

Keterampilan Komunikasi - Pengetahuan dan Perilaku Berbahasa–Penentu Keberhasilan Industri Pariwisata di Malaysia

Anzaruddin Ahmad¹

Abstract: *It is clear that the aggressive promotions activities for tourism sector is vety important. It contributes to increase the Malaysian' economic condition. Predicted the number of overseas tourism visitors to Malaysia increase to 21.5 milion people in 2008, up to 5% from those in 2007. It is followed by the raising of revenue in this sector, from RM 44.5 bilion in 2007 up to RM 49 milion in 2008. In 2010 Malaysia hopes there will be 24.6 milion people visit to Malaysia. It will be followed by the raising of revenue in tourism sector and also of working opportunities. To attantion the goals, it needs many professional human resources. Promotion activities and creating of tourism products, without serious effeorts and thingking for developing the professional tourism; human resources, will be not effective. This paper intended to discuss the effort to improve the quality of human resources in tourism industry, especially in the area of the communication competence*

Key words: *communication competence, tourism, human resources*

1 **Anzaruddin Bin Ahmad**, adalah seorang dosen senior di Fakulti Bahasa Moden Dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia (UPM) dengan latarbelakang dalam bidang Bahasa dan Linguistik dari Universiti Malaya, Kuala Lumpur, dan Pengurusan Antarabangsa dari California State University, USA. Bidang kepakaran dan penyelidikannya adalah Bahasa dan Linguistik, terutamanya Bahasa Untuk Tujuan Khusus (Language for Special Purposes). Bisa dihubungi di anzarupm@yahoo.com.my

Menurut World Economic Forum (WEF) yang berpangkalan di Geneva, dari 124 negara di dunia yang dikaji, Malaysia berada di tempat kedua paling berdaya saing harga dalam industri perjalanan dan pariwisata (Travel and Tours) (www.kosmo.com.my/kosmo/). Hal ini tidak mengherankan karena Rancangan Malaysia Kesembilan (RMK-9) yang dibentangkan di Parleman pada 31 Mac 2006 untuk sepanjang periode 5 tahun (2006-2010), telah menggariskan dasar dan strategi pembangunan industri pariwisata yang agresif demi mencapai potensi penuh industri tersebut sebagai sumber penting dalam mencipta perolehan / kemasukan uang asing dan peluang pekerjaan.

Melalui aktivitas promosi yang lebih fokus dan agresif, dijangka jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Malaysia sehingga Desember 2008 ini akan meningkat kepada 21.5 juta orang dibanding sepanjang periode yang sama tahun 2007 yang hanya mencapai 20.1 juta. Sebahagian besar pelancong itu adalah dari Eropa, Jepang, Korea Selatan, Singapura, China dan Timur Tengah. Demikian juga perolehan laba operasi atau laba usaha dijangka meningkat sebanyak RM 49 bilion dibanding RM 44.5 bilion pada tahun 2007. Jumlah RM 49 bilion ini diharapkan dapat menyumbang sebanyak 7.2 persen dari Produk Domestik Bruto (Gross Domestic Product – GDP) (www.utusan.com.my/utusan/).

Tidak dipungkiri bahawa peningkatan jumlah wisman yang datang melawat Malaysia menyediakan banyak kesempatan kerja. Namun, aktivitas-aktivitas promosi dan pembangunan produk pariwisata serta peningkatan kemudahan infrastruktur sahaja tidak memadai tanpa fokus yang seimbang terhadap pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) yang menguasai keterampilan komunikasi - pengetahuan dan perilaku berbahasa. Maknanya, jika SDM yang sedia ada tidak mumpuni maka mereka tidak akan banyak membantu keberhasilan industri pariwisata di Malaysia. Justru, untuk meningkatkan pembangunan pariwisata di Malaysia, diperlukan tenaga kerja yang trampil, terdidik dan terlatih yang bisa berkomunikasi secara efektif dengan para wisman ini.

