

KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA

Oleh:

Septia Rizqi Nur Abni¹

Dwina Artie Joelly²

Natasya Rosiani Bessy³

Novanda Rahma Ayumi Savira⁴

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kecamatan. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur
(60294).

Korespondensi Penulis: Septiarizqi.na@gmail.com

Abstract. *Indonesian plays a strategic role in advancing the tourism sector as a communication tool that bridges tourists with local communities. The importance of effective communication in supporting the tourist experience, cultural promotion, and development of tourism destinations in Indonesia. This study aims to analyze the contribution of Indonesian in improving service quality, promoting local culture, and encouraging tourism economic growth. The research method used is a literature study, by examining various literature related to the use of the Indonesian language in the tourism industry. The results of the study show that Indonesian supports the tourism sector through various ways, such as providing clear information in tourism promotion, training for tour guides, and improving communication between tourism actors and tourists. The discussion revealed that the effective use of Indonesian can increase tourist satisfaction, strengthen their appreciation of local culture, and encourage them to recommend the destination to others. In addition, the use of Indonesian also plays a role in preserving culture through conveying traditional values to tourists.*

Keywords: *Indonesian, developing, tourism.*

KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA

Abstrak. Bahasa Indonesia memainkan peran strategis dalam memajukan sektor pariwisata sebagai alat komunikasi yang menjembatani wisatawan dengan masyarakat lokal. Pentingnya komunikasi yang efektif dalam mendukung pengalaman wisatawan, promosi budaya, dan pengembangan destinasi pariwisata di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi Bahasa Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan, mempromosikan budaya lokal, dan mendorong pertumbuhan ekonomi pariwisata. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka, dengan mengkaji berbagai literatur terkait pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam industri pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bahasa Indonesia mendukung sektor pariwisata melalui berbagai cara, seperti penyediaan informasi yang jelas dalam promosi wisata, pelatihan bagi pemandu wisata, dan peningkatan komunikasi antara pelaku pariwisata dengan wisatawan. Pembahasan mengungkapkan bahwa pemanfaatan Bahasa Indonesia yang efektif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, memperkuat apresiasi mereka terhadap budaya lokal, serta mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Selain itu, penggunaan Bahasa Indonesia juga berperan dalam melestarikan budaya melalui penyampaian nilai-nilai tradisi kepada wisatawan.

Kata Kunci: Bahasa Indonesia, Memajukan, Pariwisata.

LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata merupakan salah satu pilar penting dalam penggerak perekonomian suatu negara. Pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan nasional, tetapi juga berperan dalam memperkenalkan kekayaan warisan budaya dan sejarah, sekaligus mempromosikan daya tarik baru. Di Indonesia, sektor ini menjadi salah satu sumber utama pendapatan devisa negara. Sebagai negara kepulauan dengan keragaman budaya dan alam yang luar biasa, Indonesia memiliki potensi besar untuk terus mengembangkan sektor pariwisatanya.

Pertumbuhan sektor pariwisata memberikan dampak positif, baik dalam hal perolehan devisa maupun penciptaan lapangan kerja di berbagai destinasi wisata (Cahyono, 2015). Kebudayaan Indonesia yang kaya membuka peluang besar untuk memajukan pariwisata berbasis nilai-nilai lokal. Strategi ini menjadi sangat relevan, terutama dalam memasarkan destinasi wisata yang erat kaitannya dengan unsur budaya. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, kebutuhan untuk meningkatkan kualitas

destinasi dan daya saingnya menjadi semakin penting. Salah satu aspek yang menentukan daya saing ini adalah kemampuan pemandu wisata dalam berkomunikasi dengan baik.

Dalam pengembangan destinasi wisata, perhatian tidak hanya diberikan pada infrastruktur fisik, tetapi juga pada aspek penggunaan bahasa. Bahasa menjadi alat simbolik yang digunakan masyarakat untuk berkomunikasi, memungkinkan terjadinya interaksi dan kerja sama. Tanpa bahasa, komunikasi antar manusia akan sangat terbatas (Sa'diyah, 2023). Dalam konteks pariwisata, bahasa menjadi jembatan utama antara pengunjung dengan destinasi wisata. Selain itu, bahasa juga mencerminkan kekayaan budaya yang ada, sehingga menambah daya tarik destinasi tersebut.

