

**Penggunaan Bahasa pada Perkembangan Industri Pariwisata di Surabaya:  
Studi Kasus Objek Wisata Museum Sepuluh Nopember**

**Ilmatus Sa'diyah**

Email : [ilmatus.sisfo@upnjatim.ac.id](mailto:ilmatus.sisfo@upnjatim.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Anggelia Hayuning Ariffa**

Email : [21032010015@upnjatim.ac.id](mailto:21032010015@upnjatim.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Endang Agustina**

Email : [21032010037@upnjatim.ac.id](mailto:21032010037@upnjatim.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Marjiatul Maghfiroh**

Email : [21032010016@upnjatim.ac.id](mailto:21032010016@upnjatim.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

**Kusnarto**

Email : [kusnarto.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:kusnarto.ilkom@upnjatim.ac.id)

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

*ARTICLE INFO*

*ABSTRACT*

**Article History**

Received 15 May 2023

Revised 24 July 2023

Accepted 26 July 2023

**Keywords**

Indonesian Language;

Language Usage;

Museum Sepuluh Nopember;

Tourism Industry

*The tourism industry in Surabaya has had to adapt to the changing times marked by the entry of foreign languages into Indonesia. The phenomenon of the use of foreign languages in public spaces is often a problem. For that reason, this article was written based on research conducted to analyze the use of language and writing skills in Indonesian and foreign languages in one of the branches of tourism in Surabaya, namely Museum Sepuluh Nopember. This research is qualitative descriptive in nature using primary data from direct data sources, namely the utilization of Indonesian in the tourism industry of Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Data collection is done by documentation and observation method. In addition, the analytical method used is descriptive qualitative. Based on the analysis that has been done, the use of Indonesian in the Museum Sepuluh Nopember Surabaya tourism industry is not optimal. There are still several formats for the using and spelling of Indonesian and foreign languages that need to be corrected according to regulations of language institutions and the law on language use.*

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



INFO ARTIKEL

ABSTRAK

**Riwayat Artikel**

Masuk 15 Mei 2023  
Direvisi 24 Juli 2023  
Diterima 26 Juli 2023

**Kata kunci**

Bahasa Indonesia;  
Industri pariwisata;  
Museum Sepuluh Nopember;  
Penggunaan bahasa

Industri pariwisata di Surabaya sudah harus beradaptasi pada perkembangan zaman yang ditandai dengan masuknya bahasa asing ke Indonesia. Fenomena pemakaian bahasa asing di ruang publik seringkali menjadi masalah. Untuk itu, artikel ini ditulis berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk menganalisis penggunaan bahasa dan kemahiran menulis bahasa Indonesia dan bahasa asing di salah satu cabang pariwisata di Surabaya, yaitu Museum Sepuluh Nopember. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang menggunakan data primer dari sumber data langsung, yaitu pemanfaatan bahasa Indonesia dalam industri pariwisata Museum Sepuluh Nopember Surabaya. Pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi dan observasi. Selain itu, metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, penggunaan bahasa Indonesia dalam industri pariwisata Museum Sepuluh Nopember Surabaya belum optimal. Masih ada beberapa format penggunaan dan ejaan bahasa Indonesia dan bahasa asing yang perlu diperbaiki sesuai peraturan lembaga bahasa dan undang-undang penggunaan bahasa.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



**PENDAHULUAN**

Industri pariwisata menjadi usaha atau bisnis yang menyediakan produk dan layanan yang digunakan untuk wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Usaha ini sedang dijalankan oleh pemerintah untuk menambah kesejahteraan masyarakat yang ada di Surabaya dan juga untuk meningkatkan pendapatan pemerintah di Surabaya. Wisatawan asing dan lokal tertarik dengan perkembangan industri pariwisata saat ini (Atmoko, 2014). Pariwisata di Indonesia sangat banyak dikunjungi wisatawan mancanegara karena kekayaan budaya Indonesia yang sangat menarik, seperti tradisi, kesenian, ritual agama, dan benda bersejarah (Prabhawati, 2018). Penggunaan bahasa di berbagai sektor pariwisata juga harus beradaptasi dengan para wisatawan (Sutarma & Sadia, 2013).

Perkembangan industri pariwisata tentunya berdampak pada penggunaan bahasa Indonesia sebagai sarana komunikasi (Purba & Irwansyah, 2022). Pemakaian bahasa Indonesia yang sudah mengikuti perkembangan adalah suatu hal yang menarik, di mana setiap orang dapat memahami dan menggunakan bahasa Indonesia secara benar. Sejak diresmikan sebagai bahasa nasional, bahasa Indonesia secara langsung juga menjadi bahasa resmi dalam kegiatan kenegaraan di Indonesia. Untuk itu, bahasa Indonesia digunakan sebagai media berkomunikasi antaranggota masyarakat di Indonesia dalam kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, pada dasarnya, bahasa Indonesia sepatutnya dipergunakan dengan menyesuaikan situasi dan kondisi yang ada sehingga dapat berfungsi sebagai alat komunikasi dengan tepat. Selain itu, cara penyampaiannya juga harus efektif saat digunakan sebagai media wicara dengan lawan bicara. Aspek bahasa serapan dari bahasa asing dan bahasa daerah yang dimiliki bahasa Indonesia juga harus dipahami dan dimengerti sehingga tidak salah dalam berkomunikasi (Arsanti & Setiana, 2020).

Hal yang menarik perhatian adalah bahasa publik yang merujuk kepada keadaan yang menggambarkan suatu perilaku bahasa masyarakat terhadap bahasa tersebut. Selain sebagai

bahasa yang digunakan untuk kalangan masyarakat, bahasa publik juga merupakan bahasa yang mengandung informasi luas yang ada di wilayah tersebut sehingga masyarakat dapat mudah memahami bahasa publik yang digunakan. Bahasa publik yang digunakan dalam industri pariwisata harus menggunakan bahasa Indonesia karena merupakan bentuk apresiasi dan juga bentuk penghormatan terhadap bahasa Indonesia. Selain bahasa Indonesia, bahasa asing juga dapat digunakan, semisal bahasa Inggris yang digunakan untuk informasi publik bagi wisatawan asing yang tidak mengerti bahasa Indonesia. Namun, perlu ditegaskan agar pemerintah daerah memberikan informasi kepada masyarakat dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar, yang sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan dan mengikuti perkembangan industri pariwisata (Fatmahwati, 2019).

Fungsi bahasa berkaitan dengan posisi atau kedudukan bahasa itu, seperti bahasa Indonesia yang memiliki kedudukan sebagai lambang nilai sosial budaya, identitas negara, dan suatu kebanggaan bagi masyarakat Indonesia. Adapun fungsi bahasa adalah manfaat atau peran bahasa dalam industri atau bidang yang bersangkutan (Kusumawati, 2018). Dengan demikian, fungsi bahasa dalam industri pariwisata, yaitu (1) sebagai penghubung antara wisatawan dengan pejabat di suatu objek wisata, dan antara wisatawan dengan pemasok barang dan jasa di suatu lokasi wisata dalam melakukan transaksi, dan (2) sebagai alat penghubung, pengenalan, atau ciri pembeda antara wisatawan asing dan domestik pada penyedia jasa atau daya tarik wisata, tagihan, atau harga tertentu bagi orang yang datang ke suatu tempat wisata.

Pariwisata mempunyai pengertian dengan berbagai versi dan sudut pandangnya. Menurut UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata didefinisikan sebagai segala jenis kegiatan masyarakat yang mengandung unsur pariwisata dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Secara khusus, pariwisata tergolong sebagai industri dengan usaha yang berkaitan dengan penyediaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke lokasi wisata (Sutarma & Sadia, 2013).

Pengembangan pembangunan industri pariwisata sangatlah potensial untuk dikembangkan. Indonesia telah mengantungi bekal potensial yang menjadi modal akselerasi industri pariwisata di Indonesia dari segi pariwisata dan ekonomi, yaitu meliputi (1) kesadaran tanggung jawab atas lingkungan, (2) persaingan bisnis dan produk yang kredibel dalam daya saing, (3) menciptakan nilai rantai usaha yang sangat beragam dengan sistem yang ada (Fatmahwati, 2019). Pada dasarnya, pengunjung atau wisatawan dapat mengunjungi berbagai tempat wisata yang mereka inginkan. Tidak hanya ke satu tempat wisata, melainkan banyak wisata. Mereka juga dapat menikmati wisata tersebut dalam jangka panjang dengan menetap dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan mengistirahatkan diri dari dunia kerja atau kesibukan sehari-hari. Pemilihan tempat wisata biasanya berlokasi pada tempat baru dan terletak jauh dari tempat tinggalnya.

Perencanaan bahasa dapat digunakan untuk membuat kamus dan juga dapat menambah kosakata untuk melestarikan suatu bahasa. Perencanaan bahasa memiliki fungsi membangun

pembentukan budaya dan ekosistem untuk meningkatkan peran bahasa dan sastra. Bahasa Indonesia harus dikembangkan dalam perencanaan bahasa. Selain bahasa Indonesia, ada bahasa asing yang harus digunakan untuk mengikuti perkembangan zaman, yaitu bahasa Inggris. Meskipun bahasa Inggris adalah bahasa kedua, tetapi bangsa Indonesia harus selalu menjaga bahasa Indonesia dari pengaruh bahasa tersebut.

Sebagai bahasa resmi dan bahasa nasional kenegaraan, bahasa Indonesia adalah bahasa kedua setelah bahasa daerah. Tiap provinsi di Indonesia memiliki bahasanya masing-masing sehingga bahasa pertama atau bahasa ibu masyarakat Indonesia mayoritas adalah bahasa daerah. Kemudian, sebagai anggota masyarakat internasional, bahasa asing juga menjadi kebutuhan komunikasi masyarakat Indonesia. Bahasa asing yang paling dominan digunakan adalah bahasa Inggris. Meskipun keberadaan bahasa daerah dan bahasa asing juga memiliki porsinya di antara masyarakat, bahasa Indonesia tetap harus yang utama digunakan dalam komunikasi sehari-hari antaranggota masyarakat (Hartawan, 2023). Oleh karena itu, penggunaan bahasa Indonesia sudah selayaknya menjadi bahasa utama dalam pembangunan industri yang dicanangkan oleh pemerintah. Industri pariwisata kini telah menjadi *leading sector* di Surabaya. Seiring berkembangnya industri pariwisata, Surabaya mulai menciptakan berbagai produk wisata yang berkualitas tinggi, seperti Museum Sepuluh Nopember. Penggunaan bahasa Indonesia sering digunakan untuk informasi publik di Museum Sepuluh Nopember. Tidak dapat disangkal sebagai dampak dari perkembangan industri pariwisata, Museum Sepuluh Nopember juga harus memenuhi standar internasional melalui penggunaan pilar informasi yang juga dapat diperuntukkan bagi wisatawan asing.

Berdasarkan UU No. 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan, ada aturan yang mengikat dalam penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam konteks tulis-menulis. Dalam undang-undang itu, disebutkan bahwa bahasa Indonesia harus bahkan wajib digunakan sebagai keterangan nama barang atau jasa yang merupakan produk dalam negeri dan distribusinya juga dilakukan di Indonesia. Selain itu, pada pasal 38 ayat 1 disebutkan bahwa bahasa Indonesia harus digunakan sebagai bahasa tulis untuk menyampaikan informasi secara umum di ruang publik kepada masyarakat, seperti rambu-rambu umum, rambu-rambu jalan, fasilitas umum, spanduk, dan alat informasi lain yang bersifat pelayanan publik. Dari regulasi yang dijabarkan dengan perkembangan industri pariwisata, Museum Sepuluh Nopember juga harus mengikuti perkembangan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa asing (Fatmahwati, 2019).

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis penggunaan bahasa di Museum Sepuluh Nopember. Sebagai tempat wisata, Museum Sepuluh Nopember masih menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan internasional maupun wisatawan lokal. Hal tersebut dikarenakan museum ini memiliki banyak informasi yang dapat disampaikan kepada pengunjung. Oleh karena itu, penggunaan bahasa sesuai dengan undang-undang penggunaan bahasa di Indonesia sangat penting untuk diperhatikan, terutama pada industri pariwisata. Selain itu, juga untuk meningkatkan penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik

dan kualitas penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Surabaya, seperti Museum Sepuluh Nopember.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hal itu dilakukan karena data primer yang dihasilkan bersifat kualitatif. Data berasal dari penggunaan bahasa Indonesia di industri pariwisata Museum Sepuluh Nopemver Surabaya yang diambil secara dokumentatif oleh peneliti. Teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dokumentasi dan observasi. Dokumentasi dilakukan dengan menggali catatan peristiwa yang sudah berlalu dalam bentuk tulisan, gambar, ataupun karya (Salamah, 2020). Metode observasi ini bukan sekadar proses mengamati dan merekam kegiatan, tetapi lebih dari itu. Observasi merupakan bentuk pengamatan yang dapat memberi informasi tentang tujuan penelitian yang ingin digali.

Adapun tahapan penelitian yang dilakukan mencakup empat tahapan. Pertama, peneliti mengajukan permohonan izin penelitian ke museum. Kedua, peneliti melakukan observasi terhadap penggunaan bahasa di museum, lalu mengambil gambar pada penggunaan bahasa yang menunjukkan data penelitian. Ketiga, peneliti melakukan kajian dokumentasi pada penggunaan bahasa di museum. Terakhir, peneliti menganalisis penggunaan bahasa secara deskriptif kualitatif terhadap data yang sudah ditemukan.

## **PEMBAHASAN**

Bahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari harus digunakan karena merupakan bahasa nasional dan bahasa persatuan. Bahasa Indonesia adalah bahasa utama yang digunakan dalam forum resmi maupun tidak resmi. Pemerintah Indonesia telah melakukan upaya dalam industri pariwisata untuk mengembangkan konsep pariwisata. Banyak hal yang harus dirancang sesuai dengan peraturan pemerintah. Perkembangan industri pariwisata ini juga perlu diikuti dari waktu ke waktu. Tidak hanya industri yang dikembangkan dan ditujukan untuk penduduk lokal, tetapi juga wisatawan asing. Pidato di ruang publik pun sangat perlu diperhatikan. Berdasarkan kebijakan pemerintah untuk menjaga pariwisata di Indonesia mendalami budaya Indonesia, bahasa Indonesia harus tetap menjadi bahasa utama yang nantinya dapat disertai dengan bahasa asing bagi wisatawan asing.

### **Fenomena Penggunaan Bahasa di Ruang Publik di Surabaya**

Fenomena penggunaan bahasa di ruang publik di Surabaya saat ini mengalami pergeseran. Hal tersebut karena kurangnya ketegasan atas apa yang terjadi di bahasa publik, sehingga perlu dibangun karakter dan regulasi untuk menguatkan kembali penggunaan bahasa. Selain pemerintah, masyarakat juga harus bereaksi terhadap perkembangan bahasa di ruang publik. Dari hasil penelitian, penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dan bahasa Inggris sebagai bahasa kedua di ruang publik industri pariwisata Museum Sepuluh Nopember sebagian sudah benar sesuai norma hukum dan sebagian belum sesuai kaidah yang ada.

Bahasa publik yang digunakan dalam tur Museum Sepuluh Nopember adalah bahasa Indonesia karena merupakan bentuk apresiasi dan juga bentuk penghormatan terhadap bahasa Indonesia. Selama tur dengan pemandu wisata di Museum Sepuluh Nopember, pemandu wisata selalu menjelaskan isi museum dengan bahasa Indonesia. Hal itu dilakukan karena pemandu wisata sedang mengantar wisatawan lokal selama berkeliling. Penggunaan bahasa akan berbeda jika wisawatan yang diantar berasal dari luar negeri. Pemandu wisata tentu menggunakan bahasa Inggris agar wisatawan yang datang dapat memahami penjelasan pemandu wisata.

Di ruang publik, dalam hal ini di museum, selain bahasa Indonesia, penggunaan bahasa asing juga harus digunakan, misalnya bahasa Inggris pada informasi publik untuk wisatawan asing yang tidak mengerti bahasa Indonesia. Pasalnya, bahasa Inggris termasuk bahasa asing yang dipakai komunikasi turis internasional sehingga hal ini menjadi kewajiban bagi pengelola museum untuk mencantumkan bahasa Inggris sebagai penulisan benda di dalam museum (Diana, dkk, 2022).

Keseriusan pemerintah dalam menangani penggunaan bahasa di ruang publik perlu ditekankan agar masyarakat di Surabaya maupun di luar Surabaya tetap menggunakan bahasa di ruang publik sesuai aturan yang ditetapkan pemerintah. Bahasa Indonesia tetap yang utama digunakan, dan selanjutnya bahasa Inggris karena berfungsi sebagai pemberi informasi bagi turis asing.

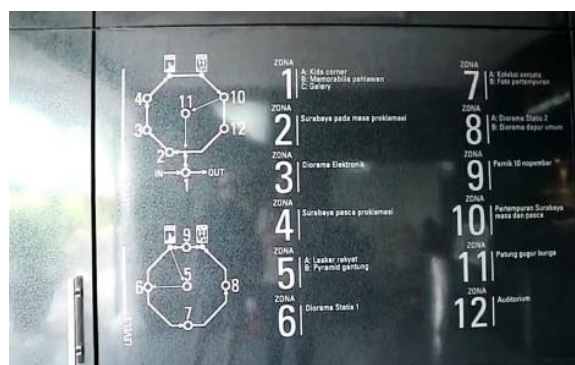
### **Implementasi Bahasa Indonesia di Museum Sepuluh Nopember**

Penggunaan bahasa Indonesia dalam di tempat wisata Museum Sepuluh Nopember ini ada yang sudah tepat dan ada juga yang masih kurang tepat dalam penempatan bahasa dan penulisannya. Bahasa yang digunakan dalam informasi publik meliputi dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Indonesia untuk memudahkan wisatawan lokal selama berkunjung, sedangkan bahasa Inggris ditujukan untuk memudahkan wisatawan asing untuk memahami informasi umum di museum. Penggunaan bahasa itu tentu untuk menarik minat wisatawan agar datang berkunjung. Sayangnya, penggunaan bahasa itu belum sesuai dengan peraturan pemerintah dalam UU No. 24 Tahun 2009 Pasal 36 Ayat 3. Dalam undang-undang tersebut, dijelaskan bahasa Indonesia harus digunakan sebagai bahasa tulis untuk nama tempat umum, merek dagang, lembaga publik, dan badan hukum di Indonesia. Menurut Kepala Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Dadang Sunendar, semua perintah atau petunjuk pada papan informasi di bagian berbahasa Indonesia memiliki karakter lebih besar dibandingkan dengan bahasa Inggris. Bahasa Inggris dituliskan di bawah tepat tulisan bahasa Indonesia. Penulisan pun harus dilakukan dengan huruf yang berukuran kecil (Kemdikbud, 2017).



Gambar 1. Contoh Penulisan Papan Perintah di Museum Sepuluh Nopember  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 1 dapat dikatakan sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan, yakni terdapat bahasa utama, yaitu bahasa Indonesia, kemudian diikuti dengan bahasa kedua, yaitu bahasa Inggris. Ukuran dalam penulisan kedua bahasa tersebut pun sama. Apabila mengacu pada perkataan Dadang, penulisan bahasa Inggris sebagai bahasa asing sebaiknya dengan ukuran yang lebih kecil, serta penulisan bahasa Inggris belum menggunakan format miring.



Gambar 2. Papan Informasi di Museum Sepuluh Nopember  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 2 menunjukkan denah lokasi Museum Sepuluh nopember. Denah ini berperan sangat penting bagi wisatawan baik asing maupun lokal. Penggunaan bahasa pada denah ini perlu sangat diperhatikan. Namun pada implementasinya, penggunaan bahasa yang digunakan masih belum tertata. Terdapat kata campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, serta belum adanya keterangan dalam bahasa Inggris. Hal ini dapat mempersulit bagi wisatawan asing untuk mengenali denah pada museum. Apabila memang museum ini juga ditargetkan untuk wisatawan asing, maka di setiap sudut informasi juga harus dilengkapi dengan penggunaan bahasa Inggris. Contoh kesalahan pada Gambar 2 adalah tulisan kata “in” dan “out”. Kedua kata tersebut menggunakan bahasa Inggris dan tidak ada keterangan menggunakan bahasa Indonesia. Selanjutnya, pada keterangan penomoran denah, tidak ada keterangan dalam bahasa Inggris.



Gambar 3. Penulisan Papan Perintah di Museum Sepuluh Nopember  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selanjutnya, pada penulisan papan perintah pada Gambar 3, terdapat tulisan “Dilarang Melintas”. Secara bahasa, memang tidak ada yang salah dengan penggunaan bahasanya. Namun, apabila kalimat tersebut mengusung makna perintah, dapat diberi tanda perintah yang biasanya menggunakan tanda seru (!). Penulisan papan perintah tersebut juga masih hanya menggunakan bahasa Indonesia saja. Sangat disayangkan apabila telah banyak informasi yang menggunakan dua bahasa, tetapi pada papan perintah belum menggunakan dua bahasa.

### **Kesesuaian dengan Anjuran Pemerintah**

Penggunaan bahasa Indonesia di ruang publik wisata Museum Sepuluh Nopember kini sudah mengikuti perkembangan. Informasi di ruang publik sudah menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang ditujukan untuk wisatawan asing. Penulisan itu sudah sesuai dengan anjuran dari pemerintah untuk menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa asing. Namun, masih ada beberapa kesalahan dalam penggunaan bahasa yang masih belum menerapkan aturan penggunaan ejaan bahasa Indonesia.

Penggunaan ejaan bahasa Indonesia juga perlu mendapatkan perhatian dari ahli bahasa, terutama lembaga bahasa di provinsi, seperti Balai Bahasa Jawa Timur. Kesalahan penulisan ejaan masih ada. Padahal, pengunjung anak-anak juga datang ke museum. Apabila kesalahan itu dibaca oleh anak-anak, wawasan tentang ejaan bahasa Indonesia yang salah tentu akan tertanam dalam diri anak.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian dan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa pada ruang publik di industri pariwisata Museum Sepuluh Nopember terdapat sebagian yang sudah benar sesuai dengan aturan undang-undang dan ada pula yang belum sesuai dengan aturan yang ada. Bahasa ruang publik yang digunakan di tempat wisata Museum Sepuluh Nopember adalah bahasa Indonesia karena merupakan bentuk penghargaan dan juga bentuk



suatu sikap penghormatan terhadap bahasa Indonesia. Penerapan bahasa Indonesia di tempat wisata Museum Sepuluh Nopember ini terdapat yang telah sesuai dan terdapat pula sebagian yang belum sesuai dengan penempatan bahasa maupun dalam penulisannya. Berdasarkan pada aturan yang ada, semua perintah atau petunjuk di papan informasi sebaiknya menggunakan bahasa Indonesia dengan penulisan menggunakan huruf berukuran besar. Adapun penulisan bahasa Inggris sebagai bahasa asing sebaiknya dengan ukuran yang lebih kecil. Selain itu, penulisan informasi dengan bahasa Inggris semestinya menggunakan format miring. Penggunaan bahasa pada tempat-tempat penting di Museum Sepuluh Nopember ini perlu sangat diperhatikan. Namun pada implementasinya, penggunaan bahasa yang digunakan masih belum tertata.

Untuk itu, berdasarkan hasil penelitian ini, instansi terkait penggunaan bahasa di ruang publik seharusnya dapat lebih memperhatikan penggunaan bahasa di tempat-tempat wisata, khususnya Museum Sepuluh Nopember. Tujuannya, agar wisatawan lokal dan asing dapat memperoleh informasi yang sama. Penelitian ini masih penelitian pendahuluan dan diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui langkah-langkah yang perlu dilakukan dan untuk pengembangan bahasa Indonesia di masa yang akan datang. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arsanti, M. & Setiana, L.N. (2020). Pudarnya Pesona Bahasa Indonesia di Media Sosial (Sebuah Kajian Sociolinguistik Penggunaan Bahasa Indonesia). *Lingua Franca*, 4(1), 1-12, <http://dx.doi.org/10.30651/lf.v4i1.4314>
- Atmoko, T.P.H. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Media Wisata*, 12(2), 146-154, <https://doi.org/10.36276/mws.v12i2.209>
- Diana, P.N., dkk. (2022). Pendampingan Labelisasi Lanskap Linguistik Multilingual Destinasi Wisata Bangkalan di Era New Normal. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, 8(1), 28-33, <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i1.13543>
- Fatmahwati, A, F. A. (2019). Penggunaan Bahasa Indonesia Pada Media Ruang Publik Di Kota Pekanbaru. *Suar Betang*, 13(2), 131–144. <https://doi.org/10.26499/surbet.v13i2.76>
- Hartawan, R.F.C. (2023). *Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi*. Malang: Literasi Nusantara.
- Hasanah, H. (n.d.). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *Jurnal at-Taqaddum*, 8(1), 21-46
- Kusumawati, T.I. (2018). Peranan Bahasa Indonesia dalam Era Globalisasi. *Jurnal Nizhamiyah*, 8(2), 68-77, <http://dx.doi.org/10.30821/niz.v8i2.396>
- Purba, H. & Irwansyah, I. (2022). User Generated Content dan Pemanfaatan Media Sosial dalam Perkembangan Industri Pariwisata: Literature Review. *Profesional: Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 9(2), 229-238

- Prabhawati, A. (2018). Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Kualitas Pariwisata Budaya melalui Diplomasi Kebudayaan. *Journal of Tourism and Creativity*, 2(2), 158-177, <https://doi.org/10.19184/jtc.v2i2.13847>
- Salamah, W. (2020). Deskripsi Penggunaan Aplikasi Google Classroom dalam Proses Pembelajaran. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 4(3), 533-538
- Sutarna, I.G.P & Sadia, I. K. (2013). Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata: Studi Kasus Perencanaan Bahasa pada Industri Pariwisata Bali. *SOSHUM. Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(2), 202–211.
- Kemdikbud, P. W. (2017, Desember 20). Utamakan Bahasa Indonesia, Lestarikan Bahasa Daerah, dan Kuasai Bahasa Asing. Retrieved from Kementerian: <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2017/12/utamakan-bahasa-indonesia-lestarikan-bahasa-daerah-dan-kuasai-bahasa-asing>