Strategi yang kemas dan mantap amat perlu untuk mempertingkatkan lagi tahap profesionalisma, dan kualiti perkhidmatan kepariwisataan yang disediakan oleh agensi-agensi pariwisata tempatan. Program pelatihan yang khusus mengenai keterampilan berbahasa asing serta pengetahuan tentang budaya masyarakat penutur bahasa asing itu perlu diberikan

kepada kalangan pebisnis dan karyawan yang terlibat dalam industri ini supaya mereka dapat memberikan khidmat dan menyampaikan maklumat yang tepat and lengkap kepada kalangan wisatawan asing. Pelaksanaan pelan pariwisata nasional sewajarnya mengambil-kira faktor SDM ini.

Justru itu, makalah ini akan membincangkan tentang pembangunan SDM dalam industri pariwisata demi memenuhi kebanjiran wisman ke Malaysia. Ini adalah sejajar dengan harapan pemerintah untuk menghasilkan RM 59.4 bilion pendapatan negara dan menciptakan 520,700 lapangan kerja di Malaysia berdasarkan jangkaan pertambahan jumlah wisman kepada 24.6 juta orang menjelang tahun 2010 (www.utusan.com.my/utusan/). Penulis akan membincangkan hal ini secara lebih terperinci di samping mengemukakan beberapa cadangan bagi membentuk dan meningkatkan kualitas SDM yang mampu menghadapi cabaran dan persaingan dalam sektor pariwisata kontemporer.

Makalah ini ditulis karena penulis melihat perilaku berbahasa insan pariwisata di Malaysia saat ini cukup memprihatinkan. Belakangan, penulis mendapati banyak karyawan dalam industri ini yang berbahasa asing dengan seenaknya, tanpa mengindahkan norma atau aturan berbahasa yang betul. Dengan kata lain, seringkali terjadi bahasa asing dipergunakan tidak pada tempatnya yaitu tidak bersesuaian dengan perilaku berbahasanya.

MAKSUD KOMUNIKASI - PENGGUNAAN BAHASA - YANG BAIK / BETUL

Penggunaan bahasa yang baik sangat menekankan aspek komunikatif bahasa. Hal itu berarti seseorang individu itu harus memperhatikan sasaran bahasanya yaitu kepada siapa ia mahu berbicara. Oleh sebab itu, aspek umur, agama, status sosial dan latarbelakang pendidikan khalayak sasaran tidak boleh diabaikan sama sekali. Misalnya, cara seseorang individu itu berbicara dengan anak kecil sudah tentu berbeda dengan cara ia berbicara dengan orang dewasa. Kita tidak dapat menyampaikan pengertian sesuatu istilah dengan bahasa yang sama kepada dua orang yang berbeda dari segi umur ini. Selain umur yang berbeda, daya serap anak kecil ketimbang orang dewasa juga jauh berbeda. Penggunaan bahasa untuk lingkungan yang berpendidikan tinggi dan yang kurang berpendidikan juga tentu tidak sama.

Dengan kata lain, aspek-aspek komunikasi mesti diperhatikan :- yakni pengirim mesej, penerima mesej, isi mesej, dan media penyampaian mesej. Pengirim mesej adalah orang yang akan menyampaikan suatu gagasan kepada penerima mesej, yaitu pendengar atau pembacanya, bergantung pada media yang digunakannya yaitu samada media tulis atau media lisan. Demikian juga, cara kedua mesej itu disampaikan mesti disesuaikan dengan pembaca yang dituju. Manakala isi mesej adalah gagasan yang ingin disampaikan kepada penerima mesej.

Bahasa yang betul berkaitan dengan aspek peraturan, yakni kaidah bahasa. Ada dua hal yang harus diperhatikan berkaitan dengan peraturan bahasa, yaitu masalah tata bahasa dan pilihan kosa kata (termasuk istilah). Baik dalam penggunaan bahasa lisan maupun tulisan, pengetahuan atas tata bahasa dan pilihan kata, harus dimiliki. Tanpa pengetahuan tata bahasa yang memadai, kita akan mengalami kesulitan dalam berbahasa. Jadi penggunaan bahasa yang betul adalah penggunaan bahasa yang sesuai dengan peraturan bahasa dan bertalian dengan ketepatan menggunakan kosa kata yang sesuai dengan tuntutan makna.

Kriteria penggunaan bahasa yang betul juga adalah ketepatan memilih ragam bahasa yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi. Pemilihan ini bertalian dengan topik yang dibicarakan, tujuan pembicaraan, orang yang diajak berbicara, dan tempat pembicaraan. Selain itu, bahasa yang baik itu bernalar, dalam arti bahwa bahasa yang kita gunakan logis dan sesuai dengan tata nilai sesuatu masyarakat pemakai bahasa. Penggunaan bahasa yang baik tergambar dalam penggunaan kalimat-kalimat yang gramatikal, yaitu kalimat-kalimat yang memenuhi peraturan tata bahasa dan kosa kataaan serta tepat dalam menyampaikan mesej.

Berbahasa dengan betul dan baik tidak hanya menekankan kebenaran dalam hal tata bahasa, melainkan juga memperhatikan aspek komunikatif. Bahasa yang komunikatif tidak mesti merupakan bahasa standar. Sebaliknya, penggunaan bahasa standar tidak selalu berarti bahwa bahasa itu baik dan benar. Sebaiknya, digunakan ragam bahasa yang serasi dengan sasarannya disamping mengikuti peraturan bahasa yang betul (Alwi dan lainnya, 1998 : 21).

PEMBANGUNAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) DALAM INDUSTRI PARIWISATA

Tiada siapa yang dapat menafikan bahawa pengurusan SDM merupakan elemen terpenting dalam pengurusan dan faktor penentu kepada ‘survival’ sesebuah industri. Apa yang menarik ialah hakikat bahawa Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan aset yang boleh diberi nilai tambah, ditingkatkan nilai intelek serta diperkaya modal budayanya.

Oleh kerana itu, pihak pengurusan Perguruan Tinggi Negeri / Swasta (PTN/S) yang bertanggungjawab dalam menyiapkan SDM mesti memikirkan untuk memperbanyak program pembangunan kompetensi berbahasa di kalangan para karyawannya bagi membina keterampilan komunikasi mereka. Upaya mesti ditingkatkan dengan segera bagi meramaikan para karyawan yang menguasai Bahasa Asing Untuk Tujuan Pariwisata (BAUTP) supaya SDM yang layak berkhidmat dengan agensi-agensi pariwisata terus terjamin. Bagi merealisasikan hasrat tersebut, program pelatihan bahasa asing yang berasaskan pengetahuan berbahasa asing (standar dan dialek) serta budaya asing kontemporer perlu diajarkan supaya menjadi teras utama kepada agenda pembangunan SDM. Agenda pembangunan SDM mesti memberi tumpuan kepada perisian dan kandungan BAUTP agar ia bisa meningkatkan kualiti kerja dan mengelakkan pertembungan budaya asing -tempatan.

Persaingan sengit yang perlu dihadapi oleh Malaysia yang terlibat secara langsung dalam industri pariwisata tidak mengizinkan sebarang kesilapan komunikasi berlaku. Demikian juga setiap agensi pariwisata di Malaysia tidak bisa membenarkan tanggungjawab berurusan dengan para wisman diserahkan kepada mereka yang tidak mempunyai cukup keterampilan berbahasa asing dan pengetahuan lintas budaya (trans-cultural) dan silang budaya (cross cultural). Setiap agensi pariwisata mesti berusaha sedaya upaya dalam memastikan agar kompetensi dan keefektifan komunikasi dioptimumkan.

Pemerintah Malaysia mesti melakukan langkah yang betul secepat mungkin bagi memperkukuhkan agensi pariwisatanya. Asas paling kukuh untuk Malaysia berjaya dalam persaingan global yang berteraskan merit dan prestasi ialah keterampilan berbahasa asing dan pengetahuan tentang budaya wisman di kalangan para karyawan industri pariwisata. Penulis

berpendapat jika setiap aspek ini disemai dan dipupuk dalam diri setiap individu, insyaAllah Malaysia bakal mengecap kejayaan. Atas dasar inilah, penulis menyarankan agar tumpuan segera diberikan kepada aspek pembangunan dan pelatihan SDM di kalangan mahasiswa dan alumni PTN/S supaya mereka lebih berdaya saing dan berpengetahuan dalam menjalankan tugas mereka. Inilah sebenarnya cabaran terbesar dalam membangunkan ekonomi Malaysia yang komprehensif di era globalisasi sekarang ini.

Adalah menjadi harapan penulis agar semua program yang dirancang dan dilaksanakan ini akan berjaya menyiapkan SDM yang memiliki pengetahuan dan perilaku berbahasa yang mendalam, mampu menyampaikannya sesuai dengan konteks para wisman yang melawat Malaysia sambil tetap mempertahankan adat dan budaya Nusantara.

PROGRAM PELATIHAN BAHASA ASING

Dalam era globalisasi sekarang dan sesuai dengan perkembangan industri pariwisata di Malaysia hari ini, keterampilan berbahasa asing merupakan hal yang sangat penting untuk menunjang kesuksesan karier semua pihak yang terkait dengan industri pariwisata. Bagaimanapun, bahasa asing ini harus dipelajari secara serius dan penuh kesadaran melalui jalur pendidikan formal maupun jalur latihan kerja.

Misalnya, program Bahasa Asing Untuk Tujuan Pariwisata (BAUTP) perlu dirancang dan diajarkan karena setakat ini belum ada lagi mana-mana PTN/S di Malaysia yang menawarkan program bahasa asing secara khusus dalam bidang pariwisata samada di peringkat sijil, diploma atau ijazah dasar.

Hal ini perlu dilakukan agar seramai mungkin karyawan yang terlibat mengendalikan industri pariwisata di Malaysia dapat dipersiapkan dengan salah satu keterampilan insaniah yang paling penting yaitu keterampilan berkomunikasi. Keterampilan ini merangkumi dua aspek penting yaitu keterampilan yang mencukupi dalam berbahasa asing (standar dan dialek) dan pengetahuan tentang budaya masyarakat penutur natif bahasa asing tersebut.

Para karyawan ini perlu mengembangkan profesionalisme dan potensi berbahasa masing-masing untuk bisa menjawab tantangan global

dan kebutuhan riil akan lapangan kerja mereka sehingga mampu bersaing dalam dunia internasional. Kemampuan berbahasa asing sebagai alat komunikasi menjadi tuntutan utama bagi setiap warga Malaysia untuk berhubungan dengan para wisman.

Sebagai permulaan, program BAUTP perlu dirangka dan ditawarkan di PTN/S bagi melahirkan mahasiswa dan alumni yang berpotensi memenuhi keperluan industri pariwisata. Hal ini dikarenakan program-program pelatihan yang sedia ada di PTN/S biasanya terbatas kepada pembelajaran aspek tatabahasa (sintaksis) dan morfologi sahaja. Program bahasa asing yang dimaksudkan di sini akan disesuaikan dengan permintaan pasaran dan keperluan kontemporer dan dipertingkatkan ke tahap yang akan membolehkan para karyawan menggunakan bahasa tersebut dalam konteks kerja yang sebenar.

Kandungan silibus program tersebut diharap dapat menyiap-sediakan para karyawan dalam pelbagai aspek pariwisata seperti keterampilan berbahasa dan penguasaan terhadap budaya para wisman. Hal ini perlu supaya perlakuan dan tindak-tanduk para karyawan yang akan terlibat mengendalikan aktiviti pariwisata selaras dengan budaya luhur / murni yang universal sifatnya.

DEFINISI BUDAYA

Sepertimana yang telah dinyatakan di awal makalah ini, sikap tidak mengambil berat terhadap budaya para wisman akan menyebabkan para karyawan dalam industri ini kekurangan maklumat tentang konteks penggunaan bahasa. Dengan kata lain, mereka tidak bisa mengetahui bila, di mana dan dengan siapa sesuatu laras bahasa itu perlu digunakan. Oleh itu untuk membantu para karyawan memahami konteks penggunaan sesuatu bahasa asing, adalah sangat penting bagi para guru memperbetulkan sikap dan persepsi para karyawan terhadap budaya para wisman. Maknanya mereka perlu disedarkan tentang betapa perlunya mempelajari budaya para wisman ini bersama dengan bahasa yang mereka tuturkan.

Memandangkan masyarakat kini lebih bersifat multietnik dan multibudaya, lebih-lebih lagi dalam konteks globalisasi, keterampilan komunikasi lintas budaya adalah sangat penting dipertingkatkan. Ini perlu memandangkan perilaku manusia ditunjangi oleh konteks sosial dan

budaya di mana dia berada (Jamaliah, 2001 :1). Gumperz berpendapat bahawa kekurangan pengetahuan tentang bahasa serta budaya sesebuah masyarakat merupakan punca utama salah faham di kalangan penutur terutamanya penutur dari masyarakat dan budaya yang berbeda (Gumperz, 1983).

Justeru itu seseorang yang dianggap boleh berkomunikasi dengan efektif adalah seseorang yang bisa menggunakan bahasa dengan baik dan sesuai, dan memahami hubungan langsung di antara bahasa dan konteks sosio-kultural (Jamaliah, 2001 :1).

Berjaya atau tidak sesuatu komunikasi di antara seseorang karyawan Malaysia dengan penutur natif sesuatu bahasa asing tidak hanya bergantung kepada tahap kompetensinya dalam menguasai komponen-komponen linguistik yang diperolehi dari pengajaran bahasa asing. Para karyawan juga perlu mempunyai pemahaman budaya sasaran (budaya asing) agar dia dapat melakukan komunikasi dengan kefahaman yang mencukupi tentang lawan bicaranya yang berbeda dari segi bangsa dan budaya. Pastinya semua itu hanya dapat dicapai apabila komponen budaya disertakan dalam pengajaran bahasa asing.

Apa yang dimaksudkan dengan budaya dalam kaitan ini bukan 'budaya' yang sudah mengalami pendangkalan makna, yang hanya merujuk kepada seni hiburan dan pertunjukan. Tetapi budaya yang dimaksudkan di sini merujuk kepada cara hidup sesebuah masyarakat yang merangkumi cara makan, berpakaian, menggunakan bahasa, perkahwinan, kematian, permainan, muzik, lukisan atau kegiatan-kegiatan lain. Budaya juga merangkumi semua adat-resam, nilai, cara berfikir dan cara bertindak sesebuah masyarakat itu.

Kedudukan budaya bagi sesebuah masyarakat samalah dengan kedudukan keperibadian bagi seseorang individu. Budaya adalah yang membedakan sesebuah masyarakat dari masyarakat yang lain. Budaya berbeda dengan ilmu pengetahuan, karena ilmu hanya terkumpul pada mereka yang berilmu sahaja. Namun, budaya adalah milik semua orang samada tua atau muda, miskin atau kaya, lelaki atau perempuan masing-masing.

MUATAN BUDAYA DALAM KURSUS-KURSUS PELATIHAN BAHASA ASING

Secara tradisinya, pengajaran sesuatu bahasa asing di Malaysia hanya merujuk kepada kompetensi keempat komponen linguistik :- bertutur, mendengar, membaca, dan menulis. Itupun hanya versi bahasa standar / baku yang diberi tumpuan. Dialek sesuatu bahasa asing itu hampir tidak diberi penekanan langsung. Namun dalam konteks komunikasi global, guru-guru yang mengajar bahasa asing juga perlu menyertakan komponen / dimensi kelima bahasa tersebut. Dimensi kelima yang penulis maksudkan di sini ialah pengetahuan budaya dari sesuatu bahasa yang dipelajari.

Dalam kegiatan belajar mengajar bahasa (KBMB), unsur-unsur budaya masyarakat pemakai bahasa target harus menjadi bagian integral dari materi pengajaran bahasa tersebut. Malangnya, penulis mendapati bahwa aspek-aspek budaya sering terlupakan dalam praktek pengajaran bahasa asing walaupun hal itu merupakan bagian dari kompetensi komunikatif yang harus dikuasai. Kesesuaian bertindak tutur (*the proper conduct of language use*) ini sering kali terlupakan dalam kegiatan belajar mengajar bahasa (KBMB).

Dengan kata lain, telah berlaku semacam ‘fahaman sekularisme’ dalam pembelajaran bahasa asing yaitu pemisahan aspek linguistik sesuatu bahasa dari budaya masyarakat pemakai bahasa itu. Dalam merangka dan menstruktur semula sukatan mata kuliah sesuatu bahasa asing, ‘fahaman sekularisme’ ini mesti disingkirkan dan perlu digabungkan semula antara ilmu bahasa dan ilmu budaya. Untuk mengantisipasi komunikasi global, kita perlu menyertakan dimensi kelima dari bahasa ini. Maknanya, pembelajar bahasa diharapkan mampu menguasai kompetensi komunikatif seiring dengan pengetahuan pragmatik bahasa tersebut.

Oleh sebab itu, semua pihak yang terkait dengan industri pariwisata di Malaysia dituntut tidak hanya mempunyai pengetahuan tetapi juga perilaku berbahasa serta sikap mental dan kepribadian tertentu sehingga mereka mempunyai wawasan yang luas dalam menghadapi masalah-masalah dalam dunia nyata. Maka, dalam rangka mensukseskan industri pariwisata di Malaysia, para pelaku bisnis, asosiasi, bersama para pemangku kepentingan (*stakeholder*) pariwisata mesti sepakat untuk memberikan fokus yang sewajarnya kepada pembangunan SDM.

Pepatah Melayu mengatakan bahawa “Bahasa jiwa Bangsa”. Perbezaan bangsa seringkali akan mewujudkan perbezaan bahasa. Bangsa yang berbeza mempunyai bahasa ibunda yang berbeza, dan bahasa yang berbeza menghasilkan jiwa penutur yang berbeza (Asmah, 1987 : 115).

Maknanya, bahasa yang dituturkan oleh sesuatu bangsa mempunyai peranan yang sangat besar karena bahasa itu mencerminkan budaya bangsa tersebut. Umumnya oleh karena bahasa merupakan salah satu komponen daripada budaya, maka jika indah bahasa sesuatu bangsa itu maka akan indahlah juga budayanya karena bahasa memanifestasi sikap masyarakat yang menuturkannya. Begitulah sebaliknya jika lenyap sesuatu budaya maka akan lenyaplah juga bahasa bersama dengannya (Anzaruddin, 2005 : 459).

Salah satu syarat untuk seseorang individu menguasai dengan baik sesuatu bahasa asing ialah dia mesti juga menguasai keterampilan lintas budaya. Hal ini karena ramai yang tidak berjaya dalam komunikasi dengan wisatawan mancanegara akibat kurangnya sensitiviti terhadap keterampilan berkomunikasi dalam konteks silang budaya. Para karyawan biasanya menganggap bahawa keterampilan berbahasa asing hanya terbatas kepada kompetensi menguasai struktur bahasanya tanpa menghiraukan aspek-aspek lain seperti kompetensi sosiolinguistik, wacana, dan strategi. Sesuatu bahasa asing itu seolah dilihat sebagai suatu bahasa yang bebas konteks, dan tidak terkesan langsung dengan situasi di mana, bila, mengapa, dan dengan siapa ia dituturkan.

Yang pastinya selain daripada kompetensi struktur sesuatu bahasa, para karyawan juga mesti mengambil kira kompetensi-kompetensi lain terutamanya yang berkaitan dengan budaya komuniti penutur sesuatu bahasa asing itu. Dell Hymes menyebut bahawa bahasa merupakan salah satu komponen budaya yang menjadi sebagian dari kehidupan masyarakat penutur bahasa tersebut (Hymes, 1973 : 128). Sesuatu budaya itu pula pada dasarnya berkait dengan cara hidup sekelompok manusia yang mempunyai nilai-nilai, cara berfikir, adat istiadat, kebiasaan, dan agama yang tersendiri (O’Sullivan, 1994). Oleh karena bahasa merupakan sebagian dari budaya dan sekaligus berfungsi sebagai wahana untuk menyatakan budaya, penguasaan seseorang individu terhadap sesuatu bahasa merupakan penyerapan oleh individu itu terhadap salah satu komponen budaya terpenting masyarakat penutur natif bahasa tersebut.

Tanpa bahasa, tidak akan wujud konsep-konsep yang mendukung pengertian setiap unsur kebudayaan. Tanpa bahasa juga tidak mungkin berlaku komunikasi yang dapat bertahan lama untuk mewujudkan kondisi saling faham antara anggota masyarakat di dunia. Namun, penguasaan sesuatu bahasa dari segi linguistik sahaja tidak memadai. Hal ini dikarenakan pengetahuan linguistik dan budaya adalah dua hal yang berbeda. Maka keduanya perlu disepadukan.

PENERAPAN ASPEK BUDAYA DALAM KBMB ASING

Jelas kepada kita sekarang betapa perlunya diwujudkan pengajaran bahasa asing yang merentas budaya semasa kegiatan belajar mengajar sesuatu bahasa asing di PTN/S di Malaysia. Hal ini perlu dilakukan supaya tidak wujud jarak budaya antara para karyawan dalam industri pariwisata dengan para wisatawan mancanegara yang datang melawat negara ini.

Kalau para karyawan ingin lebih melebarkan cakrawala pengetahuan bahasa asing mereka, mereka dituntut tidak hanya mempunyai pengetahuan mendalam dan akurat mengenai sesuatu bahasa asing tetapi juga perilaku berbahasa yaitu budaya masyarakat penutur natif bahasa tersebut. Tidak dapat disangkal bahwa kedua faktor tersebut sangat membantu dalam menentukan keberhasilan industri pariwisata di Malaysia.

Bagaimanapun, penulis ingin mencadangkan di sini supaya bahasa asing diajar melalui perspektif budaya penutur bahasa asing tersebut. Penulis mencadangkan hal ini karena menyedari hakikat bahawa rata-rata para karyawan Malaysia mempelajari sesuatu bahasa asing secara terpisah daripada budaya bahasanya.

KESIMPULAN

Meskipun tidak bisa dipungkiri lagi bahwa dunia usaha kepariwisataan mampu memacu pertumbuhan ekonomi Malaysia yang cepat dan memperluas kesempatan kerja bagi rakyat Malaysia, namun masih terdapat beberapa kendala yang menghambat kelancaran industri kepariwisataan ini. Salah satu kendala muncul yang saat ini adalah terbatasnya SDM baik kuantitas maupun kualitas yang diharapkan mempunyai daya saing tinggi ternyata masih jauh dari memadai.

Terbatasnya SDM dalam pelbagai aspek terutamanya di bidang promosi pemasaran pariwisata yang menguasai keterampilan komunikasi - pengetahuan dan perilaku berbahasa sangat dirasakan. Kondisi ini dapat menghambat kualitas dari segala aktivitas kegiatan pemasaran dan promosi Malaysia.

Dalam makalah ini penulis hanya memberi fokus kepada keterampilan berkomunikasi yang merupakan salah satu elemen keterampilan insaniah terpenting. Bagi penulis ia merupakan elemen yang terpenting karena tidak ada cara yang lebih baik untuk menjadikan seseorang karyawan itu lebih berdaya saing dalam menghadapi cabaran industri pariwisata di era globalisasi melainkan melalui pengetahuan terhadap perbedaan bahasa / dialek dan budaya.

Terdapat hubungan yang sangat erat antara bahasa dan budaya. Bahasa bukan semata-mata berfungsi sebagai medium perhubungan, bahkan ia juga merupakan medium kepada jalinan pemikiran. Manusia sentiasa berfikir melalui satu sistem bahasa yang tertentu. Pemikiran, perasaan dan adat kebiasaan sesuatu masyarakat terserlah melalui perkataan dan ungkapan yang wujud dalam bahasa masyarakat tersebut. Sesiapa yang mempelajari bahasa sesuatu masyarakat, sebenarnya secara tidak langsung juga mempelajari budaya masyarakat tersebut.

Seorang komunikator yang baik mesti memiliki keterampilan berbahasa dalam konteks budayanya. Dalam ertikata lain, para karyawan harus diajar keterampilan berbahasa bersekali dengan pengetahuan dan pengalaman budaya sesuatu bahasa itu sendiri. Dalam konteks pariwisata, hal ini penting bagi menghasilkan perpaduan dan kerukunan di antara para karyawan di agensi-agensi pariwisata dengan para wisatawan mancanegara. Ini selaras dengan budaya masyarakat Melayu yang berpaksikan kepada ajaran Islam.

Situasi di atas menyedarkan kita untuk menilai semula kualiti pengajaran bahasa asing di Malaysia. Berdasarkan sedikit pengalaman dan pemerhatian, penulis mendapati bahawa muatan budaya dan pemahaman lintas budaya tidak benar-benar diintegrasikan ke dalam kurikulum bahasa asing yang sedang berjalan samada di peringkat sekolah maupun di PTN/S.

Dengan kata lain, dalam kelas-kelas bahasa asing yang dijalankan sekarang komponen budaya masih belum diberikan penekanan yang

sewajarnya, walaupun peranannya begitu besar dalam membantu para karyawan untuk memiliki sensitiviti yang lebih tinggi terhadap budaya bahasa target. Kepekaan yang tinggi terhadap budaya bahasa target mesti diyakini sebagai faktor yang dapat meningkatkan keterampilan berbahasa seseorang individu. Justeru itu, memasukkan komponen budaya dalam kurikulum bahasa asing yang ada sekarang merupakan tanggungjawab semua perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata, hotel, maupun instansi lain yang terkait. Tindakan segera perlu diambil oleh semua pihak yang terlibat ini termasuk para pelaku bisnis, asosiasi, bersama para pemangku kepentingan (stakeholder) pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Anzaruddin. (2005). "Penterjemahan Teks Yang Mengandungi Perumpamaan Melayu Ke Bahasa Arab – Keperluan Memahami Perbedaan Pandangan Dunia Masyarakat Melayu & Arab". Dalam *Terjemahan Dan Pengglobalan Ilmu*. Suntingan Prof. Dr. Abdullah Hassan. PTS Professional Publishing Sdn.Bhd. : Bentong, Pahang.
- Ahmad, Anzaruddin. (2004). *Bahasa Arab Untuk Tujuan Agama : Kajian Terhadap Sikap Dan Motivasi Golongan Profesional*. Tesis MA, PTN/S Malaya. K. Lumpur.
- Alwi, Hasan; dan kawan-kawan. (1998). Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (TBBBI). Jakarta : Balai Pustaka.
- Awang Teh, Ghafani. (2008). Jadikan Masjid Destinasi Pelancongan. 16 Jun. (www.utusan.com.my/utusan/).
- Aziz Deraman, 1975. *Masyarakat dan Kebudayaan Malaysia*, Kuala Lumpur : Kementerian Kebudayaan Belia dan Sukan.
- Ely, J.D. 1997. "Community & The Politics Of Identity : Towards The Genealogy Of A Nation-State Concept". *Stanford Electronic Humanities Review*, Jilid 5 (2), Hlm.1-24.
- Hymes, Dell. (1973). *Foundations in Sociolinguistics : An Ethnographic Approach*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Jamaliah Mohd Ali. (2001). Pro Forma Kursus TXEA 1309 (Keterampilan Komunikasi Antara Dan Silang Budaya), Kuala Lumpur : University Malaya.
- Kennedy, C. & R. Bolitho, (1984). *English for Specific Purposes*. London: Macmilan.

- Kosmo. (2008). "Industri Pelancongan Negara Cemerlang" (4 November). (www.kosmo.com.my/kosmo/).
- Mackay, R and Mountford, A. (1978). *English For Specific Purposes*. London : Longman.
- mailer.fsu.edu & wordiQ.com
- Omar, Asmah. 1987. *Malay In Its Sociocultural Context*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- O'Sullivan, Kerry. (1994). *Understanding Ways: Communicating Between Cultures*. Sydney : Hale & Iremonger Pty. Ltd.
- Robinson, Pauline C. (1991). *ESP Today : A Practitioner's Guide*. Prentice Hall International (UK) Limited.
- Solomon, Charlene Marmer. 1994. "Global Operations Demand That HR Rethink Diversity", Personnel Journal. July.
- Stevens, Peter. (1977). *New Orientations In The Teaching Of English*. Oxford Univ.Press.
- Utusan Malaysia. (2007). "21.5 Juta Pelancong Dijangka Tiba Pada 2008" (Laporan Khas). 8 September. (www.utusan.com.my/)
- Widdowson, H. (1983). *Learning Purpose And Language Use*. Oxford : Oxford Univ. Press.