Penggunaan bahasa Indonesia dalam sektor pariwisata memiliki peran strategis, khususnya dalam memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi wisatawan domestik maupun internasional. Bahasa Indonesia yang digunakan dengan tepat membantu wisatawan memahami informasi tentang destinasi, budaya lokal, dan adat istiadat masyarakat setempat. Seiring berjalannya waktu, bahasa Indonesia terus berkembang untuk memastikan relevansi dan kemudahannya bagi masyarakat luas. Dinamika bahasa ini juga memungkinkan sektor pariwisata untuk tetap adaptif terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah. Dengan demikian, bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana promosi budaya yang efektif dan berkelanjutan (Rijal, 2021).

Industri pariwisata di Indonesia saat ini dihadapkan pada dua keputusan penting yaitu apakah akan lebih mengutamakan penggunaan bahasa asing atau mempertahankan bahasa Indonesia sebagai pilihan utama. Setiap keputusan memiliki konsekuensi yang dapat berdampak positif maupun negatif terhadap perkembangan industri pariwisata itu sendiri. Penggunaan bahasa Indonesia, misalnya, tidak hanya memperkenalkan banyak istilah baru, tetapi juga membantu menjaga identitas bangsa sebagai pemilik bahasa resmi (Almalya, 2023). Namun, globalisasi telah membuat produk dan elemen merek dalam pariwisata sering kali tetap berbasis pada bahasa asing, meskipun bahasa Indonesia digunakan sebagai bahasa pengantar utama.

Bahasa merupakan salah satu elemen penting dalam sektor pariwisata karena berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara wisatawan dan masyarakat lokal (Smith, 2010). Dalam konteks pariwisata di Indonesia, Bahasa Indonesia menjadi alat komunikasi utama yang memudahkan wisatawan memahami informasi mengenai destinasi wisata,

KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA

budaya, serta adat istiadat setempat. Pemahaman ini sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Jika wisatawan merasa puas, mereka cenderung memberikan rekomendasi kepada orang lain, yang secara tidak langsung akan meningkatkan kunjungan ke destinasi tersebut (Rinayanthi, 2020).

Penggunaan Bahasa Indonesia yang baik juga menciptakan kesan ramah dan profesional dalam pelayanan pariwisata. Ketika wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, mendapatkan informasi yang jelas dan mudah dipahami, mereka merasa dihargai dan lebih nyaman untuk menjelajahi kekayaan budaya dan keindahan alam Indonesia.

Pemanfaatan Bahasa Indonesia di sektor pariwisata memerlukan pendekatan strategis agar dampaknya maksimal. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui promosi wisata. Penggunaan Bahasa Indonesia dalam materi promosi, seperti brosur, situs web, dan media sosial, berperan penting dalam menjangkau pasar domestik maupun internasional. Dengan menyajikan informasi yang menarik, relevan, dan akurat, destinasi wisata dapat membangun citra yang baik di mata wisatawan.

Selain itu, pelatihan bahasa bagi pemandu wisata juga menjadi langkah strategis yang tidak kalah penting. Pemandu wisata yang terampil berkomunikasi dalam Bahasa Indonesia mampu menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini tidak hanya memberikan kesan positif tetapi juga meningkatkan kepuasan wisatawan.

