

Lanskap Linguistik di Kawasan Wisata Sanur: Kajian Kontestasi Bahasa

Hartanti Woro Susianti^{1*}, Christina Purwanti², I Made Sutama³

^{1,2,3} Prodi Pendidikan Bahasa, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha

*hartanti@student.undiksha.ac.id¹, christina.purwanti@student.undiksha.ac.id²,
made.sutama@undiksha.ac.id³

Alamat: Jalan Udayana Nomor 11, Singaraja, Buleleng, Bali.

Korespondensi penulis: christina.purwanti@uph.edu

Abstract. *This study examines the linguistic landscape in the Sanur tourist area, Bali, as a representation of social, cultural, and ideological dynamics in the context of tourism globalization. Sanur as a multilingual public space displays the diversity of language use on signs, banners, billboards, and shop facades that reflect the interaction between local and global languages. Using a qualitative descriptive approach, an analysis was conducted on visual documentation and the social context of text use in public spaces, and linked to regional language preservation policies, especially Bali Provincial Regulation Number 1 of 2018. The results of the study show the dominance of English as a symbol of global economic power and the main communication tool in the tourism sector, while Balinese is used more symbolically as a local cultural identity. Ideologically, the Sanur linguistic landscape shows the negotiation between cultural preservation and the commodification of local identity amidst global market pressures. This study emphasizes that public space is not just an arena for communication, but also a field of representation of power, resistance, and cultural capital.*

Keywords: *language contestation, Sanur linguistic landscape, multilingual, public space, tourism sector*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji lanskap linguistik di kawasan wisata Sanur, Bali, sebagai representasi dari dinamika sosial, budaya, dan ideologis dalam konteks globalisasi pariwisata. Sanur sebagai ruang publik multibahasa menampilkan keberagaman penggunaan bahasa pada papan nama, spanduk, baliho, dan fasad toko yang mencerminkan interaksi antara bahasa lokal dan global. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, analisis dilakukan terhadap dokumentasi visual dan konteks sosial penggunaan teks di ruang publik, serta dikaitkan dengan kebijakan pelestarian bahasa daerah, khususnya Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 1 Tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan dominasi bahasa Inggris sebagai simbol kekuatan ekonomi global dan alat komunikasi utama dalam sektor pariwisata, sementara bahasa Bali lebih banyak digunakan secara simbolik sebagai identitas budaya lokal. Secara ideologis, lanskap linguistik Sanur memperlihatkan negosiasi antara pelestarian budaya dan komodifikasi identitas lokal di tengah tekanan pasar global. Penelitian ini menegaskan bahwa ruang publik bukan sekadar arena komunikasi, melainkan juga medan representasi kekuasaan, resistensi, dan kapital budaya.

Kata kunci: kontestasi bahasa, lanskap linguistik Sanur, multi bahasa, ruang publik, sektor pariwisata

1. LATAR BELAKANG

Sanur merupakan salah satu destinasi wisata utama di Bali yang dikenal dengan suasana pantainya yang tenang, warisan budaya yang kuat, dan keberadaan komunitas lokal yang masih mempertahankan tradisi. Sebagai ruang publik yang terbuka bagi interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan mancanegara, Sanur menjadi arena pertemuan berbagai bahasa dan simbol budaya yang terekam secara nyata dalam lanskap linguistiknya. Keberadaan papan nama, spanduk, baliho, hingga tulisan di fasad toko mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan ekonomi yang terus berkembang dalam konteks globalisasi pariwisata.

Lanskap Linguistik (LL) merupakan bidang kajian yang menelaah representasi bahasa dalam ruang publik dan bagaimana bahasa berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai simbol identitas, kekuasaan, dan ideologi. Menurut Landry dan Bourhis (1997), lanskap linguistik didefinisikan sebagai “the visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region.” Keberadaan dan penampilan bahasa di ruang publik memberikan gambaran tentang status sosial suatu bahasa serta peranannya dalam struktur sosial dan budaya yang lebih luas. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa fakta-fakta bahasa yang menjadi penanda dalam ruang publik seringkali terkait dengan fenomena sosial yang lebih umum. Penggunaan bahasa dalam konteks masyarakat mencerminkan aspek-aspek sosial, budaya, dan sejarah yang memengaruhi cara komunikasi dilakukan (Beel & Wallace, 2020; Bouchard, 2019; Gautam, 2022; Iye et al., 2023). Dalam konteks kawasan wisata seperti Sanur, LL tidak hanya merefleksikan kebutuhan praktis, tetapi juga strategi pemasaran, upaya pelestarian budaya, serta relasi antara bahasa lokal dan bahasa global.

Di Bali, kebijakan pelestarian bahasa dan aksara Bali diatur dalam Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 1 Tahun 2018 tentang Bahasa, Aksara, dan Sastra Bali. Kebijakan ini bertujuan untuk melestarikan dan mempromosikan bahasa Bali dalam kehidupan sehari-hari, termasuk penggunaannya di ruang publik. Salah satu implementasi kebijakan ini adalah anjuran penggunaan aksara Bali di papan nama fasilitas umum dan tempat usaha, sebagai bentuk penghargaan terhadap identitas budaya lokal. Meskipun demikian, dominasi bahasa global seperti bahasa Inggris dalam ruang publik wisatawan tetap tampak jelas, menciptakan dinamika yang menarik antara upaya pelestarian budaya lokal dan tuntutan globalisasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lanskap linguistik di kawasan wisata Sanur dengan fokus pada teks-teks yang terdapat di ruang publik, serta menganalisis fungsi linguistik dan makna ideologis yang terkandung di dalamnya. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menggunakan analisis visual dan semiotik terhadap dokumentasi foto papan nama, spanduk, dan baliho di sepanjang kawasan wisata Sanur. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan dan pencatatan konteks sosial dan lokasi teks yang relevan. Analisis data dilakukan dengan mengklasifikasikan teks berdasarkan jenis bahasa, fungsi linguistik, serta makna budaya dan ideologis yang tercermin dalam lanskap linguistik. Pemeriksaan terhadap kebijakan pemerintah mengenai penggunaan bahasa Bali juga akan digunakan untuk menilai sejauh mana pelestarian bahasa Bali tercermin dalam ruang publik di Sanur.

2. KAJIAN TEORITIS

Kajian terhadap lanskap linguistik di kawasan wisata Sanur berakar pada pemahaman bahwa ruang publik bukan sekadar media komunikasi visual, melainkan medan representasi sosial, ekonomi, dan ideologis yang kompleks. Dalam konteks ini, pendekatan teoritis yang relevan tidak hanya bersandar pada analisis linguistik deskriptif, melainkan juga pada paradigma kritis dan interdisipliner. Salah satu kerangka utama yang mendasari penelitian ini adalah teori lanskap linguistik sebagaimana dikemukakan oleh Landry dan Bourhis (1997), yang mendefinisikan lanskap linguistik sebagai tingkat visibilitas dan keterlihatan bahasa dalam tanda-tanda publik dan komersial di suatu wilayah. Melalui pendekatan ini, kehadiran suatu bahasa di ruang publik tidak hanya mencerminkan fungsinya secara komunikatif, tetapi juga menandai status, legitimasi, dan posisi tawarnya dalam struktur sosial yang lebih luas.

Lebih jauh, pendekatan sosiolinguistik kritis sebagaimana dikembangkan oleh Blommaert (2013) menyoroti bahwa pilihan bahasa dalam ruang publik tidak pernah netral; ia merefleksikan relasi kuasa dan ideologi dominan yang tengah bekerja. Dalam konteks kawasan wisata, seperti Sanur, dominasi bahasa Inggris dalam papan nama dan baliho bukan sekadar penyesuaian dengan kebutuhan komunikasi wisatawan asing, melainkan cerminan hegemoninya sebagai simbol modernitas dan kapital ekonomi global. Bahasa lokal, dalam hal ini bahasa dan aksara Bali, meskipun dihadirkan dalam ruang publik, seringkali berperan secara simbolik dan dekoratif, bukan komunikatif, yang memperlihatkan bentuk subordinasi kultural secara halus. Situasi ini mengindikasikan adanya ketimpangan representasi linguistik, di mana bahasa lokal dilegitimasi secara normatif melalui kebijakan, tetapi belum sepenuhnya diberdayakan secara praktis dalam wacana pariwisata global.

Konsep linguistic capital yang diperkenalkan oleh Pierre Bourdieu turut memperkuat analisis ini. Dalam kerangka Bourdieu, bahasa dipandang sebagai modal simbolik yang memiliki nilai tukar berbeda tergantung pada konteks sosial dan ekonomi. Bahasa Inggris, dalam konteks Sanur, memiliki nilai tukar tinggi karena berperan sebagai prasyarat akses terhadap jaringan ekonomi wisata internasional. Sebaliknya, bahasa Bali berfungsi sebagai cultural capital yang penting untuk pelestarian identitas budaya lokal, namun belum memiliki daya tawar praktis dalam pasar pariwisata yang berorientasi global. Pemilik usaha dan institusi cenderung memilih bahasa berdasarkan nilai strategis yang melekat padanya, bukan semata-mata pada keterpahaman linguistik.

Selain itu, fenomena yang diamati dalam lanskap linguistik Sanur juga dapat dipahami melalui perspektif glokalisasi, yaitu interaksi simultan antara kekuatan global dan lokal dalam satu ruang sosial. Dalam hal ini, unsur lokal seperti istilah “warung,” “babi guling,” atau penggunaan aksara Bali dalam logo dan nama usaha, tidak sepenuhnya ditinggalkan, melainkan dikemas ulang agar kompatibel dengan selera dan ekspektasi pasar global. Praktik ini menggambarkan proses komodifikasi budaya, yakni perubahan identitas lokal menjadi objek konsumsi wisata, di mana unsur budaya lokal hadir bukan semata untuk pelestarian nilai, tetapi untuk memperkuat daya tarik pasar melalui eksotisme yang dikonstruksi.

Untuk memahami dinamika ini secara lebih mendalam, pendekatan geosemiotics sebagaimana dikemukakan oleh Scollon dan Scollon (2003) menjadi relevan. Geosemiotika menekankan pentingnya konteks spasial dalam analisis tanda-tanda linguistik—yakni bagaimana lokasi fisik, struktur sosial, dan niat komunikatif memengaruhi makna suatu teks publik. Dalam ruang wisata seperti Sanur, setiap tanda—baik dalam bahasa Inggris, Indonesia, maupun Bali—tidak hanya menyampaikan pesan literal, tetapi juga memuat strategi representasi identitas, segmentasi pasar, dan pengaruh regulasi kebahasaan. Dengan demikian, tanda-tanda linguistik dalam ruang publik merupakan bagian dari teks sosial yang aktif dalam mengonstruksi realitas budaya dan politik bahasa.

Melalui kombinasi teori-teori ini, lanskap linguistik di Sanur dapat dibaca sebagai arena kontestasi simbolik, di mana bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai penanda ideologi, identitas, dan relasi kuasa. Ruang publik menjadi panggung di mana bahasa dipilih, ditampilkan, dan dimaknai berdasarkan logika ekonomi, politik, dan kultural yang saling berkelindan. Kajian ini menegaskan bahwa analisis lanskap linguistik tidak dapat dilepaskan dari refleksi kritis atas bagaimana bahasa menjadi bagian dari konstruksi sosial yang lebih besar, dan bagaimana ruang publik merefleksikan serta mereproduksi struktur kekuasaan dalam masyarakat multibahasa yang dinamis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis visual dan semiotik terhadap teks-teks yang tampil dalam ruang publik kawasan wisata Sanur, Bali. Data utama berupa dokumentasi visual (foto) papan nama, spanduk, baliho, serta elemen linguistik lain yang ditemukan di sepanjang area strategis seperti Jalan Danau Tamblingan, Jalan Danau Poso, dan kawasan pesisir pantai. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan secara sistematis, dengan mempertimbangkan konteks sosial, fungsi

ruang, dan kebijakan kebahasaan yang berlaku. Analisis dilakukan dengan mengklasifikasikan teks berdasarkan jenis bahasa, fungsi linguistik (mengacu pada Landry dan Bourhis, 1997), serta menginterpretasi makna budaya dan ideologis yang terkandung di dalamnya menggunakan pendekatan semiotik. Pemeriksaan terhadap dokumen kebijakan, khususnya Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 1 Tahun 2018 tentang Bahasa, Aksara, dan Sastra Bali, digunakan sebagai acuan normatif dalam menilai keterwakilan bahasa daerah dalam lanskap linguistik. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan kontekstualisasi temuan dalam wacana sosial budaya lokal serta dinamika pariwisata global.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

I. Kontestasi Bahasa

Salah satu temuan utama dalam lanskap linguistik Sanur adalah keberagaman bahasa yang digunakan pada berbagai jenis teks di ruang publik, mencerminkan dinamika sosial dan fungsi strategis dari wilayah ini sebagai kawasan wisata internasional. Penggunaan bahasa yang demikian itu adalah cerminan realitas sosial budaya masyarakat penutur bahasa. Chaika (1989) menyatakan bahwa bahasa adalah cerminan berbagai aspek sosial penuturnya. Bahasa dan istilah yang digunakan di Sanur, terdiri dari delapan bahasa yaitu Inggris, Indonesia, Bali, Jepang, Mandarin, Perancis, Jerman dan Italia serta kombinasi dari dua bahasa atau lebih. Pemakaian bahasa-bahasa tersebut disebabkan oleh sejumlah faktor, di antaranya: adanya regulasi yang mengatur (baik secara nasional maupun daerah), adanya sikap sukarela untuk memberi informasi dengan bahasa asing tertentu, dan adanya internasionalisasi.

Bahasa Inggris mendominasi sebagian besar papan nama, spanduk komersial, dan baliho, terutama pada hotel, restoran, kafe, butik, dan layanan wisata. Dominasi ini menunjukkan peran bahasa Inggris sebagai *lingua franca* dalam konteks pariwisata global, sekaligus mencerminkan orientasi pasar terhadap wisatawan mancanegara. Dominasi bahasa Inggris dalam kontestasi bahasa juga dialami oleh Ubud, destinasi wisata terkenal di Bali yang terlihat dari lanskap linguistik papan nama akomodasinya (Rastitiati, dkk., 2023). Sedangkan Bahasa Asing yang lain seperti Perancis, Jerman, Italia, Jepang dan Mandarin hanya tampak pada nama restoran, hotel atau layanan wisata yang lain, seperti misalnya *Massimo Italian Restaurant*, *Warung Wong Fei Hung*, *Paris'i French Cuisine*, dan *Das Bistro by Mama's*. Itupun diikuti dengan bahasa Inggris sebagai pendampingnya.



Gambar 1, 2 dan 3: Penggunaan Bahasa Inggris

Bahasa Indonesia tetap hadir dalam jumlah signifikan, khususnya pada rambu-rambu resmi, informasi publik, dan iklan yang menasar warga lokal maupun wisatawan domestik. Terkait khususnya pemakaian bahasa Indonesia di ruang publik, ada regulasi yang mengaturnya, yakni Undang-Undang RI no.24 Tahun 2009, tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan, khususnya pasal 36-38. Pasal-pasal tersebut menegaskan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan sebagai media penyampaian informasi yang bersifat formal dalam ranah publik. Dinyatakan pula bahwa bahasa Indonesia dapat disertai bahasa daerah dan bahasa asing sesuai dengan keperluan.



Gambar 4 & 5: Penggunaan Bilingual (Indonesia-Inggris)

Sedangkan pemakaian bahasa daerah diatur juga dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 sebagai penyerta/ pendamping bahasa Indonesia. Khusus di Bali, pemakaian bahasa daerah Bali diatur dalam Peraturan Gubernur (Pergub) Nomor 80 Tahun 2018. Salah satu tujuan dari Pergub tersebut adalah untuk menjaga kelestarian bahasa Bali sebagai bagian penting dari budaya Bali, yang bermakna juga menjaga budaya bangsa Indonesia. Sementara di kawasan Sanur, keberadaan Bahasa Bali tampak lebih terbatas dan simbolik. Integrasi teks dan suatu gambar dapat memperkuat pengaruh pesan yang akan disampaikan kepada pembacanya secara kognitif dan emosional (Forceville (2020), seperti yang terlihat pada spanduk di Banjar Batu Jimbar, atau digunakan sebagai bagian dari nama sebuah usaha atau layanan wisata.



Gambar 6 : Penggunaan Bahasa Bali

Kolaborasi antarbahasa juga cukup bervariasi, antara lain kombinasi Indonesia-Inggris, yang umum ditemukan dalam papan informasi, nama usaha atau deskripsi layanan; Indonesia-Bali, yang kerap muncul dalam acara adat atau papan informasi komunitas lokal; serta Inggris-bahasa Eropa lain yakni Jerman, Prancis dan Italia seperti pada papan nama restoran, meskipun jumlahnya sangat sedikit. Selain itu, ditemukan pula sejumlah kecil teks berbahasa Jepang dan Mandarin, baik sebagai pelengkap dalam teks Indonesia-Jepang maupun Indonesia-Inggris-Mandarin, yang menunjukkan adanya segmentasi pasar terhadap wisatawan Asia Timur, meskipun tidak sekuat dominasi bahasa Inggris. Multilingualisme ini juga tercatat dalam studi lanskap linguistik di beberapa kawasan pariwisata (Rastitiati dan Suprastayasa, 2021).



Gambar 7 & 8: Penggunaan Multilingual (Inggris-Indonesia-Mandarin)

Variasi ini menunjukkan bahwa pemilihan bahasa dalam lanskap linguistik Sanur tidak hanya bersifat komunikatif, tetapi juga strategis dan ideologis. Bahasa digunakan sebagai alat representasi identitas dan sebagai sarana menarik kelompok sasaran tertentu. Selain itu, bahasa juga menjadi sarana komunikasi yang memfasilitasi hubungan antarwilayah dan antarbudaya (Bulan, 2019; Sudaryanto & Soeparno, 2019). Dominasi bahasa Inggris menandakan pengaruh kuat globalisasi dan komersialisasi pariwisata, sementara kehadiran bahasa Bali, meskipun terbatas, mencerminkan upaya simbolik dalam mempertahankan identitas budaya lokal, sebagaimana didorong oleh kebijakan pelestarian bahasa dan aksara daerah.

II. Fungsi Linguistik

Selain menunjukkan keberagaman dan dominasi bahasa, teks-teks dalam lanskap linguistik Sanur juga memperlihatkan beragam fungsi linguistik, baik secara komunikatif maupun simbolik. Fungsi informatif merupakan yang paling dominan, ditandai dengan banyaknya papan nama toko, restoran, hotel, serta petunjuk arah dan layanan publik. Penempatan poster di area dengan lalu lintas tinggi, seperti perempatan jalan dan lorong, juga menunjukkan efektivitas strategi visual dalam komunikasi (Arifin & Haryanto, 2021). Bahasa yang digunakan pada teks informatif ini umumnya adalah bahasa Inggris atau kombinasi Indonesia-Inggris, menyesuaikan dengan target wisatawan asing dan domestik. Contohnya, papan bertuliskan *"Laundry Service – Free pick up & delivery/ Gratis antar jemput"* secara jelas menyampaikan informasi jasa dalam dua bahasa, menunjukkan adanya kesadaran pelaku usaha terhadap kebutuhan komunikasi lintas budaya.



Gambar 9 & 10: LL dengan Fungsi Informatif

Fungsi identifikasi, yang berkaitan dengan pencitraan identitas tempat usaha atau lembaga, juga sering dijumpai. Banyak papan nama restoran atau toko menggunakan kombinasi bahasa dan simbol budaya untuk menampilkan identitas lokal maupun global, seperti nama usaha restoran “*Hanabi*” yang ditulis dalam aksara Latin dan disertai aksara Jepang (*Kana*). Di sisi lain, nama restoran seperti “*Wong Fei Hung – Hongkong Barbeque*” yang ditulis dalam bahasa Mandarin dan Inggris digunakan sebagai strategi branding, mengacu pada identitas budaya “Hong Kong” dan juga untuk menjangkau konsumen global. Identifikasi identitas melalui bahasa ini menunjukkan proses seleksi simbolik untuk membentuk kesan atau imaji tertentu terhadap konsumen.



Gambar 11 & 12: LL dengan Fungsi Identifikasi

Fungsi komersial sangat menonjol di kawasan Sanur, terlihat pada spanduk promosi, baliho diskon, atau penawaran paket wisata. Dalam konteks ini, bahasa Inggris hampir selalu digunakan, dengan asumsi bahwa wisatawan asing adalah target utama. Fungsi ini sering berpadu dengan unsur visual yang mencolok, warna terang, dan desain modern untuk menarik perhatian. Dalam beberapa kasus, penggunaan bahasa Indonesia atau Bali disisipkan sebagai strategi lokalitas yang memberi kesan keaslian atau kedekatan budaya, seperti misalnya pada papan nama usaha “*Meme Spa*” yang memadukan identitas lokal (nama *Meme* dalam Bahasa Bali berarti Ibu) dengan kebutuhan komunikasi internasional (bahasa Inggris). Ini menunjukkan bagaimana pelaku usaha lokal menyesuaikan diri dengan ekonomi pariwisata global melalui visual dan pilihan bahasa. Demikian pula dengan istilah “*Visa Mastercard*” yang sengaja ditulis dengan aksara Bali, mengindikasikan bahwa pengguna *Visa Mastercard* mungkin menjadi segmen pasar yang signifikan.



Gambar 13 & 14: LL dengan Fungsi Komersial

Selain itu, terdapat juga fungsi simbolik, terutama dalam penggunaan aksara Bali di ruang publik. Aksara Bali pada papan nama sekolah, kantor pemerintahan, papan penunjuk arah dan beberapa tempat usaha tidak selalu dimaksudkan untuk dibaca atau dipahami secara praktis, tetapi lebih sebagai simbol identitas dan legitimasi budaya. Fungsi ini erat kaitannya dengan kebijakan Pemerintah Provinsi Bali yang mendorong pelestarian aksara dan bahasa Bali di ruang publik sebagai bentuk perlindungan warisan budaya. Dalam hal ini, teks berfungsi sebagai penanda identitas kolektif dan pengukuhan nilai-nilai lokal di tengah dominasi simbol-simbol global.



Gambar 15 & 16: LL dengan Fungsi Simbolik

Beberapa teks juga memiliki fungsi edukatif, terutama pada papan imbauan atau larangan yang mencantumkan pesan moral atau sosial, seperti “*Dilarang buang sampah sembarangan*” Penggunaan bahasa ganda (Indonesia-Inggris) dalam teks-teks ini bertujuan untuk menjangkau warga lokal dan wisatawan sekaligus, serta mencerminkan tanggung jawab kolektif terhadap lingkungan dan masyarakat. Terakhir, ada pula fungsi dekoratif dan performatif, di mana tulisan atau bahasa digunakan bukan untuk dibaca secara literal, tetapi sebagai elemen desain yang memperkuat atmosfer tempat. Misalnya, penggunaan aksara Bali dalam logo, mural, atau interior hotel yang tidak selalu memiliki arti linguistik langsung, tetapi memberi kesan “lokal” atau “eksotik”.



Gambar 17 & 18 : LL dengan Fungsi Edukatif



Gambar 19 : LL dengan Fungsi Dekoratif

III. Makna Ideologis dan Representasi Budaya

Penggunaan bahasa dalam lanskap linguistik di kawasan wisata Sanur tidak hanya merepresentasikan kepentingan komunikatif dan ekonomi, tetapi juga mengandung makna ideologis dan representasi budaya yang kompleks. Dominasi bahasa Inggris di ruang publik mencerminkan hegemoni global dalam sektor pariwisata, di mana bahasa global dianggap sebagai kunci akses ekonomi dan simbol modernitas. Pilihan untuk menampilkan teks dalam bahasa Inggris, bahkan untuk tempat atau produk lokal, mencerminkan orientasi nilai pasar dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar global. Dalam hal ini, bahasa Inggris bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga simbol kapital budaya yang menunjukkan keterbukaan terhadap dunia luar dan kesiapan menyambut wisatawan internasional.

Sebaliknya, kehadiran bahasa dan aksara Bali dalam lanskap publik Sanur berfungsi sebagai simbol identitas lokal dan strategi resistensi budaya. Meskipun jumlah penggunaannya terbatas dan sering bersifat dekoratif, tampilnya aksara Bali dalam papan nama kantor, sekolah, atau toko lokal dapat dipahami sebagai bentuk penegasan jati diri budaya di tengah arus globalisasi. Hal ini juga mencerminkan implementasi kebijakan daerah, yang berupaya mengembalikan ruang simbolik bagi bahasa dan aksara daerah dalam kehidupan publik. Dalam konteks ini, aksara Bali menjadi lebih dari sekadar tulisan; ia berfungsi sebagai penanda ideologis yang memperkuat narasi “kebalinesan” (Balineseness) dan legitimasi budaya lokal.

Makna ideologis lainnya muncul dalam bentuk komodifikasi budaya, di mana unsur-unsur lokal seperti istilah makanan tradisional, nama upacara, atau desain visual khas Bali digunakan dalam teks untuk menarik minat wisatawan. Penggunaan istilah seperti “warung,” atau “babi guling,” yang dibiarkan tanpa terjemahan dalam papan nama berbahasa Inggris menunjukkan bahwa unsur budaya lokal telah dipasarkan sebagai bagian dari pengalaman wisata. Dalam konteks ini, budaya lokal tidak selalu ditampilkan untuk memperkuat nilai internal masyarakat, tetapi untuk memenuhi ekspektasi imajinasi wisatawan terhadap “eksotisme” Bali, sebagaimana dijelaskan dalam konsep *tourist gaze* (Urry, 1990). Ini menunjukkan adanya negosiasi antara pelestarian dan konsumsi budaya, di mana budaya lokal menjadi bagian dari ekonomi simbolik yang bernilai jual.



Gambar 20 : Bentuk Komodifikasi Budaya

Lebih jauh lagi, lanskap linguistik Sanur juga menunjukkan proses marginalisasi bahasa lokal secara halus. Meskipun kebijakan pemerintah mendorong penggunaan bahasa Bali, realitas di lapangan memperlihatkan bahwa bahasa tersebut masih berada di posisi subordinat secara visual dan fungsional. Sering kali, aksara Bali hanya ditampilkan dalam ukuran kecil, di bagian atas papan nama, atau tanpa terjemahan fonetik, sehingga tidak mudah dibaca bahkan oleh masyarakat lokal yang tidak akrab dengan aksara. Ini memperlihatkan adanya ketegangan antara representasi simbolik dan praktik nyata dalam penggunaan bahasa daerah. Dengan demikian, lanskap linguistik di Sanur tidak hanya mencerminkan keberagaman bahasa dan kepentingan ekonomi, tetapi juga menjadi arena ideologis tempat berbagai nilai globalisasi, lokalitas, identitas, dan resistensi budaya, bernegosiasi dan saling berinteraksi. LL menjadi teks sosial yang menyuarakan relasi kuasa, pilihan identitas, serta dinamika budaya dalam ruang pariwisata yang terus berubah.

IV. Refleksi Teoretis

Temuan dari analisis lanskap linguistik di kawasan wisata Sanur memperlihatkan bahwa ruang publik bukan sekadar media komunikasi, tetapi juga medan artikulasi identitas, relasi kuasa, dan orientasi ideologis. Dalam hal ini, konsep lanskap linguistik sebagai indikator vitalitas bahasa, sebagaimana dikemukakan oleh Landry dan Bourhis (1997), sangat relevan. Mereka menyatakan bahwa kehadiran bahasa dalam ruang publik dapat mencerminkan status dan legitimasi sosial suatu komunitas linguistik. Di Sanur, meskipun terdapat kebijakan afirmatif yang mendorong penggunaan bahasa dan aksara Bali, visual dominance tetap berpihak pada bahasa Inggris, yang mengindikasikan adanya ketimpangan simbolik dan dominasi ideologi pasar global. Konsep ini juga diperkuat oleh pendekatan sosiolinguistik kritis, yang melihat lanskap linguistik sebagai arena representasi sosial dan politik (Blommaert, 2013). Dalam perspektif ini, pilihan bahasa bukanlah sesuatu yang netral, melainkan sarat makna ideologis yang mencerminkan kekuasaan simbolik. Dominasi bahasa Inggris dalam papan nama usaha wisata menunjukkan bahwa bahasa global telah menjadi simbol akses ekonomi, sementara bahasa lokal ditempatkan pada posisi simbolik yang cenderung estetik atau dekoratif, bukan komunikatif.

Lebih jauh, lanskap linguistik di Sanur juga dapat dibaca melalui lensa teori praktik budaya Pierre Bourdieu, khususnya konsep *linguistic capital*. Pemilik usaha dan pembuat teks publik memilih bahasa bukan semata berdasarkan siapa yang bisa membacanya, tetapi berdasarkan nilai sosial dan ekonomi yang melekat pada bahasa tersebut. Bahasa Inggris, dalam konteks ini, menjadi bentuk *capital* yang memiliki nilai tukar tinggi dalam ekonomi pariwisata, sementara bahasa Bali menjadi simbol *cultural capital* yang penting bagi pelestarian identitas, namun belum cukup memiliki daya tawar dalam ekonomi praktis. Dari perspektif antropologi linguistik, fenomena ini juga mencerminkan praktik glokalisasi—yakni proses di mana unsur global dan lokal berinteraksi dan bernegosiasi dalam ruang yang sama. Lanskap linguistik Sanur menunjukkan bahwa budaya lokal tidak hilang dalam globalisasi, tetapi tampil dalam bentuk yang telah dikemas ulang sesuai logika ekonomi wisata. Aksara Bali di papan nama hotel atau warung, meskipun tidak digunakan sebagai media utama komunikasi, tetap berfungsi sebagai penanda identitas yang “diizinkan hadir” dalam kerangka yang ditentukan oleh logika pasar.

Dengan demikian, lanskap linguistik di Sanur tidak hanya dapat dibaca secara struktural (melalui klasifikasi bahasa dan fungsi), tetapi juga secara reflektif—yakni sebagai cerminan relasi sosial, ideologis, dan budaya yang berlapis. . Bahasa yang digunakan tidak hanya sekedar

menyampaikan informasi, tetapi juga membantu untuk membentuk cara berpikir dan cara bertindak (Miller, 2022). Hal ini memperkuat pandangan bahwa LL bukan sekadar teks visual di ruang publik, melainkan praktik sosial yang memperlihatkan bagaimana masyarakat dan institusi memaknai bahasa sebagai bagian dari konstruksi identitas dan strategi bertahan di tengah tekanan global.

5. Kesimpulan

Analisis terhadap lanskap linguistik di kawasan wisata Sanur, Bali, menunjukkan adanya dinamika bahasa yang kompleks dan sarat makna. Dominasi bahasa Inggris dalam ruang publik mencerminkan orientasi ekonomi yang kuat terhadap pasar global dan peran bahasa sebagai simbol nilai ekonomi. Sementara itu, kehadiran bahasa dan aksara Bali, meskipun terbatas dan sering kali bersifat simbolik, memperlihatkan adanya upaya representasi identitas lokal dan implementasi kebijakan pelestarian bahasa daerah. Variasi kombinasi bahasa seperti Indonesia-Inggris, Inggris-Bali, hingga Indonesia-Jepang menunjukkan bahwa ruang publik Sanur menjadi arena negosiasi antara kebutuhan komunikasi praktis dan representasi budaya. Dalam kerangka teori lanskap linguistik, seperti yang dikemukakan oleh Landry dan Bourhis, serta ditinjau melalui pendekatan sociolinguistik kritis dan teori praktik budaya, temuan ini memperlihatkan bagaimana ruang publik merefleksikan relasi kuasa, simbolisasi identitas, dan praktik ideologis masyarakat. Lanskap linguistik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengonstruksi narasi tentang siapa yang memiliki tempat, siapa yang diutamakan, dan bahasa mana yang dianggap penting atau bernilai. Temuan ini penting tidak hanya bagi kajian linguistik dan kebijakan bahasa, tetapi juga dalam konteks pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Diperlukan strategi yang seimbang antara kebutuhan ekonomi global dengan komitmen terhadap pelestarian identitas lokal. Pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas lokal perlu berkolaborasi untuk menciptakan ruang linguistik yang tidak hanya inklusif secara komunikatif, tetapi juga adil secara budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A., & Haryanto, S. (2021). Visual communication in educational spaces: Minimalism and meaning. *Journal of Educational Design*, 12(2), 45–59.
- Backhaus, P. (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Multilingual Matters.
- Beel, D., & Wallace, C. (2020). Gathering together: Social capital, cultural capital and the value of cultural heritage in a digital age. *Social & Cultural Geography*, 21(5), 697–717. <https://doi.org/10.1080/14649365.2018.1500632>
- Blommaert, J. (2013). *Ethnography, superdiversity and linguistic landscapes: Chronicles of complexity*. Multilingual Matters.
- Bulan, D. R. (2019). Bahasa Indonesia sebagai identitas nasional bangsa Indonesia. *JISIPOL: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3(2), 23–29.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2009). Language economy and linguistic landscape. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 55–69). Routledge.
- Chaika, E. (1989). *Language: The social mirror*. New Burry House Publishers.
- Forceville, C. (2020). Multimodal metaphor and argumentation in advertising. *Journal of Argumentation in Context*, 9(1), 86–107. <https://doi.org/10.1075/jaic.18025>
- Gorter, D. (2006). *Linguistic landscape: New approach to multilingualism*. Multilingual Matters.
- Hult, F. M. (2009). Language ecology and linguistic landscape analysis. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 88–104). Routledge.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- Miller, C. (2022). Language as pedagogy in higher education: Inquiry-based learning and academic identity. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 10(1), 31–40.
- Mulyawan, I. W. (2017). Linguistics landscapes: Commercial outdoor sign in Kuta Bali. *International Journal of Linguistics*, 9(2), 1–9.
- Rastitiati, N. K. J., Suprastayasa, I. G. N. A., & Susianti, H. W. (2023). Names of accommodation in Sayan tourism village Bali: A linguistic landscape analysis. *TRJ Tourism Research Journal*, 7(2), 300–310. <https://doi.org/10.30647/trj.v7i2.237>
- Scollon, R., & Scollon, S. W. (2003). *Discourses in place: Language in the material world*. Routledge.
- Shohamy, E., Ben-Rafael, E., & Barni, M. (Eds.). (2010). *Linguistic landscape in the city*. Multilingual Matters.