evaluative* (evaluasi), *activity* (aktivitas), dan *potency* (potensi) (Osgood, 1956; Osgood, et al., 1957).

Osgood meyakini bahwa pemaknaan konotatif seseorang akan berada di suatu tempat dalam ruang hipotesis ini dan bergantung pada respons seseorang terhadap ketiga faktor tersebut. Osgood dan peneliti lainnya telah melakukan penelitian semantik terhadap beragam konsep, termasuk kata-kata, musik, seni, bahkan suara-suara sonar dalam cakupan budaya yang luas. Osgood meyakini bahwa ketiga konsep pemaknaan *evaluative*, *activity*, dan *potency* berlaku universal pada semua orang dan semua konsep.

Penerapan teori Osgood telah dibuktikan dalam berbagai penelitian empiris. Pada tahun 2004, Hawkes et al. (2004) dari Ontario, melakukan penelitian tentang indikator yang mempengaruhi pemaknaan perempuan bertato di kalangan mahasiswa. Dari 268 responden, 23% perempuan memiliki tato dan 15% laki-laki memiliki tato. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pria dan perempuan memiliki penilaian negatif terhadap perempuan dengan tato yang

terlihat dari indikator *visibility*. Untuk ukuran tato, indikator tersebut hanya berpengaruh terhadap responden yang tidak memiliki tato. Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik semantic differential dengan 22 indikator dan tiga dimensi yaitu *evaluative*, *potency*, dan *activity*. Penelitian ini membuktikan bahwa teori Osgood dapat diterapkan pada pemaknaan objek visual.

Penelitian lain dilakukan oleh Mondragón *et al.* (2005) dari *Campus del Riu* Spanyol, yang menerapkan ruang semantik dalam evaluasi desain alat mekanik. Penelitian ini bertujuan sebagai studi penerapan ruang semantik pada produk alat mekanik dari segi desain. Kelompok penelitian dibagi menjadi tiga bagian yaitu manajer produksi, mahasiswa bidang mekanik, dan operator. Terdapat empat jenis alat mekanik dan sembilan jenis desain yang digunakan, yaitu alat cetakan genteng, alat print, alat radiator otomotif, dan alat pabrik. Penelitian menggunakan 18 indikator dengan skala rating dari 3 (tinggi) hingga -3 (rendah). Hasil investigasi mereka menggaris bawahi bahwa respons positif muncul pada indikator *high-technology*, *intelligent*, *efficient*, *reliable*, *high-quality*, *safe*, dan *durable*. Rating buruk muncul pada indikator *easy to clean*, *simple*, *flexible*, dan *comfortable*. Penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa mahasiswa memiliki respons rating yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya, sedangkan operator memiliki respons rating yang lebih rendah. Para operator menunjukkan perhatian yang lebih besar pada aspek safety dibandingkan kedua kelompok lainnya. Sampel alat mekanik MC4 dan MC9 merupakan desain alat terbaik, sementara sampel MC3 dan MC7 merupakan desain alat mekanik terburuk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ruang semantik dapat diterapkan dalam bidang teknologi mekanik.

Berdasarkan landasan teoretis dan bukti empiris tersebut, peneliti melihat celah penelitian dan tertarik menerapkan kajian Osgood dalam lanskap linguistik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber dalam studi pemaknaan internal dari Osgood dalam kajian ilmu linguistik, terutama penggunaan bahasa teks lanskap linguistik di ruang publik pariwisata. Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menguji teori Osgood ketika diterapkan dalam persepsi dan penilaian wisatawan sebagai sarana komunikasi pariwisata. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui indikator-indikator mana yang paling dominan dipilih oleh wisatawan dalam menilai bahasa teks tertulis lanskap linguistik, apakah wisatawan tertarik dengan penggunaan bahasa Inggris,

bahasa Indonesia, bahasa daerah, atau bahasa campuran pada penamaan rambu-rambu (*signage*) di ruang publik pariwisata.