Penyediaan informasi yang jelas melalui papan petunjuk, pamflet, atau aplikasi berbasis digital juga menjadi salah satu bentuk optimalisasi penggunaan Bahasa Indonesia. Dengan akses informasi yang mudah dan terstruktur, wisatawan dapat lebih memahami nilai budaya dan keindahan alam yang ditawarkan oleh suatu destinasi.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis berbagai aspek penggunaan bahasa Indonesia dalam pengembangan destinasi wisata di Indonesia. Pemahaman terhadap penggunaan bahasa ini diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan daya tarik destinasi Indonesia di kancah internasional. Penggunaan bahasa Indonesia yang optimal juga dapat membuka peluang baru untuk pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode atau pendekatan kepustakaan (library research), yang melibatkan serangkaian kegiatan seperti pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Studi kepustakaan, menurut Zed (2003), merupakan pendekatan yang memungkinkan peneliti untuk langsung berhadapan dengan teks atau data angka tanpa melakukan observasi langsung di lapangan. Dalam metode ini, terdapat empat ciri utama yang perlu diperhatikan. Pertama, peneliti bekerja langsung dengan teks atau data yang tersedia, bukan melalui interaksi lapangan. Kedua, data yang digunakan bersifat "siap pakai," karena peneliti cukup mengakses sumber-sumber informasi yang sudah ada, seperti buku atau jurnal, tanpa harus mengumpulkan data primer di lapangan. Ketiga, sebagian besar data yang digunakan bersifat sekunder, artinya peneliti memperoleh informasi dari sumber tangan kedua, bukan langsung dari sumber asli di lapangan. Keempat, data yang dikumpulkan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga peneliti dapat memanfaatkan informasi dari berbagai era dan lokasi (Zed, 2003).

Berdasarkan metode ini, pengumpulan data dilakukan dengan menelaah berbagai jurnal, buku, dokumen cetak atau elektronik, serta sumber informasi lain yang relevan dengan kajian penelitian. Pendekatan ini digunakan peneliti untuk menggali informasi secara mendalam dari berbagai literatur yang tersedia, guna menghasilkan analisis yang komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bahasa Indonesia memiliki peran strategis dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Sebagai alat komunikasi utama, bahasa Indonesia tidak hanya mempermudah interaksi antara wisatawan dengan pelaku industri pariwisata, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan budaya dan tradisi lokal. Dalam upaya meningkatkan pengalaman wisatawan, promosi budaya lokal, dan menciptakan komunikasi yang efektif, penggunaan bahasa Indonesia menjadi elemen yang tidak dapat diabaikan (Agusmana, 2022).

Salah satu peran penting bahasa Indonesia dalam pariwisata adalah meningkatkan pengalaman wisatawan. Dalam proses promosi dan pelayanan pariwisata, penggunaan bahasa Indonesia memberikan kemudahan bagi wisatawan, terutama dalam memahami

KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA

informasi yang berkaitan dengan destinasi, budaya lokal, dan adat istiadat masyarakat setempat. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Firdiansyah (2024) menunjukkan bahwa 94,4% responden penelitiannya setuju bahwa bahasa Indonesia dapat memperkaya pengalaman wisatawan. Hal ini disebabkan oleh kemampuan bahasa Indonesia untuk menyampaikan informasi secara jelas, sehingga wisatawan merasa lebih terhubung dengan destinasi yang mereka kunjungi. Ketika wisatawan mampu memahami nilai-nilai budaya dan tradisi lokal melalui bahasa Indonesia, pengalaman mereka menjadi lebih bermakna. Misalnya, dalam kunjungan ke desa-desa wisata, pemandu yang menggunakan bahasa Indonesia sering kali dapat memberikan penjelasan mendalam mengenai makna di balik setiap ritual adat atau simbol budaya yang mereka temui.

Selain itu, bahasa Indonesia juga memainkan peran penting dalam promosi budaya lokal. Sebagai negara yang kaya akan warisan budaya, Indonesia memiliki tanggung jawab besar untuk melestarikan dan mempromosikan kekayaan tersebut kepada dunia. Dalam konteks ini, bahasa Indonesia menjadi jembatan yang menghubungkan wisatawan dengan tradisi dan kebiasaan masyarakat setempat. Pemandu wisata yang menggunakan bahasa Indonesia dapat menyampaikan cerita atau filosofi di balik suatu tradisi dengan cara yang autentik, sehingga wisatawan tidak hanya mengamati, tetapi juga memahami esensi dari budaya tersebut. Misalnya, dalam kegiatan seperti pembuatan batik atau upacara adat, pemandu dapat menjelaskan proses dan nilai-nilai filosofis di balik aktivitas tersebut dengan lebih mendalam. Melalui pendekatan ini, wisatawan memiliki kesempatan untuk belajar sekaligus menghargai budaya lokal, yang pada akhirnya berkontribusi pada pelestarian tradisi (Yudistira, 2023).

