



Lanskap Bahasa dan Budaya di Destinasi Pariwisata Digital Nomad: Studi Kasus di Canggu

¹Made Budiarsa

²Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana
Denpasar, Indonesia
made_budiarsa@yahoo.com

²Yohanes Kristianto

²Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana
Denpasar, Indonesia
yohanes_ipw@unud.ac.id

Abstract— Penelitian Lanskap Bahasa dan Budaya di Destinasi Pariwisata Digital Nomad: Studi Kasus di Canggu bertujuan mengkaji fenomena bahasa dan budaya sebagai dampak mobilisasi global di area destinasi digital nomad. Metode kualitatif digunakan untuk mengungkap fenomena bahasa dan budaya global dengan setting alamiah di destinasi pariwisata digital nomad. Penelitian menemukan dinamika fenomena bahasa dan budaya digital nomad di Canggu. Simpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa lanskap bahasa dan budaya khas digital nomad di Canggu dan terjadi pergeseran identitas bahasa dan budaya lokal di Canggu. Implikasi hasil penelitian perlunya PERDA untuk mengatur penggunaan bahasa dan budaya asing di ruang publik/pariwisata agar tidak menjadi sampah visual, perlunya PERDA untuk mengatur lanskap bahasa dan budaya digital nomad agar tidak menggeser identitas bahasa dan budaya lokal di ruang publik, dan perlunya ikonisasi Canggu sebagai destinasi digital nomad yang bercirikan identitas Bali

Kata Kunci— lanskap bahasa, lanskap budaya, destinasi pariwisata, digital nomad

I. PENDAHULUAN

Perubahan *megatrends* di era revolusi industri 4.0 mampu memobilisasi global yang mempengaruhi pola perjalanan wisata di seluruh dunia [1]). Wisata *nomad* (berpindah-pindah) kini menjadi tren perjalanan wisatawan di Bali. Bali memang telah menjadi salah satu destinasi *digital nomad* terkenal di dunia dengan alasan seperti dinyatakan bahwa Bali memiliki ruang kerja bersama (*co-working space*) yang memanjakan para *digital nomad*. Hal tersebut juga didukung data empirik yang dikeluarkan oleh *Nomadlist*, situs yang menyediakan database lebih dari 1.203 kota di dunia menempatkan Canggu sebagai kota pantai terbaik bagi para *digital nomad* [2]

Digital nomad merupakan salah satu bentuk transformasi budaya siber dan visual pada wisatawan [3]. Canggu sebagai destinasi digital nomad tingkat dunia tentunya juga menjadi *meeting point* para wisatawan ruang interaksi yang terkait dengan aktifitas budaya wisatawan dan budaya lokal [4]. Sejalan dengan mobilitas wisatawan global, Canggu mengalami perubahan lanskap bahasa dan budaya di ruang publik Canggu. Perubahan lanskap bahasa terjadi pada tataran pemakaian tanda-tanda bahasa yang menjadi representasi budaya pariwisata yang sedang berkembang di ruang publik tersebut baik secara linguistik maupun kultural.

Fenomena *digital nomad* mendorong terjadinya perubahan identitas dan otentisitas bahasa dan budaya lokal seiring dengan proses komodifikasi pariwisata [5]. Perubahan lanskap bahasa yang dimaksud adalah penggunaan bahasa dalam bentuk tanda rambu-rambu jalan umum, papan iklan, nama jalan, nama tempat, rambu-rambu toko komersial, dan rambu-rambu publik di wilayah Canggu baik *monolingual*, *bilingual*, maupun multibahasa keseluruhan lanskap pariwisata beserta daya dukungnya sumber daya alam, pemandangan, topografi, air, dan margasatwa yang dikunjungi oleh wisatawan dengan berbagai persepsinya. Lanskap bahasa dan budaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lanskap turistik sebagai akibat mobilisasi wisatawan yang membentuk identitas global pada suatu destinasi pariwisata [6]

Perubahan bahasa dan budaya di destinasi pariwisata Canggu berpeluang menggeser identitas lokal Canggu sebagai salah satu destinasi pariwisata Bali untuk bertransformasi menjadi destinasi pariwisata global. Untuk itu, perubahan bahasa dan budaya dengan segala konsekuensinya menjadi fokus penelitian Lanskap Budaya dan Bahasa di Destinasi Pariwisata Digital Nomad.