2.2.10 Kajian Multimodal

Dalam konteks analisis teks, multimodal merupakan prosedur analisis yang menggabungkan berbagai alat dan langkah analisis linguistik. Van Leeuwen (2015), mendefinisikan multimodal sebagai cara orang berkomunikasi menggunakan berbagai modus secara bersamaan, yaitu "penggunaan beberapa *semiotic modes* dalam desain produk atau peristiwa semiotik secara simultan, di mana modus-modus tersebut digabungkan untuk memperkuat, melengkapi, atau disusun dalam susunan tertentu". Fenomena ini semakin relevan karena dewasa ini semakin banyak orang mengandalkan penggunaan modus komunikasi yang berbeda untuk berkomunikasi secara efektif.

Komunikasi dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai penyampaian pesan dari pengirim kepada penerima, tetapi juga sebagai usaha penawaran makna dari pembuat kepada audiens, termasuk konsumen dalam konteks periklanan. Bezemer dalam analisis Kress dan Van Leeuwen (2020) mendefinisikan *mode* sebagai "a socially and culturally shaped resource for making meaning", *mode* dipahami sebagai sumber yang terbentuk secara sosial dan budaya untuk mengkomunikasikan makna. *Mode* atau modalitas tidak terbatas pada bahasa verbal saja, tetapi mencakup berbagai elemen seperti gambar dan citraan, bunyi, spasi atau ruang, warna, dan layout termasuk ruang kosong (*blank space*). Sehubungan dengan ini, Kedua penulis tersebut bahkan berargumen bahwa warna adalah salah satu "semiotic mode" sebab makna sebuah warna bisa berbeda dalam konteks berbeda, dan dari warna-warna lainnya. *Layout*, termasuk di dalamnya *blank space*, 'ruang kosong' seperti pada koran adalah contoh lain modalitas semiotik (*semiotic mode*).

Konsep teks dalam penelitian ini memiliki makna yang lebih luas dari sekadar tulisan atau lisan. Mengacu pada Halliday dikutip dalam analisis Eggins (2004), teks dipahami sebagai "all practices that signify", segala praktik yang memiliki makna, yang dapat berbentuk citraan, objek, praktik, bahkan bunyi. Berdasarkan pemahaman ini, teks dapat merujuk pada dua hal, yaitu pertama sebagai pengganti makna "semiotic mode" dan kedua sebagai "wadah" atau situs di mana modus komunikasi semiotik digunakan untuk menawarkan makna.

Di antara berbagai modalitas yang digunakan secara bersamaan, kombinasi verbal dan citraan merupakan yang paling sering digunakan

dibandingkan kombinasi mode lain seperti verbal dan musik. Untuk menganalisis kombinasi ini, Kress dan Van Leeuwen (2020ab) dalam karyanya menawarkan 'tata bahasa gambar' sebagai alat analisis. Meskipun Kress dan van Leeuwen tidak secara eksplisit mengurutkan langkah analisis, mereka mengelaborasi poin-poin penting yang harus diperhatikan. Penelitian ini merangkum dan mengurutkannya menjadi langkah analisis praktis yang dapat digunakan untuk menganalisa teks gambar.

Langkah pertama dalam analisis ini adalah memperlakukan gambar seperti bahasa. Gambar, seperti bahasa verbal, merealisasikan tiga metafungsi bahasa. Pertama adalah metafungsi ideasional, yaitu menganalisis bagaimana gambar merepresentasikan pengalaman. Kedua adalah metafungsi interpersonal, yaitu mengkaji hubungan yang tercipta antara pembuat, yang melihat, dan objek dalam gambar. Ketiga adalah metafungsi tekstual, yaitu melihat bagaimana gambar disusun dan disajikan, sebab susunan elemen mempengaruhi makna keseluruhan seperti halnya dalam kalimat pada bahasa verbal.

Teks multimodal yang terdiri dari teks verbal dan visual memiliki hubungan logis dalam menyampaikan makna. Hubungan ini dapat diketahui melalui keterkaitan antara komponen metafungsi dalam kedua jenis teks tersebut. Tata bahasa visual juga menciptakan jarak pengaturan komposisi yang berbeda untuk merealisasikan fungsi tekstual yang berbeda (Scollon & Scollon, 2003). Warna memiliki makna tertentu yang umumnya dipengaruhi oleh situasi dan budaya di mana warna tersebut digunakan. Kress dan van Leeuwen (2020) juga menegaskan bahwa warna merupakan modalitas semiotik karena memiliki kemampuan untuk menyampaikan makna.

Teori pendekatan multimodal oleh Kress dan van Leeuwen digunakan sebagai panduan karena sesuai dengan rumusan permasalahan penelitian ini, meskipun dilakukan penyesuaian dengan objek penelitian. Dalam kajian ini, analisis teks multimodal digunakan untuk mengungkap makna di luar bahasa atau visual dalam secara mendalam penggunaan teks lanskap linguistik pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.

2.2.11 Kajian Perencanaan Bahasa

Melihat urutan dalam penanganan dan pengolahan masalah-masalah kebahasaan dalam negara yang multilingual, multirasial dan multikultura, maka perencanaan bahasa merupakan kegiatan yang harus dilakukan sesudah melakukan kebijakan bahasa. Atau dengan kata lain, perencanaan bahasa itu

disusun berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah digariskan dalam kebijaksanaan bahasa. Tetapi, sebelumnya perlu diketahui ada pula pakar yang memasukkan kebijakan bahasa itu sebagai satu tahap dalam perencanaan bahasa.

Istilah perencanaan bahasa (*language planning*) mula-mula digunakan oleh Haugen (1959), pengertian usaha untuk membimbing perkembangan bahasa ke arah yang diinginkan oleh para perencana. Menurut haugen selanjutnya, perencanaan bahasa itu tidak semata-mata meramalkan masa depan berdasarkan dari yang diketahui pada masa lampau, tetapi perencanaan itu merupakan usaha yang terarah untuk mempengaruhi masa depan.

Dalam perkembangannya, setelah Haugen melancarkan istilah *language planning* itu, pengertian perencanaan bahasa itu yang banyak dikemukakan para pakar memang menjadi bervariasi, baik dari segi luasnya kegiatan, pelaku yang berperan didalamnya, maupun peristiliahannya, Das Gupta (1976) mengatakan perencanaan bahasa adalah kegiatan politis dan administratif untuk menyelesaikan persoalan bahasa di dalam masyarakat. Sementara, Moeliono (1999) berpendapat bahwa perencanaan bahasa terbatas pada saran atau rekomendasi yang aktif untuk mengatasi masalah pemakaian bahasa dengan cara yang paling baik. Keberhasilan perencanaan bahasa itu sangat bergantung pada jaringan komunikasi sosial yang ada dan pada mobilisasi kekuatan sosial.

Di Indonesia kegiatan yang serupa dengan *language planning* ini sebenarnya sudah berlangsung sebelum nama itu diperkenalkan oleh Haugen (Moeliono, 1999). Yakni sejak zaman pendudukan jepang ketika ada komisi bahasa Indonesia sampai ketika alisjahbana menerbitkan majalah Pembina bahasa Indonesia tahun 1948. Malah kalau mau dilihat lebih jauh, *language planning* di Indonesia sudah dimulai sejak Van Ophuijsen menyusun ejaan bahasa Melayu (Indonesia) pada tahun 1901 disusul dengan berdirinya *commissie voor de volksleer* tahun 1908, yang pada tahun 1917 berubah namanya menjadi balai pustaka lalu disambung dengan sumpah pemuda tahun 1928, dari kemudian kongres bahasa 1 tahun 1982 di Kota Solo.

Istilah yang digunakan Alisjahbana adalah *language engineering*, yang dianggapnya lebih tepat daripada istilah *language planning* yang terlalu sempit maksudnya. Cita-cita Alisjahbana dalam *language engineering* ini adalah pengembangan bahasa yang teratur di dalam konteks perubahan yang teratur didalam konteks perubahan sosial, budaya, dan teknologi yang lebih luas

berdasarkan perencanaan yang cermat, menurut Alisjahbana masalah language engineering yang penting adalah:

- a. Pembakuan bahasa
- b. Pemodernan bahasa
- c. Penyediaan alat perlengkapan seperti buku pelajaran dan buku bacaan

Istilah lain dalam perencanaan bahasa ini ada juga digunakan glottopolitics dan language reform. Istilah glottopolitics digunakan oleh Tauli (1974) dalam tulisannya mengenai keadaan bahasa di Haiti. Istilah tersebut digunakan untuk mengacu pada penerapan linguistik pada kebijaksanaan pemerintah dalam penentuan sarana komunikasi yang paling cocok.

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa berbagai istilah dengan berbagai variasi pengertian tentang perencanaan bahasa, namun ada suatu kesamaan, yaitu usaha untuk membuat penggunaan bahasa atau bahasa-bahasa dalam satu Negara di masa depan dengan lebih baik dan lebih terarah.

Ada 3 hal yang perlu dicakup dalam usaha untuk membimbing perencanaan bahasa, yaitu:

- a. Pembuatan tata ejaan yang bersifat normatif,
- b. Penyusunan tata bahasa,
- c. Kamus yang akan menjadi pedoman bagi penutur dan penulis dalam masyarakat tutur yang tidak homogen.

Sesudah memahami apa yang dimaksud dengan perencanaan bahasa. Perseorangan maupun lembaga pemerintahan atau lembaga swasta. Lembaga kebahasaan, baik yang merupakan instansi pemerintahan maupun bukan.

Masalah berikutnya dalam perencanaan bahasa ini adalah, apakah sasaran perencanaan bahasa itu. Dari berbagai kajian dapat kita lihat sasaran perencanaan bahasa itu (yang dilakukan setelah menetapkan kestatusan bahasa nasional dan bahasa resmi kenegaraan), yaitu:

- a. Pembinaan dan pengembangan bahasa yang direncanakan (sebagai bahasa nasional, bahasa resmi kenegaraan, dan sebagainya)
- b. Khalayak di dalam masyarakat yang diharapkan akan menerima dan menggunakan saran yang diusulkan dan ditetapkan

Kalau sasarannya adalah bahasa atau korpus bahasa yang akan dibina atau dikembangkan, maka sasaran itu dapat menjadi bermacam-macam, antara lain: pengembangan sandi bahasa bidang pengaksaran, di bidang peristilahan, di bidang pemekaran ragam wacana, dan sebagainya. Selain itu, dapat juga

direncanakan pembinaan pemakaian bahasa di bidang pengajaran dan penyuluhan, dapat juga direncanakan untuk "membangkitkan" kembali bahasa lama (yang telah tidak digunakan) untuk digunakan kembali, seperti yang dilakukan di Irlandia dan di Israel.

Kaitannya dalam penelitian disertasi ini perencanaan bahasa dilakukan untuk merancang konsep yang ideal penggunaan bahasa penataan teks lanskap linguistik pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau, yang dapat digunakan oleh para pemangku kebijakan dengan benar, sebab adanya konsep penataan teks LL yang disepakati akan memudahkan dan melancarkan jalannya komunikasi antar lintas budaya. Cara yang tepat dan efektif adalah melalui pengaturan penggunaan bahasa, untuk pembinaan jangka panjang dan melalui penyuluhan kepada anggota masyarakat, untuk pembinaan jangka pendek. Dalam hal ini harus diingat bahwa usaha perencanaan bahasa dengan segala langkah kegiatannya.

2.4 Defenisi Operasional

2.4.1 Penggunaan Bahasa

Defenisi operasional penggunaan bahasa ini dimaksudkan untuk memberikan batasan istilah dari sejumlah istilah pokok yang digunakan pada Gambar 2.2 Kerangka Pikir penelitian Topik I, yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan bahasa adalah susunan bahasa yang turut berperan dalam pembentukan berupa bentuk bahasa, jenis bahasa, dan pola bahasa (penggunaan yang dimaksud dapat berupa kata, frasa dan klausa).
2. Konstruksi bahasa adalah makna bahasa secara fungsi informasional dan fungsi simbolis dalam pembentukan teks lanskap lingusitik (konstruksi yang dimaksud berupa sistem dan fungsi modus komunikasi).
3. Bentuk bahasa adalah penggunaan tataran sintaksis berupa kata, frasa, klausa dan kalimat pada lanskap linguistik.
4. Jenis bahasa adalah ragam pemakaian bahasa yang muncul akibat perbedaan sarana, situasi, pemakaian, atau daerah asal penutur dari masyarakat tutur yang memiliki latar belakang sosial yang banyak atau berbeda-beda. Jenis bahasa berupa bahasa Daerah, bahasa Indonesia, bahasa Asing dan bahasa Campuran.
5. Pola Bahasa adalah cara seseorang atau kelompok menguasai jenis pemilihan bahasa dalam berkomunikasi satu sama lain. Pola bahasa seseorang ini dipengaruhi oleh latar belakang budaya, pengalaman, pendidikan, dan kebutuhan komunikasi individu. Penguasaan satu bahasa disebut monolingualisme, dua bahasa (bilingualisme), dan lebih dari dua bahasa (multilingualisme).
6. Identitas adalah konsep yang berkaitan dengan bagaimana bahasa yang digunakan dalam ruang publik mencerminkan dan membentuk identitas individu atau kelompok.
7. Relasi kekuasaan adalah konsep yang menggambarkan bagaimana bahasa dalam ruang publik dapat merefleksikan dan memperkuat dinamika kekuasaan dalam masyarakat. Ini juga bisa meliputi rambu dibuat atas nama penguasa/pemerintah (*Top-Down*) sedangkan rambu bawah adalah linguistik yang dibuat oleh perseorangan atau perusahaan swasta (*Bottom-Up*).
8. Status bahasa adalah konsep yang mengacu pada bagaimana visibilitas dan penggunaan suatu bahasa merefleksikan prestise atau kedudukannya dalam masyarakat atau penggunaan bahasa minoritas vs mayoritas.

9. Peta Bahasa pariwisata adalah konsep yang menggambarkan bagaimana bahasa digunakan secara visual, spasial maupun deskriptif, dimanifestasikan, dikonstruksi, dan dipersepsikan oleh masyarakat dalam berbagai elemen lanskap linguistik yang berhubungan dengan sektor pariwisata, seperti papan petunjuk, nama tempat wisata, materi promosi, informasi pengunjung, dan media komunikasi lainnya yang digunakan untuk melayani wisatawan yang ada pada ruang-ruang publik pariwisata di Kota Baubau.

2.4.2 Perilaku Sosiopsikologis

Defenisi operasional perilaku sosiopsikologis ini dimaksudkan untuk memberikan batasan istilah dari sejumlah istilah pokok yang digunakan pada Gambar 2.2 Kerangka Pikir penelitian Topik II, yaitu sebagai berikut:

1. Dimensi evaluasi adalah dimensi untuk mengukur penilaian positif atau negatif terhadap penggunaan bahasa. Ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menilai baik atau buruknya suatu konsep bahasa. Contoh, Baik-Buruk, Menyenangkan-Tidak menyenangkan, Bermanfaat-Merugikan. Misalnya dalam menilai konsep "Bahasa Inggris"
"Bermanfaat 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 --- 6 --- 7 Merugikan"
2. Dimensi potensi adalah dimensi untuk mengukur persepsi tentang kekuatan, kekuasaan, atau kapasitas yang terkait dengan suatu bahasa. Ini berkaitan dengan seberapa kuat atau lemah suatu konsep bahasa. Contoh, Kuat-Lemah, Kuno-Modern. Misalnya, dalam menilai konsep "Bahasa Daerah":
"Kuno 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 --- 6 --- 7 Modern"
3. Dimensi aktivitas adalah dimensi untuk mengukur persepsi tentang tingkat dinamisme, energi, atau aksi yang terkait dengan suatu bahasa. Ini berkaitan dengan seberapa aktif atau pasif suatu konsep dipandang. Contoh, Aktif-Pasif, Cepat-Lambat, Dinamis-Statik, Bersemangat-Lesu dan sebagainya. Misalnya, dalam menilai konsep "bahasa Indonesia":
"Aktif 1 --- 2 --- 3 --- 4 --- 5 --- 6 --- 7 Pasif"
4. Persepsi Positif adalah penilaian yang *favorable* atau menguntungkan terhadap suatu jenis bahasa (bahasa Indonesia, bahasa Daerah, bahasa Asing, bahasa Campuran) dengan skor rata-rata di atas 5 pada skala semantik diferensial 7 poin.
5. Persepsi negatif adalah penilaian yang *unfavorable* atau tidak menguntungkan terhadap suatu jenis bahasa (bahasa Indonesia, bahasa

Daerah, bahasa Asing, bahasa Campuran) dengan skor rata-rata di bawah 3 pada skala semantik diferensial 7 poin.

6. Persepsi netral adalah Penilaian yang seimbang atau tidak condong ke arah positif maupun negatif terhadap suatu jenis bahasa (bahasa Indonesia, bahasa Daerah, bahasa Asing, bahasa Campuran) dengan skor rata-rata di bawah 3 pada skala semantik diferensial 7 poin.
7. Sikap bahasa adalah proses mental dan kognitif terhadap bahasanya sendiri dan bahasa orang lain.
8. Perilaku sosiopsikologis adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan bahasa baik positif maupun negatif.
9. Kesetiaan bahasa (*language loyalty*) adalah sikap yang terdorong suatu masyarakat untuk turut mempertahankan kemandirian bahasanya, dalam mencegah masuknya pengaruh asing.
10. Kebanggaan terhadap bahasa (*language pride*) merupakan sikap yang mendorong seseorang atau kelompok menjadikan bahasanya sebagai lambang identitas pribadi atau kelompoknya dan sekaligus hal yang membedakannya dari orang atau kelompok lainnya.
11. Kesadaran adanya norma (*awareness of the norm*) bahasa adalah sikap yang mendorong seseorang dalam menggunakan bahasa secara cermat, korek, santun, dan layak. Kesadaran yang demikian merupakan faktor yang sangat menentukan perilaku tutur dalam wujud pemakaian bahasa (*language use*).
12. Komponen kognitif adalah pengetahuan mengenai alam sekitar dan gagasan yang biasanya merupakan kategori yang dipakai dalam proses berpikir mengenai pemilihan bahasa yang digunakan seseorang.
13. Komponen afektif adalah menyangkut masalah penilaian baik, suka atau tidak suka, terhadap sesuatu atau suatu keadaan terhadap suatu bahasa yang dipilih.
14. Komponen konatif adalah menyangkut perilaku atau perbuatan sebagai “putusan akhir” kesiapan reaktif terhadap suatu keadaan bahasa seseorang yang dipilih.
15. Sikap positif adalah sikap antusias terhadap penggunaan bahasa seseorang (bahasa yang digunakan oleh kelompok/komunitas linguistik seseorang).
16. Sikap negatif adalah ketiadaan gairah atau dorongan untuk mempertahankan kemandirian bahasanya.

17. Pemilihan Bahasa adalah keputusan seseorang dalam memilih jenis bahasa (Indonesia, Daerah, Asing dan Campuran).

2.4.3 Perencanaan Bahasa

Defenisi operasional perencanaan bahasa ini dimaksudkan untuk memberikan batasan istilah dari sejumlah istilah pokok yang digunakan pada Gambar 2.2 Kerangka Pikir penelitian Topik III, yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan bahasa adalah upaya sadar, sistematis, dan multidimensi untuk menemukan solusi atas masalah sosiolinguistik melalui penelitian, kebijakan, dan implementasi.
2. Pembakuan bahasa adalah proses menetapkan standar dan norma penggunaan teks lanskap linguistik di ruang-ruang publik pariwisata.
3. Pemodernan bahasa adalah proses menyesuaikan bahasa dengan kemajuan zaman. Ini melibatkan penciptaan istilah baru untuk teknologi, ide, dan fenomena kontemporer. Tujuannya agar bahasa tetap relevan, mampu mengekspresikan nuansa dunia modern. Tanpa ini, bahasa bisa menjadi "fosil hidup", tidak mampu mengartikulasikan pengalaman masa kini, apalagi masa depan.
4. Penyediaan alat perlengkapan seperti buku pelajaran dan buku bacaan adalah instrument dimana bahasa baku dan modern ditampilkan dalam aksi, memberi model dan inspirasi sebagai sarana pembelajaran. Tanpa alat ini, bahkan dengan standar dan istilah modern, pengguna bahasa akan kesulitan mengembangkan keterampilan dan apresiasi yang diperlukan.
5. Bahasa Nasional adalah bahasa yang berfungsi sebagai simbol kedaulatan nasional, menyatukan beragam kelompok etnis, dan digunakan dalam domain resmi negara.
6. Bahasa Daerah/Regional adalah bahasa yang berfungsi sebagai sarana komunikasi antar etnis dalam wilayah geografis tertentu, seringkali dengan sejarah atau budaya bersama.
7. Bahasa Internasional adalah bahasa yang digunakan untuk komunikasi luas antar negara, tanpa dikaitkan dengan suatu negara tertentu.