Penggunaan bahasa Indonesia dalam promosi budaya juga memberikan manfaat lain, yaitu memperkuat hubungan antara wisatawan dan masyarakat lokal. Interaksi yang terjadi antara wisatawan dan penduduk sering kali menciptakan pengalaman yang lebih personal dan berkesan. Wisatawan yang berkomunikasi menggunakan bahasa Indonesia akan merasa lebih diterima dan dihargai oleh masyarakat lokal. Di sisi lain, masyarakat setempat juga merasa lebih nyaman ketika dapat berkomunikasi menggunakan bahasa mereka sendiri. Hubungan yang terjalin dengan baik ini pada akhirnya membentuk citra positif bagi destinasi wisata tersebut, yang dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali di masa mendatang (Prabhawati, 2019).

Selain mendukung promosi budaya, bahasa Indonesia juga berperan penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif dalam sektor pariwisata. Dalam industri yang melibatkan banyak pihak, seperti *tour and travel*, kemampuan untuk menyampaikan informasi secara jelas dan akurat sangatlah penting. Bahasa Indonesia memungkinkan pelaku industri pariwisata, seperti pemandu wisata, agen perjalanan, dan staf hotel, untuk memberikan informasi yang mudah dipahami oleh wisatawan domestik maupun internasional. Dengan komunikasi yang efektif, wisatawan dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan tanpa kebingungan, seperti jadwal perjalanan, aturan lokasi wisata, atau rekomendasi aktivitas yang sesuai dengan minat mereka (Rijal, 2021).

Komunikasi yang efektif juga menciptakan suasana ramah dan profesional dalam layanan pariwisata. Wisatawan yang merasa diperlakukan dengan baik cenderung memberikan ulasan positif, yang sangat berpengaruh terhadap citra destinasi wisata. Penggunaan bahasa Indonesia yang sopan dan profesional, misalnya dalam menyambut tamu atau menjawab pertanyaan wisatawan, dapat meninggalkan kesan mendalam. Dalam dunia pariwisata yang kompetitif, citra positif ini menjadi aset penting untuk menarik lebih banyak wisatawan. Tidak hanya itu, komunikasi yang baik juga membantu mengelola situasi sulit, seperti menangani keluhan atau memberikan solusi ketika terjadi kendala. Kemampuan untuk merespons dengan baik menggunakan bahasa Indonesia menunjukkan dedikasi pelaku pariwisata terhadap kualitas pelayanan (Sagala, 2023).

Namun, penggunaan bahasa Indonesia dalam pariwisata juga menghadapi tantangan, terutama di era globalisasi. Banyak pelaku industri lebih memilih menggunakan bahasa asing, seperti Inggris, untuk menarik wisatawan mancanegara. Meskipun strategi ini efektif dalam menjangkau pasar internasional, penggunaan bahasa asing secara dominan dapat mengurangi esensi lokal yang seharusnya menjadi daya tarik utama destinasi wisata. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing, di mana bahasa Indonesia tetap menjadi medium utama untuk memperkuat identitas budaya, sementara bahasa asing digunakan sebagai alat pendukung untuk menjangkau audiens global.

Peran bahasa Indonesia dalam pariwisata juga perlu didukung melalui edukasi dan kesadaran masyarakat. Masyarakat lokal perlu dilibatkan dalam upaya pelestarian budaya dan penggunaan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi utama. Dengan begitu, bahasa Indonesia tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga sarana pelestarian identitas

KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA

bangsa di tengah arus globalisasi. Kesadaran kolektif ini dapat menjadi fondasi yang kuat untuk menjadikan bahasa Indonesia sebagai bagian integral dari pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan.

Bahasa Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam sektor pariwisata Indonesia. Penggunaannya tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan, tetapi juga mendukung pelestarian budaya lokal dan menciptakan komunikasi yang efektif. Dengan strategi yang tepat, bahasa Indonesia dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif pariwisata Indonesia, menjadikannya lebih menarik di mata dunia sekaligus mempertahankan identitas budaya bangsa.