Penelitian Lanskap Bahasa dan Budaya di Destinasi Pariwisata Digital Nomad: Studi Kasus di Canggu bertujuan mengidentifikasi fenomena bahasa dan budaya di destinasi pariwisata digital nomad Canggu; menemukan pola-pola bahasa dan budaya sebagai pembentuk lanskap global di destinasi pariwisata digital nomad Canggu; dan menyusun model pemertahanan identitas lokal di destinasi pariwisata Canggu berbasis Lanskap Bahasa dan Budaya.

Studi lanskap bahasa merupakan studi tentang bahasa yang ditampilkan di jendela toko, tanda-tanda komersial, poster, pemberitahuan resmi, rambu lalu lintas, dll baik monolingual, bilingual, maupun multilingual. Studi-studi terdahulu tercatat telah dilakukan di berbagai negara seperti di Malaysia, Singapura, Brunnei Darussalam Timor-Leste, Kamboja, Hong Kong, Jepang, Botswana, negara Balkan, Spanyol, Australia Selatan, Taipei, dan di Bosnia [7].

Di Indonesia, kajian lanskap bahasa belum banyak dilakukan sejumlah penelitian lanskap bahasa di Indonesia dilakukan oleh Yanuar dan Tabiati (2016) dan Oktavianus, dkk (2017). Yanuar dan Tabiati (2016) yang memfokuskan studi lanskap bahasa di Malang menemukan bahwa orang Indonesia memiliki posisi yang kuat dalam membentuk lanskap bahasa di Malang, sedangkan orang Jawa yang menggunakan bahasa Jawa kurang mendapatkan ruang publik. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional membentuk lanskap gaya hidup dan modernitas di Malang.

Oktavianus, dkk (2017) melakukan studi lanskap bahasa pada nama dan nilai-nilai budaya Rumah Makan Minang ada di Sumatra, Jawa, Bali dan Lombok. Hasil penelitian menunjukkan nama-nama rumah makan tersebut berasal dari nama orang Minang, bagian tubuh yang terhubung dengan aktivitas makan, organisme, sensasi, sumber, harapan dan doa dari keluarga; nilai-nilai tidak terdiversifikasi, kesetiaan dan keramahan [8].

Di Bali, studi lanskap bahasa dilakukan oleh Mulyawan (2017), Mulyawan dan Maharani (2019). Penelitian Mulyawan (2017) menemukan menunjukkan bahwa bahasa Bali hanya digunakan dalam 43 tanda dari 1.132 tanda. Selanjutnya, dari 43 tanda, hanya ada 22 menggunakan Bali murni, 19 tanda menggunakan bahasa Indonesia dengan Huruf Bali, dan 2 tanda menggunakan kombinasi Bali dan Indonesia. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa glokalisasi bahasa Bali belum tercapai; pada kenyataannya, bahasa Bali terpinggirkan di Bali sebagai tanda-tanda *out-door* [9].

Selanjutnya, penelitian Mulyawan dan Maharani (2019) yang mengkaji lanskap bahasa sebagai representasi budaya di wilayah Ubud, menunjukkan bahwa ada 28 tanda Galeri Seni dan Pameran, dari 757 tanda yang dikaji. Tanda-tanda luar budaya dibagi menjadi tiga kategori: galeri seni dan museum di 13 tanda-tanda luar; pertunjukan seni di 8 tanda luar; dan toko seni di 7 tanda luar. Temuan menunjukkan ada 14 tanda-tanda luar (50%) menggunakan kombinasi bahasa Bali dan Inggris. Kombinasi bahasa Indonesia dan Inggris dapat ditemukan di 9 tanda luar (32, 15%). Bahasa Inggris digunakan dalam 4 tanda luar (14, 28%) dan bahasa Indonesia hanya ditemukan pada 1 tanda luar (3, 57%). Tidak ada tanda luar yang menggunakan bahasa Bali [10].

