



Home > Literasi > Artikel

Eksotisme dalam Wacana Pariwisata

Minggu, 30/6/24 | 07:07 WIB



Oleh: Arina Isti'annah
(Dosen Sastra Inggris, Universitas Sanata Dharma)

Kata *eksotis* sudah terdengar familiar di telinga kita. Berbagai wacana juga kerap menggunakan kata *eksotis* untuk mengasosiasikan alam dengan keindahannya, terutama yang ditemukan pada wilayah tropis seperti Indonesia. Eksotisme, menurut Said, merupakan wacana yang secara politis digunakan oleh rezim kolonial untuk menamai wilayah dan komunitas yang secara geo-kultural jauh dari Eropa atau Barat (Setiawan, 2023). Dengan kata lain, eksotisme acapkali digunakan untuk melabeli Timur atau non-Barat.

Dalam wacana pariwisata, beberapa penelitian menyebutkan bahwa promosi destinasi pariwisata memanfaatkan pandangan Barat tentang eksotisme tersebut. Penggunaan kata

eksotis atau *exotic* dalam bahasa Inggris tidak lain bertujuan untuk memenuhi pandangan dan selera Barat terhadap wilayah non-Barat. Destinasi wisata yang eksotis ditandai dengan beberapa ciri geografis, seperti *pantai tropis*, *hutan lebat*, *pantai yang belum terjamah*, *hutan perawan*, dan *surga tropis*. Pelabelan tujuan wisata berbasis alam seperti *pantai* dan *hutan* dengan adjektiva yang merujuk pada sifat terpencil, tropis, dan belum terjamah merupakan ciri khas eksotisme.

Dalam konteks pariwisata Indonesia yang dipromosikan melalui situs web Indonesia.travel, penggunaan metafora, seperti *gem*, *pristine*, dan *paradise* merupakan contoh lain dari eksotisme. Metafora tersebut digunakan untuk mengonseptualisasi keindahan alam dan budaya Indonesia yang tidak ditemukan di Barat. Ciri khas lain dari eksotisme adalah komoditas alam dalam pariwisata yang menjual kekayaan, keterpencilan, dan kelangkaan sumber dayanya, termasuk flora dan fauna. Sebagai contoh, frasa *pristine beaches* memproyeksikan pantai-pantai di Indonesia yang masih *perawan*, belum terjamah oleh orang, dan siap untuk menyambut eksplorasi turis Barat.

Namun demikian, eksotisme tidak selalu mendapatkan kritik positif dari para peneliti. Dalam kaca mata pos-kolonial, eksotisme justru dianggap melanggengkan kolonialisme. Wilayah yang ditawarkan sebagai *pristine paradise* justru ditemukan di wilayah yang kurang maju infrastruktur dan ekonominya.

Aktivitas yang berasosiasi dengan eksplorasi merupakan salah satu ciri khas kolonialisme spasial (Devine, 2017). Contoh *pristine paradise* di atas justru mereproduksi keinginan kapitalisme yang menempatkan alam sebagai objek konsumsi dan eksplorasi. Namun demikian, pariwisata Indonesia justru mereproduksi keinginan kapitalisme tersebut dalam promosinya. Jika ditilik dan dibandingkan dengan wacana promosi pariwisata secara umum, *pristine paradise* menjadai ciri khas promosi pariwisata di wilayah Timur, seperti yang ditemukan di wilayah Asia Pasifik lain (Jaworska, 2017).

Contoh lain dari ciri khas fitur linguistik yang menandai eksotisme adalah adjektiva *hidden* dan *isolated* seperti yang ditemukan dalam frasa *hidden gem* dan *isolated island*. Reproduksi dan repetisi *isolated* dan *hidden* dalam promosi pariwisata justru semakin memperkuat keyakinan sosial bahwa alam yang tersembunyi dan terpencil merupakan aspek berharga yang secara moneter menguntungkan manusia atau penyelenggara pariwisata. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa alam diperlakukan sebagai komoditas dalam wacana pariwisata.



Home > Literasi > Artikel

Eksotisme dalam Wacana Pariwisata

Minggu, 30/6/24 | 07:07 WIB

Secara spesifik, eksotisme dalam wacana pariwisata Indonesia juga dapat diidentifikasi dalam promosi Taman Nasional. Sebagai contoh, eksotisme diasosiasikan dengan flora dan fauna langka atau endemik di Indonesia: *exotic fish and sea life*, *exotic animals*. Eksotisme yang dilekatkan pada fauna tersebut merupakan dikotomi manusia dan spesies nonmanusia. Manusia menganggap fauna sebagai entitas yang eksotis, berbeda dari diri mereka. Hal ini mereproduksi eksotisme dalam ranah ekologi.

Eksotisme dan kelindan terhadap kolonialisme Barat juga tampak dalam promosi pariwisata di Eropa. Stepins (2022) mencatat bahwa pariwisata di Inggris juga melabeli aktivitas eksplorasi dan petualangan pada alam tropis sebagai aktivitas yang eksotis. Hal tersebut menggarisbawahi bahwa kolonialisme dalam promosi pariwisata masih ditemukan dalam berbagai konteks. Yang patut dipertanyakan adalah dalam promosi pariwisata Indonesia, kolonialisme tersebut justru ditonjolkan untuk menarik wisatawan Barat.

Jika direlasikan dengan konteks sosial dan politik, tentu penggunaan strategi linguistik yang melanggengkan cara pandang kolonialisme dalam wacana pariwisata Indonesia tersebut dipengaruhi oleh konteks di sekelilingnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa pemerintah secara eksplisit menyebut sektor pariwisata sebagai penyokong pertumbuhan ekonomi negara. Oleh karena itu, promosi pariwisata diharapkan dapat menjangkit perhatian dan kedatangan wisatawan global. Maka dapat dipahami bahwa pilihan linguistik yang digunakan justru berangkat dari perspektif Barat yang lekat dengan aktivitas eksplorasi dan eksotisme.

Dalam lensa analisis wacana kritis, repetisi eksotisme dalam wacana pariwisata justru akan menempatkan kita sebagai pihak yang melanggengkan kolonialisme. Mungkin yang terjadi



baru tersebut dianggap tidak terlalu mengancam secara ekonomi karena bisa jadi kita diuntungkan dengan kedatangan turis global.

Tulisan ini memberikan sedikit gambaran bahwa wacana pariwisata dipengaruhi oleh wacana promosi dan konteks sosial-politik di sekelilingnya. Sebagai bagian dari ekosistem, hendaknya kita lebih dapat menyaring aktivitas yang kita lakukan pada lokasi pariwisata, terutama yang menawarkan keindahan alam. Kita hendaknya menyadari bahwa manusia merupakan entitas yang bergantung pada alam. Hal ini berarti bahwa jika alam rusak, kehidupan manusia dan makhluk lain juga akan terdampak. Oleh karena itu, di tangan-tengah eksotisme yang selalu ditawarkan dalam pariwisata, kita dapat menggunakan bahasa untuk mengampanyekan perspektif lokal atau Timur yang luhur dan menghargai lingkungan alam.

Tags: #eksotimse #wacana pariwisata Arina Isti'annah



Related Posts



ARTIKEL

Interdiskursivitas dalam Wacana Debat Capres dan Cawapres

MINGGU, 11/2/24 | 06:54 WIB



ARTIKEL

Etimologi dan Penggunaan Kata “Etika” dalam bahasa Inggris dan Indonesia

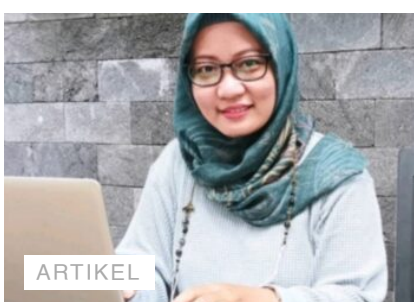
MINGGU, 04/2/24 | 07:29 WIB



ARTIKEL

Angka dalam Strategi Promosi Pariwisata Indonesia

MINGGU, 27/8/23 | 07:00 WIB



ARTIKEL

ARTIKEL

ARTIKEL