Salah satu kendala utama adalah kurangnya pelatihan bahasa bagi pemandu wisata dan pelaku industri pariwisata lainnya. Tanpa kemampuan berkomunikasi yang baik dalam Bahasa Indonesia, interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal dapat terhambat. Hal ini terutama penting di daerah-daerah yang menjadi destinasi wisata utama, di mana wisatawan dari berbagai latar belakang budaya datang untuk berkunjung (Yudistira, 2023).

Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah dan pelaku industri perlu menyediakan program pelatihan bahasa yang sistematis bagi pemandu wisata, pengelola tempat wisata, dan pelaku usaha lokal. Pelatihan ini tidak hanya mencakup kemampuan berbicara dalam Bahasa Indonesia, tetapi juga pemahaman tentang bagaimana menggunakan bahasa tersebut untuk menyampaikan informasi budaya dan sejarah secara menarik. Dengan cara ini, pemandu wisata dan pelaku industri pariwisata dapat menjadi duta budaya yang efektif, yang mampu memberikan pengalaman berkesan kepada wisatawan.

Solusi lainnya adalah menciptakan materi referensi yang dapat membantu wisatawan memahami Bahasa Indonesia secara praktis. Misalnya, buku saku atau aplikasi digital yang berisi kosakata dasar dan frasa penting dalam Bahasa Indonesia dapat mempermudah wisatawan untuk berkomunikasi. Materi seperti ini juga dapat menjadi alat promosi yang efektif, karena membantu wisatawan merasa lebih percaya diri dan terhubung dengan budaya lokal.

Selain itu, kerjasama antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat lokal sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung penggunaan Bahasa Indonesia. Melalui kerja sama ini, berbagai inisiatif dapat dikembangkan untuk meningkatkan peran bahasa dalam memperkaya pengalaman

wisatawan. Misalnya, festival budaya yang melibatkan masyarakat lokal dapat menjadi wadah untuk mempromosikan Bahasa Indonesia sekaligus memperkenalkan kekayaan tradisi Indonesia kepada dunia (Rizkyanfi, 2018).

Dalam era digital, penggunaan teknologi juga dapat memperkuat peran Bahasa Indonesia dalam pariwisata. Platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile dapat digunakan untuk menyebarkan informasi tentang destinasi wisata dalam Bahasa Indonesia. Penggunaan teknologi ini memungkinkan industri pariwisata menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus memberikan pengalaman interaktif kepada pengguna. Misalnya, video pendek yang menjelaskan tradisi lokal dalam Bahasa Indonesia dapat menarik perhatian wisatawan potensial dari berbagai negara (Lalu, 2022).

Dengan memanfaatkan teknologi digital, pariwisata Indonesia dapat beradaptasi dengan tren global sekaligus mempertahankan identitas budayanya. Langkah ini juga memungkinkan pelaku industri untuk menghadirkan inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan modern. Sebagai contoh, pengembangan aplikasi yang menyediakan panduan wisata berbasis Bahasa Indonesia dengan fitur penerjemahan *real-time* dapat mempermudah wisatawan asing untuk mengeksplorasi destinasi di Indonesia. Kontribusi Bahasa Indonesia dalam sektor pariwisata tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan, tetapi juga memperkuat identitas budaya Indonesia di mata dunia. Dengan mempromosikan penggunaan bahasa ini secara luas, Indonesia dapat memperkuat daya saing pariwisata secara global sekaligus mendorong pembangunan sektor ini secara berkelanjutan.

Oleh karena itu pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat untuk terus mendukung upaya penggunaan Bahasa Indonesia dalam berbagai aspek pariwisata. Dengan pendekatan yang komprehensif dan kolaboratif, potensi Bahasa Indonesia sebagai alat untuk memajukan sektor pariwisata dapat dimaksimalkan. Langkah ini tidak hanya bermanfaat untuk menarik lebih banyak wisatawan, tetapi juga untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata yang kaya akan budaya, ramah, dan kompetitif di tingkat global.