Berdasarkan hasil studi terdahulu menunjukkan bahwa kajian lanskap cenderung berfokus pada kajian ilmu bahasa (linguistik) secara deskriptif terkait penggunaan bahasa di ruang publik dan komersial. Sedangkan lanskap budaya dibalik lanskap bahasa belum banyak dikaji secara mendalam. Penelitian sebelumnya juga belum membahas model pemertahanan identitas budaya lokal sebagai arah kebijakan bahasa di ruang publik. Untuk itu, penelitian Lanskap Bahasa dan Budaya di Destinasi Pariwisata Digital Nomad akan mengkaji fenomena bahasa dan budaya baik secara parsial maupun simultan. Canggu dipandang memadai sebagai lokasi penelitian dengan alasan Canggu menjadi lokasi mobilisasi bahasa dan budaya global.

Selain kajian ilmu linguistik terhadap fenomena bahasa, penelitian Lanskap Bahasa dan Budaya di Destinasi Pariwisata *Digital Nomad* juga mengkaji fenomena budaya yang direpresentasikan oleh bahasa. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan dua perspektif ilmu, ilmu linguistik tentang studi lanskap bahasa [11] dan perspektif antropologis, yaitu studi tentang dimensi budaya global [12].

II. METODE DAN PROSEDUR

Penelitian Lanskap Bahasa dan Budaya menggunakan metode kualitatif untuk mengungkap makna sosio-kultural terhadap suatu fenomena [13]. Metode kualitatif yang digunakan adalah studi kasus untuk mengkaji secara intensif, terinci dan mendalam tentang peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi terhadap hal yang aktual yang sedang berlangsung [14]. Peristiwa aktual dalam penelitian

ini adalah fenomena unik tentang bahasa dan budaya di destinasi pariwisata digital nomad khususnya di daerah Cangu.

Data penelitian studi kasus Lanskap Bahasa dan Budaya di Destinasi Pariwisata Digital Nomad diperoleh menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti juga berlaku sebagai instrumen kunci agar dapat mengukur ketepatan dan ketercukupan data serta kapan pengumpulan data harus berakhir. Penentuan informan yang tepat untuk diwawancarai, kapan dan di mana wawancara dilakukan juga dilakukan oleh peneliti.

Pengolahan data studi kasus dilakukan dengan pengecekan kebenaran data, menyusun data, melaksanakan penyandian (*coding*), mengklasifikasi data, mengoreksi jawaban wawancara yang kurang jelas [15]. Setelah itu, peneliti melakukan analisis data adalah untuk memaknai data dengan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya menjadi bagian-bagian berdasarkan pengelompokan tertentu. Selanjutnya, hasil analisis disimpulkan untuk menjadi suatu temuan terhadap rumusan masalah yang diajukan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

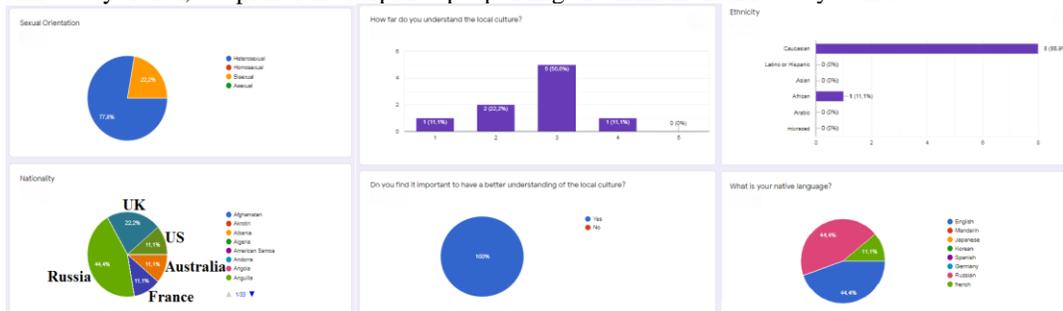
Karakteristik Digital Nomad di Cangu

Hasil survei google form sementara mampu menjangring 20 nomad. Berikut disajikan data survei tentang profil usia nomad antara 21-40 tahun dan didominasi oleh perempuan.



Gambar 1. Profil Wisatawan

Hasil survei tentang pendidikan menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan digital nomad didominasi lulusan universitas dengan lama tinggal antara 1-5 tahun. Hasil survei tentang izin tinggal, digital nomad umumnya menggunakan visa berkunjung. Hasil survei tentang pemahaman budaya lokal, umumnya digital nomad tidak memahami budaya lokal, tetapi mereka berpendapat penting untuk memahami budaya lokal.



Gambar 2. Pemahaman Budaya Lokal

Hasil survei tentang orientasi pertemanan cenderung bersifat heteroseksual dan didominasi digital nomad asal Rusia. Hasil survei tentang etnisitas, sebagian besar ras kaukasia dan berbahasa Inggris sebagai bahasa Ibu. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian digital nomad memahami dasar-dasar bahasa Indonesia dan berkeinginan untuk belajar bahasa Indonesia.

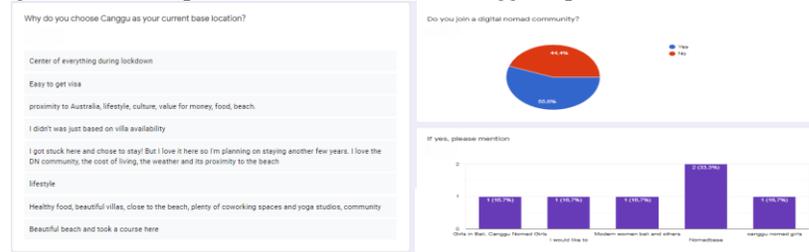


Gambar 3. Pemahaman Bahasa Indonesia

Survei terkait pemahaman bahasa lokal, semua digital nomad tidak memahami bahasa Bali, namun sebagian berkeinginan mempelajari bahasa Bali.

Canggu sebagai destinasi digital nomad

Hasil observasi menemukan bahwa Canggu memiliki beberapa tempat yang menarik untuk dikunjungi dengan beragam aktivitas liburan populer. Canggu memiliki kondisi wilayah yang majemuk yang mana terdapat partisipasi dari pendatang luar, baik dari provinsi lain di Indonesia hingga expatriat dan turis dari berbagai negara.



Gambar4. Asal Wisatawan

Lanskap Digital Nomad

Linguascape (Kata-kata/Bahasa Khas Digital Nomad)

Di Canggu, hampir semua digital nomad fasih berbahasa Inggris. Namun jika dilihat dari bahasa ibu, bahasa yang mendominasi adalah bahasa Rusia dan Inggris. Kebanyakan dari mereka mengerti Bahasa Indonesia secara basic, mencakup sapaan sehari-hari. Para digital nomad sebagian besar setuju bahwa mempelajari bahasa setempat, dalam hal ini Bahasa Indonesia, adalah penting sehingga mereka mempertimbangkan untuk mengambil kursus Bahasa Indonesia.

Dalam personal branding, para digital nomad sering kali menulis mengenai kebebasan, mimpi, dan bisnis secara online. Tulisan mereka pun diikuti dengan tagar #freedom #nomadlife #followyourdream.



Gambar5. Personal Branding

Cultural Landscape (Kuliner, cara komunikasi, pekerjaan, tempat tinggal, hobby, dll)

Menurut survey dan observasi (google form), gaya hidup digital nomad cenderung sehat dan sangat memperhatikan asupan dari makanan yang dikonsumsi. Program diet intermittent fasting telah populer di kalangan digital nomad di seluruh dunia. Hal ini menandakan bahwa digital nomad peduli akan kesehatan dan asupan makanannya sehingga mereka ingin lebih mengontrol apa yang mereka konsumsi.



Gambar6. lanskap budaya

Ideoscape (pandangan hidup dan cara hidup para digital nomad)

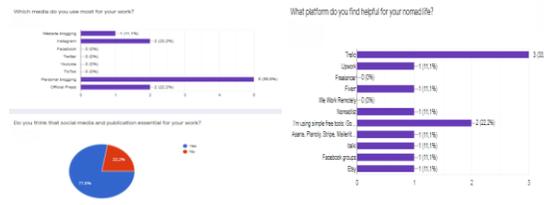
Digital nomad sangat suka akan kebebasan sehingga mereka merasa kurang cocok jika harus bekerja dalam aturan waktu yang baku. Kebanyakan dari digital nomad sebelumnya merupakan pekerja dari suatu perusahaan, meskipun menyukai kebebasan, kebanyakan digital nomad juga sempat meragu untuk melepas pekerjaan terdahulu dan menjadi digital nomad. Hal ini dikarenakan ketidakpastiannya penghasilan yang akan didapat ketika menjadi digital nomad.



Gambar 7. Pandangan hidup

Mediascape (media komunikasi dan social media yang digunakan)

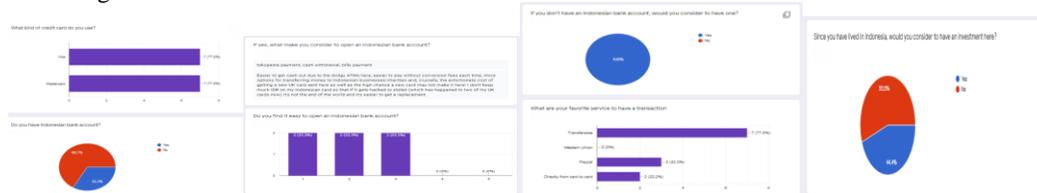
Berdasarkan survey, sebagian besar digital nomad di Cangggu menggunakan dan merasa sangat terbantu dengan platform trello yang memudahkan untuk mengorganisasikan pekerjaan.



Gambar 8. Penggunaan media

Financescape (konsumsi dan peredaran uang di kalangan digital nomad)

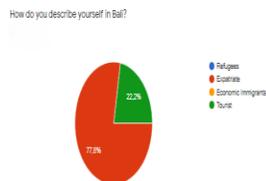
Transaksi pembayaran, digital nomad memiliki kartu kredit baik visa maupun mastercard sedangkan untuk pengiriman uang, TransferWise merupakan platform dan aplikasi yang populer. Di Cangggu, kebanyakan digital nomad belum memiliki akun di bank nasional, namun tetap mempertimbangkannya mengingat lebih mudahn ya pembayaran untuk e-commerce dan bill lainnya di Indonesia. Meskipun begitu, mayoritas digital nomad di Cangggu, belum mempertimbangkan untuk memiliki investasi di Indonesia.



Gambar 9. Pembayaran digital nomad

Etnoscape (profil, karakteristik asal digital nomad)

Di Cangggu, digital nomad didominasi oleh generasi usia 21-30 tahun, berkelamin perempuan, berorientasi heteroseksual, kewarganegaraan rusia, dan beretnis kaukasus. Seluruh digital nomad di Cangggu telah menempuh pendidikan di tingkat universitas. Mayoritas dari mereka tinggal di Indonesia menggunakan visa kunjungan dan mereka menganggap diri mereka sebagai expatriat. Sebelumnya, para digital nomad di Cangggu telah menepati beberapa daerah, khususnya daerah-daerah di Asia Tenggara. Para digital nomad di Cangggu rata-rata telah tinggal di Bali selama 1-5 tahun dan menganggap komunitas dan suasana di Bali mendukung mereka sebagai digital nomad. Mereka semua beranggapan bahwa memahami budaya setempat adalah penting.

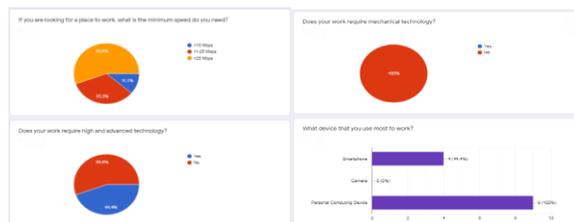


Gambar 10. Pemahaman budaya

Technoscape (sistem Informasi dan teknologi pendukung aktifitas digital nomad)

Gaya hidup digital nomad, khususnya dalam bekerja sangat membutuhkan teknologi pendukung. Maka dari itu, kemampuan perangkat dan jaringan internet sangatlah esensial bagi digital nomad meskipun tidak terlalu

memerlukan perangkat yang advance dan teknikal. Rata-rata digital nomad akan mencari tempat dengan koneksi internet yang stabil dengan kecepatan lebih dari 25Mbps dengan perangkat yang sering digunakan adalah smartphone dan laptop.



IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat dinamika fenomena bahasa dan budaya digital nomad di Canggu, lanskap bahasa dan budaya khas digital nomad di Canggu, dan indikasi tergesernya identitas bahasa dan budaya lokal di Canggu. Implikasi hasil penelitian menyarankan perlunya PERDA untuk mengatur penggunaan bahasa dan budaya asing di ruang publik/pariwisata agar tidak menjadi sampah visual, perlunya PERDA untuk mengatur lanskap bahasa dan budaya digital nomad agar tidak menggeser identitas bahasa dan budaya lokal di ruang publik, dan perlunya ikonisasi Canggu sebagai destinasi digital nomad yang bercirikan identitas Bali.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ketua LPPM Universitas Udayana yang telah memberikan pendanaan penelitian grup riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]Hakim, I.N. 2018. Kementerian Pariwisata. Seminar Nasional Seni dan Desain: “*Konvergensi Keilmuan Seni Rupa dan Desain Era 4.0*” FBS Unesa, 25 Oktober 2018
- [2]Haking, Julia. 2017. Digital Nomad Lifestyle. A Field Study In Bali. Master Of Science Thesis Index 2017:163. KTH Industrial Engineering And Management Industrial Management SE- 100 44 Stockholm
- [3] Nomadlist.com
- [4]Blommaert, J. 2013. *Ethnography, Superdiversity and Linguistic Landscapes: Chronicles of Complexity*. Ontario: Multilingual Matters.
- [5] Heller, M., dkk.2014 Introduction: Sociolinguistics and tourism – mobilities, markets, multilingualism *Journal of Sociolinguistics* 18/4, 2014: 425–458
- [6] Appadurai, A. 1996. *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Akindele, D. O. 2011. Linguistic Landscape as Public Communication : A Study of Public Signage in Gaborone Botswana. *International Journal of Linguistics*. 3(1), 1948-5425
- [7] Kasanga, L. A. (2012). Mapping the linguistic landscape of a commercial neighbourhood in Central Phnom Penh. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33(6), 553–567. Koschade, A. (2016). 12
- [8][9][10] Fakhroh, Z dan Rohmah, Z. 2018. Linguistic Landscape Of Sidoarjo City. *NOBEL: Journal of Literature and Language Teaching* Volume 9, No 2, September 2018, p-ISSN 2087-0698 e-ISSN 2549-2470; 96-116
- [11]Gorter, D. 2009. The Linguistic Landscape in Rome: Aspects of Multilingualism and Diversity. In R. Bracalenti, D. Gorter, I. Catia, F. Santonico, & C. Valente (eds.), *Roma Multiethnica (I cambiamenti nel panorama linguistico/changes in the linguistic landscape)* (pp. 15-55). Rome, Italy: Edup SRL.
- [12] Backhaus, P. 2009. *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon Buffalo: Multilingual Matters
- [13]Chen, Y.J. 2013. Cultural Landscape of Tourism Perceptions by Multidimensional Scaling on Wulai Aboriginal Community, Taiwan. *The Journal of Global Business Management* Volume 9 * Number 3 * October 2013 issue
- [14] Blackwood, R. J. & Stefania, T. 2015. *The Linguistic Landscape of the Mediterranean: French and Italian Coastal Cities*. London: Palgrave Macmillan.
- [15] Endraswara, Suwardi. 2012. *Metodologi Penelitian Kebudayaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press