Dalam menghadapi tantangan dan peluang di sektor pariwisata, Bahasa Indonesia harus dipandang sebagai aset strategis yang mampu memberikan nilai tambah. Dengan meningkatkan penggunaan Bahasa Indonesia secara efektif, sektor pariwisata Indonesia

KONTRIBUSI BAHASA INDONESIA DALAM MEMAJUKAN SEKTOR PARIWISATA

dapat berkembang menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus melestarikan kekayaan budaya bangsa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bahasa Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan sektor pariwisata di Indonesia. Sebagai alat komunikasi yang menghubungkan wisatawan dengan masyarakat lokal, Bahasa Indonesia memudahkan penyampaian informasi terkait destinasi, budaya, dan adat istiadat setempat. Dengan komunikasi yang efektif, wisatawan dapat memahami informasi dengan lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan pengalaman mereka dan kepuasan selama berkunjung. Selain itu, Bahasa Indonesia juga berfungsi sebagai sarana promosi destinasi wisata, baik melalui materi promosi cetak maupun digital, yang mampu menjangkau pasar domestik maupun internasional. Hal ini membantu meningkatkan daya saing destinasi wisata Indonesia di tingkat global.

Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam sektor pariwisata juga berperan dalam melestarikan budaya lokal melalui penjelasan tentang tradisi dan adat istiadat kepada wisatawan. Pelatihan pemandu wisata dan peningkatan kualitas penerjemahan materi promosi menjadi langkah yang penting untuk memastikan komunikasi yang jelas dan mudah dipahami. Dengan komunikasi yang efektif, pelaku industri pariwisata dapat membangun hubungan baik dengan wisatawan dan menciptakan pengalaman yang autentik dan positif. Dengan demikian, Bahasa Indonesia tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah pengunjung dan kepuasan wisatawan.

DAFTAR REFERENSI

- Agusmana, U. M. (2022). Citra Bahasa Indonesia pada Penamaan Fasilitas Pariwisata Lombok Barat. *LINGUA SKOLASTIKA Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesiaserta Pembelajarannya*, 14-23.
- Almalya Dewita Syawwal, S. F. (2023). Ragam Bahasa Indonesia Pada Bidang Pariwisata: Studi Kasus Penggunaan Bahasa Indonesia di dalam Bus Pariwisata . *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Bahasa (JURRIBAH)* , 123-130.
- Cahyono, B. (2015). Peran bahasa Indonesia dalam pengembangan pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 1(1), 1-12.

- Firdiansyah, A., Maghrifah, A., Nabihah, D., et al. (2024). Pemanfaatan Bahasa Indonesia dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata. *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8(1): 15730-15736
- Lalu Erwan Husnan, L. R. (2022). Persepsi Wisatawan Terhadap Penggunaan Bahasa di Daerah Wisata Lombok. *Journal of Mandala Review*, 23-44.
- Prabhawati, A. (2019). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya Melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2).
- Rijal, A. S. (2021). Penggunaan Bahasa Dalam Ranah Pariwisata; Studi Di Kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung Maros, Sulawesi Selatan. *Sasdaya Gadjah Mada Journal of Humanities*, 38-51.
- Rinayanthi, N. M. (2020). Bahasa Indonesia Bagi Pariwisata. Denpasar: Unit Penerbit dan Publikasi Institut Pariwisata dan Bisnis.
- Rizkyanfi, M. W. (2018). Studi evaluatif bahan ajar membaca bahasa Indonesia bagi penutur asing (BIPA) tingkat pemula di Moscow, Rusia.
- Sa'diyah, A. H. (2023). Penggunaan Bahasa pada Perkembangan Industri Pariwisata di Surabaya: Studi Kasus Objek Wisata Museum Sepuluh Nopember. *MIMESIS : Universitas Ahmad Dahlan*, 143-152.
- Sagala, S. S. (2023). Pemahaman Bahasa Indonesia Di Bidang Pariwisata. *Student Scientific Creativity Journal*, 97-105.
- Smith, A. (2010). The role of language in tourism development. *Tourism Management*, 31(1), 1-10.
- Yudistira, M. Y. (2023). Efektifitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Promosi Pariwisata. *Metonimia: Jurnal Sastra dan Pendidikan Kesusastraan*, 120-125.
- Zed. 2003. Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor.