

Pentingnya Penguasaan Bahasa Asing bagi Pengembangan Sektor Pariwisata di Wonosobo

Amalia Fajarsari^{1*}, Mite Setiansah¹, Edi Santoso¹

¹Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Prof. Dr. HR. Boenjamin, Purwokerto 53122 - Indonesia

*Corresponding author: amalia.fajarsari@mhs.unsoed.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v6i2.156>

Submitted: September 20, 2024; Revised: October 15, 2024 ; Published: October 31, 2024

Abstract

Wonosobo, as a developing tourist city, has great potential to attract both domestic and international tourists, especially with its natural beauty and tourist attractions like the Dieng Plateau. However, one of the main challenges faced is the limitation of local human capital, particularly in foreign language proficiency, which is necessary to provide optimal services to international tourists. This research aims to analyze the role of foreign language proficiency in the development of the tourism sector in Wonosobo using the frameworks of Innovation Diffusion Theory, Agenda Setting Theory, and Human Capital Theory. This study employs a qualitative method with a case study approach, involving in-depth interviews with various stakeholders, including local government, tourism operators, and local media. The research results show that proficiency in foreign languages, especially English, plays a crucial role in improving service quality, attracting more foreign tourists, and creating new job opportunities in the area. In addition, the strategies implemented by the government and the support of local media in establishing the agenda for foreign language proficiency have proven effective in raising public awareness. In conclusion, mastery of foreign languages is a crucial innovation in strengthening the competitiveness of Wonosobo's tourism in the global market, as well as contributing to more inclusive and sustainable regional economic growth.

Keywords: Agenda Setting; English; Foreign Languages; Human Capital; Innovation Diffusion.

Abstrak

Wonosobo, sebagai kota wisata yang sedang berkembang, memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan domestik dan internasional untuk menikmati keindahan alam di Dataran Tinggi Dieng. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia lokal, terutama dalam berbahasa asing yang diperlukan untuk memberikan layanan optimal bagi wisatawan internasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemampuan berbahasa asing dalam pengembangan sektor pariwisata di Wonosobo dengan menggunakan Teori Difusi Inovasi, Teori Agenda Setting, dan Teori Modal Manusia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, pelaku wisata, dan media lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan berbahasa asing, terutama bahasa Inggris, memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan, menarik lebih banyak wisatawan asing, dan menciptakan peluang kerja baru di daerah tersebut. Selain itu, strategi yang diterapkan oleh pemerintah dan dukungan media lokal dalam menetapkan agenda untuk kemahiran berbahasa asing terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Kesimpulannya, penguasaan bahasa asing merupakan inovasi penting dalam memperkuat daya saing pariwisata Wonosobo di pasar global, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Keywords: Agenda Setting; Bahasa Inggris; Difusi Inovasi; Komunikasi Bahasa; Sumber Daya Manusia.

Pendahuluan

Wonosobo, sebuah kabupaten yang terletak di Jawa Tengah, merupakan salah satu daerah yang kaya dengan keindahan alam dan potensi wisata. Salah satu objek wisata unggulan yang terkenal adalah Dieng Plateau yang menawarkan pesona alam pegunungan dan keindahan lanskap vulkanik yang memukau (Budiyono & Prajanti, 2023). Keindahan alam dan potensi wisata tersebut menjadikan Wonosobo sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Wildan & Yuwono, 2023).

Tidak hanya itu, Dieng juga menjadi pusat dari berbagai festival budaya yang menarik perhatian wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, seperti Dieng Culture Festival yang diadakan setiap tahun (Ayu et al., 2020). Dalam konteks pariwisata modern, Wonosobo memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia. Namun, untuk memaksimalkan potensi wisata tersebut, terdapat beberapa tantangan utama, salah satunya adalah rendahnya kualitas komunikasi internasional yang dimiliki oleh Sumber Daya Manusia lokal.

Di era globalisasi ini, kemampuan berkomunikasi dalam bahasa asing, terutama bahasa Inggris, menjadi kunci penting dalam mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih lancar antara wisatawan asing dengan penduduk lokal, sehingga pengalaman wisatawan dapat menjadi lebih positif (Lee et al., 2023). Sayangnya, banyak penduduk lokal di Wonosobo yang belum memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang memadai. Keterbatasan ini menjadi hambatan signifikan dalam pengembangan sektor pariwisata internasional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahadi et al., (2021), penguasaan literasi bahasa Inggris yang baik dapat menunjang pengembangan wisata lokal. Wisatawan asing yang datang ke Wonosobo seringkali merasa kesulitan ketika berinteraksi dengan penduduk setempat, terutama karena minimnya warga yang mampu berkomunikasi dalam bahasa Inggris (Rachmawati, 2021). Hal ini berdampak

pada menurunnya kepuasan wisatawan serta mengurangi potensi kunjungan wisatawan internasional yang lebih luas.

Meskipun Wonosobo memiliki potensi besar dalam menarik wisatawan, terutama dari sektor pariwisata internasional, kota ini belum sepenuhnya mampu memanfaatkan peluang tersebut. Salah satu penyebabnya adalah keterbatasan kemampuan sumber daya manusia (SDM) lokal dalam menguasai bahasa asing, khususnya bahasa Inggris. Sebenarnya, Wonosobo memiliki inisiatif yang menarik dalam meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris di kalangan masyarakat, salah satunya adalah program "*I Can Speak*" yang disiarkan oleh Radio Pesona FM Wonosobo. Program ini menawarkan pembelajaran bahasa Inggris dengan metode yang fleksibel dan tidak kaku, sehingga diharapkan mampu menciptakan kefasihan berbahasa Inggris di kalangan masyarakat lokal. Namun, program ini masih menghadapi kendala dalam menarik partisipasi masyarakat luas, terutama dari kalangan non-akademis yang kurang memiliki minat atau kebutuhan untuk belajar bahasa Inggris (Aulia et al., 2021).

Selain itu, fenomena migrasi tenaga kerja berkualitas dari Wonosobo ke kota-kota besar lainnya di Indonesia juga menjadi salah satu tantangan yang dihadapi. Banyak generasi muda dan tenaga profesional yang memilih meninggalkan Wonosobo untuk mencari kesempatan kerja yang lebih baik di luar daerah. Akibatnya, SDM yang tinggal di Wonosobo, terutama yang bekerja di sektor pariwisata, tidak sepenuhnya memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar wisata global. Mereka tidak hanya kurang dalam hal penguasaan bahasa asing, tetapi juga dalam pemahaman tentang budaya wisatawan internasional yang menjadi aspek penting dalam memberikan layanan pariwisata berkualitas.

Hal ini sejalan dengan Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan oleh Rogers, (2003), di mana pengadopsian inovasi seperti penguasaan bahasa asing dapat membawa perubahan signifikan dalam masyarakat. Penguasaan bahasa Inggris sebagai bahasa global dapat dianggap sebagai inovasi yang perlu didorong di

Wonosobo, terutama di kalangan pelaku industri pariwisata.

Proses difusi inovasi ini memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak, mulai dari pemerintah, sektor pendidikan, hingga media lokal (Nasution & Sazali, 2024). Dengan memperkenalkan dan mendorong penggunaan bahasa asing secara lebih luas, masyarakat Wonosobo dapat lebih siap dalam menyambut wisatawan asing, sekaligus meningkatkan kompetensi mereka dalam bersaing di sektor pariwisata.

Menurut Teori Difusi Inovasi, inovasi baru perlu melalui proses adopsi yang melibatkan beberapa tahap, yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi (Çalışkan & İzmirlı, 2020). Dalam konteks Wonosobo, penguasaan bahasa asing dapat dilihat sebagai inovasi yang perlu diperkenalkan lebih luas kepada masyarakat, terutama melalui sektor pendidikan dan pariwisata. Proses difusi inovasi ini memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pihak, mulai dari pemerintah daerah, sektor pendidikan, hingga media lokal (Sukuryadi et al., 2024).

Pemerintah dapat berperan dalam menyediakan pelatihan bahasa asing bagi para pelaku industri pariwisata, sementara media lokal seperti Radio Pesona FM dapat mempromosikan pentingnya penguasaan bahasa asing melalui program-program siarannya. Dengan demikian, melalui kolaborasi yang baik antara berbagai pihak, diharapkan inovasi ini dapat tersebar luas di masyarakat dan memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata Wonosobo.

Selain Teori Difusi Inovasi, Teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh McCombs & Shaw (2017) juga relevan dalam konteks ini. Teori ini menjelaskan bahwa media memiliki peran penting dalam mempengaruhi persepsi publik dan menentukan isu-isu yang dianggap penting dalam masyarakat (Kurniawan & Irwansyah, 2021). Dalam hal ini, pemerintah dan media lokal di Wonosobo dapat bekerja sama untuk menetapkan penguasaan bahasa asing sebagai salah satu agenda pembangunan yang mendesak.

Media massa lokal, seperti surat kabar, radio, dan televisi, dapat berperan dalam

menyebarkan informasi mengenai pentingnya penguasaan bahasa asing dalam industri pariwisata (Khan et al., 2020). Berdasarkan penelitian dari (Ryan et al., 2020) media massa lokal berperan memberikan perhatian lebih pada isu ini, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam program-program pelatihan bahasa asing. Dengan demikian, masyarakat akan lebih terdorong untuk meningkatkan kemampuan bahasa asing mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata di Wonosobo.

Penguasaan bahasa asing oleh SDM lokal tidak hanya memberikan manfaat bagi sektor pariwisata, tetapi juga memiliki dampak positif yang lebih luas terhadap ekonomi daerah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aulia et al., 2021), daerah yang memiliki SDM berkualitas dengan kemampuan komunikasi internasional yang baik akan lebih menarik bagi investor asing.

Investor cenderung tertarik untuk berinvestasi di daerah yang memiliki potensi wisata yang besar serta SDM yang mampu beradaptasi dengan tuntutan global (Eddyono, 2021). Menurut Mamirkulova et al., (2020) kota wisata yang memiliki SDM berkualitas dengan kemampuan komunikasi yang baik akan lebih menarik bagi investor asing yang tertarik untuk mengembangkan sektor infrastruktur dan ekonomi.

Dengan meningkatnya investasi di sektor pariwisata, diharapkan akan tercipta lapangan kerja baru yang dapat menyerap tenaga kerja lokal, sehingga mengurangi angka migrasi tenaga kerja dari Wonosobo ke kota besar. Selain itu, peningkatan kunjungan wisatawan asing juga akan berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), yang pada akhirnya dapat digunakan untuk memperbaiki infrastruktur dan fasilitas umum di Wonosobo.

Dalam konteks pengembangan pariwisata, peran pemerintah sangat krusial dalam menciptakan kebijakan yang mendukung peningkatan kualitas SDM lokal (Handrawan & Nisa, 2024). Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memperluas akses masyarakat terhadap

pelatihan bahasa asing, terutama bagi mereka yang bekerja di sektor pariwisata (Maricar et al., 2024). Pemerintah daerah Wonosobo dapat berkolaborasi dengan sektor pendidikan dan lembaga pelatihan untuk menyediakan kursus bahasa Inggris yang terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat.

Selain itu, program-program pemerintah seperti beasiswa bagi pelaku industri pariwisata untuk belajar bahasa asing di luar negeri juga dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kompetensi SDM lokal. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan investasi, diharapkan akan ada penciptaan lapangan kerja baru yang dapat menyerap tenaga kerja lokal, mengurangi angka migrasi tenaga kerja, dan memacu pertumbuhan ekonomi daerah (Telfer, 2002).

Banyak penelitian telah membahas pentingnya komunikasi dan penguasaan bahasa asing dalam pengembangan sektor pariwisata, namun studi yang fokus pada tantangan SDM lokal di kota kecil seperti Wonosobo masih sangat terbatas. Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada aspek fisik dan promosi pariwisata tanpa memperhatikan kesiapan SDM lokal dalam berinteraksi dengan wisatawan internasional. Selain itu, masih jarang dibahas bagaimana Teori Difusi Inovasi dan Teori Agenda Setting dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas SDM pariwisata di Wonosobo, terutama terkait penguasaan bahasa asing.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menerapkan kedua teori tersebut secara komprehensif dalam konteks kota wisata kecil. Kolaborasi antara pemerintah, media, dan pendidikan untuk mendorong penguasaan bahasa asing menjadi strategi penting yang diusulkan. Selain meningkatkan pengalaman wisatawan, inovasi ini diharapkan dapat mendatangkan manfaat ekonomi yang lebih luas, termasuk peningkatan PAD, daya tarik investasi asing, dan penciptaan lapangan kerja baru, yang pada akhirnya dapat menahan migrasi tenaga kerja terampil dari Wonosobo ke kota besar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana difusi inovasi

terkait penguasaan bahasa asing dapat diterapkan di Wonosobo melalui kerangka Teori Difusi Inovasi dan Teori Agenda Setting. Dengan strategi yang tepat, diharapkan penguasaan bahasa asing oleh SDM lokal dapat menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing pariwisata Wonosobo di tingkat global. Peningkatan kualitas SDM ini juga diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kerangka Teori

Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi mengkaji bagaimana inovasi atau ide baru menyebar di masyarakat. Rogers mengidentifikasi lima kategori adopsi: inovator, penerima awal, mayoritas awal, mayoritas akhir, dan pelambat (Rogers, 2003). Dalam konteks Wonosobo, inovasi yang dimaksud adalah penerapan kemampuan bahasa asing dalam industri pariwisata. Penggunaan bahasa asing oleh SDM lokal dapat dianggap sebagai inovasi yang membutuhkan difusi yang cepat agar diadopsi secara luas oleh masyarakat, khususnya para pelaku wisata seperti pemandu wisata, pedagang, dan pengusaha lokal (Bhaskara et al., 2023).

Pemandu wisata, pelaku usaha, dan masyarakat lokal diharapkan menjadi bagian dari kategori penerima awal yang dapat memfasilitasi difusi inovasi ini, sehingga memengaruhi kelompok lainnya untuk mengikuti.

Teori Agenda Setting

Teori Agenda Setting dari Mccombs & Shaw (2017) menjelaskan bagaimana media dan pemerintah memainkan peran kunci dalam membentuk isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. Dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata Wonosobo, agenda pemerintah dan media lokal dapat diarahkan untuk menyoroti urgensi penguasaan bahasa asing oleh masyarakat sebagai bagian dari strategi peningkatan kualitas SDM (Teguh, 2024).

Dengan penetapan agenda yang terstruktur, masyarakat akan lebih memahami pentingnya kemampuan bilingual dalam meningkatkan daya tarik

wisata Wonosobo di mata wisatawan internasional.

Human Capital Theory

Teori Human Capital menekankan pentingnya investasi dalam pendidikan dan keterampilan manusia sebagai modal yang dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan ekonomi (Becker, 1964). Dalam kasus Wonosobo, penguasaan bahasa asing sebagai keterampilan komunikasi dapat dilihat sebagai bentuk investasi modal manusia yang penting untuk mendorong pertumbuhan pariwisata dan ekonomi lokal.

Dengan meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan bahasa asing, Wonosobo dapat menjadi lebih kompetitif dalam menarik wisatawan dan investasi asing, sekaligus menciptakan peluang kerja baru bagi masyarakat lokal.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi SDM di sektor pariwisata Wonosobo, terutama dalam hal penguasaan bahasa asing. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam mengenai tantangan dan peluang dalam peningkatan kompetensi SDM lokal, serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi inovasi bahasa asing oleh pelaku pariwisata (Sugiyono, 2013).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pemandu wisata, dan pelaku usaha (Miles et al., 2014). Analisis dokumen kebijakan pariwisata dan laporan pemerintah juga digunakan untuk memahami bagaimana peran pemerintah dan media membentuk persepsi masyarakat tentang pentingnya penguasaan bahasa asing.

Hasil data dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama terkait pengembangan SDM di Wonosobo.

Hasil dan Pembahasan

Teori Difusi Inovasi. Penelitian ini mengaplikasikan Teori Difusi Inovasi, Teori Agenda Setting, dan Teori Human Capital

untuk menganalisis pengembangan SDM di sektor pariwisata Wonosobo, khususnya dalam konteks penguasaan bahasa asing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, di sektor pariwisata Wonosobo, merupakan inovasi penting yang harus segera diadopsi. Berdasarkan hasil penelitian, salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan inovasi ini adalah keterlibatan aktif dari pemerintah daerah serta lembaga-lembaga pendidikan.

Kedua entitas ini berperan sebagai katalisator perubahan dengan memfasilitasi pelatihan bahasa asing untuk para pelaku pariwisata. Pelatihan yang disediakan harus dapat diakses oleh masyarakat umum, bukan hanya terbatas pada pekerja di sektor pariwisata. Selain itu, promosi yang gencar melalui media sosial, poster, dan media massa lokal juga diperlukan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya penguasaan bahasa asing. Masyarakat akan lebih mudah menerima inovasi ini apabila mereka melihat manfaat langsung dari penguasaan bahasa Inggris dalam kegiatan sehari-hari, seperti peningkatan kualitas layanan, peningkatan kepuasan wisatawan asing, serta peningkatan pendapatan.

Dalam konteks yang lebih luas, inovasi ini juga berpotensi menarik wisatawan asing lebih banyak ke Wonosobo, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui sektor pariwisata. Peran pemerintah sebagai inovator tidak hanya terbatas pada penyediaan pelatihan, tetapi juga pengawasan terhadap program yang dijalankan.

Program pelatihan bahasa asing yang difasilitasi oleh pemerintah harus bersifat inklusif dan berkelanjutan. Pemerintah juga perlu berkolaborasi dengan berbagai stakeholder lain, termasuk sektor swasta, seperti hotel, restoran, dan agen perjalanan, untuk memastikan bahwa program pelatihan ini disesuaikan dengan kebutuhan praktis di lapangan. Selain itu, lembaga pendidikan juga berperan dalam memastikan bahwa kurikulum yang diajarkan tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada aspek praktis yang relevan dengan dunia kerja di sektor pariwisata. Sebagai penerima awal

inovasi, lembaga pendidikan harus proaktif dalam merespons perkembangan kebutuhan industri pariwisata, terutama dalam hal peningkatan keterampilan bahasa asing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa adopsi keterampilan baru, seperti bahasa asing, dapat mempercepat pengembangan industri pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian dari (Rao & Sahu, 2013) menunjukkan kemampuan bahasa asing di kalangan staf hotel dan pemandu wisata di destinasi pariwisata internasional berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan wisatawan dan kunjungan kembali. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga pendidikan sebagai "inovator" dalam menyediakan pelatihan bahasa asing sangat penting untuk memastikan bahwa inovasi ini diterima secara luas oleh masyarakat Wonosobo.

Teori Agenda Setting. Dalam konteks Wonosobo, hasil penelitian menunjukkan bahwa bagaimana media dan pemerintah dapat berperan dalam membentuk kesadaran publik mengenai isu-isu yang dianggap penting. Dalam konteks penelitian ini, penguasaan bahasa asing dapat dijadikan sebagai agenda prioritas yang terus menerus disampaikan kepada masyarakat melalui berbagai saluran informasi. Dengan penetapan agenda yang jelas, media lokal memiliki tanggung jawab untuk terus memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya penguasaan bahasa Inggris. Sebagai contoh, media lokal dapat menampilkan cerita sukses dari pelaku pariwisata yang berhasil meningkatkan pendapatan atau pengalaman wisata melalui penguasaan bahasa asing. Hal ini dapat memotivasi pelaku pariwisata lain untuk ikut serta dalam pelatihan bahasa.

Pemerintah daerah juga dapat memanfaatkan teori ini dengan menjadikan penguasaan bahasa asing sebagai salah satu indikator keberhasilan program pembangunan pariwisata. Dalam praktiknya, ini bisa diwujudkan melalui kampanye publik yang intensif, pelibatan tokoh masyarakat, serta penyelenggaraan acara-acara yang mempromosikan pentingnya penguasaan bahasa asing bagi masyarakat

luas. Misalnya, pemerintah dapat berkolaborasi dengan media untuk membuat program talk show atau seminar daring yang menghadirkan para ahli bahasa, pengusaha pariwisata, serta wisatawan asing yang memberikan testimoni tentang manfaat penguasaan bahasa dalam meningkatkan kualitas interaksi antarbudaya.

Selain itu, pemerintah daerah dapat menggunakan teori Agenda Setting dengan menetapkan target pencapaian, seperti peningkatan jumlah tenaga kerja pariwisata yang menguasai bahasa Inggris dalam periode tertentu. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya bahasa asing, tetapi juga menambah kredibilitas pemerintah dalam memajukan sektor pariwisata.

Peran media dalam menyebarluaskan informasi ini sangat krusial karena media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik dan membangun kesadaran masyarakat tentang pentingnya keterampilan bahasa dalam menunjang karier di sektor pariwisata.

Penelitian Schweinsberg et al. (2017) mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa media dapat mempengaruhi persepsi publik dan mengarahkan perhatian masyarakat pada isu-isu yang dianggap penting. Media lokal dan pemerintah di Wonosobo dapat memanfaatkan teori ini untuk mempromosikan program pelatihan bahasa asing, berbagi cerita sukses, dan menekankan manfaat ekonomi dari penguasaan bahasa asing. Hal ini akan mendorong masyarakat untuk lebih aktif berpartisipasi dalam pelatihan bahasa, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterampilan komunikasi dan kualitas layanan di sektor pariwisata.

Teori Human Capital. Teori ini menekankan pentingnya investasi dalam keterampilan dan pendidikan sebagai modal untuk meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Dalam penelitian ini, penguasaan bahasa asing dianggap sebagai salah satu bentuk investasi dalam modal manusia yang sangat penting bagi pertumbuhan sektor pariwisata di Wonosobo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan bahasa asing di kalangan pelaku pariwisata tidak hanya meningkatkan kualitas layanan tetapi juga memberikan peluang untuk menarik lebih banyak wisatawan asing. Wisatawan asing cenderung merasa lebih nyaman dan puas ketika mereka dapat berkomunikasi dengan mudah menggunakan bahasa yang mereka pahami, sehingga penguasaan bahasa Inggris menjadi keunggulan kompetitif bagi destinasi wisata.

Selain itu, kemampuan berbahasa asing juga membuka peluang kerja baru bagi penduduk lokal. Pelaku pariwisata yang menguasai bahasa asing memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pekerjaan di hotel berbintang, restoran internasional, serta agen perjalanan yang melayani wisatawan mancanegara.

Hal ini berpotensi mengurangi migrasi tenaga kerja terampil ke kota-kota besar karena adanya peluang kerja yang lebih baik di daerah mereka sendiri. Dalam jangka panjang, peningkatan keterampilan ini dapat membantu meningkatkan PAD melalui peningkatan kunjungan wisatawan dan pengembangan industri terkait pariwisata. Dengan demikian, investasi dalam modal manusia ini tidak hanya menguntungkan individu yang bersangkutan tetapi juga memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal secara keseluruhan.

Lebih jauh, teori Human Capital juga menggarisbawahi bahwa pelatihan bahasa asing tidak boleh dipandang sebagai program jangka pendek. Program ini harus dirancang sebagai bagian dari strategi jangka panjang untuk meningkatkan daya saing tenaga kerja lokal di pasar global. Sebagai contoh, program pelatihan bahasa yang berkelanjutan dan terstruktur dapat mencakup berbagai tingkat keterampilan, mulai dari pemula hingga mahir, serta melibatkan pelatihan yang bersifat teknis dan profesional untuk industri pariwisata.

Pelatihan bahasa ini juga dapat dikombinasikan dengan program pelatihan lainnya, seperti manajemen pariwisata dan hospitality, yang akan semakin memperkuat daya saing tenaga kerja lokal.

Temuan ini sejalan dengan teori Becker (1964) yang mengemukakan bahwa investasi dalam pendidikan dan keterampilan dapat menghasilkan keuntungan ekonomi jangka panjang. Penelitian lain dari Billett (2002; Sawchuk (2011) juga menunjukkan bahwa keterampilan tambahan, seperti bahasa asing, dapat meningkatkan daya saing tenaga kerja di pasar global dan mengurangi kebutuhan untuk mencari pekerjaan di luar kota. Selain itu, investasi dalam modal manusia ini dapat meningkatkan PAD dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menggarisbawahi bahwa penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, merupakan elemen kunci dalam memperkuat sektor pariwisata di Wonosobo, dengan dukungan dari Teori Difusi Inovasi, Teori Agenda Setting, dan Teori Human Capital. Secara empiris, hasil penelitian menunjukkan bahwa meningkatkan kemampuan bahasa asing di kalangan sumber daya manusia (SDM) Wonosobo secara signifikan dapat memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan, menarik lebih banyak pengunjung dari luar negeri, dan menciptakan peluang kerja baru. Ini menunjukkan bahwa adanya penguasaan bahasa asing tidak hanya berdampak pada kepuasan wisatawan tetapi juga meningkatkan daya tarik pariwisata secara keseluruhan.

Dari perspektif teoritis, Teori Difusi Inovasi membantu menjelaskan bagaimana adopsi kemampuan bahasa asing sebagai inovasi dapat diperkuat melalui dukungan dari pemerintah dan lembaga pendidikan, yang berperan sebagai agen perubahan utama.

Penerapan Teori Difusi Inovasi dalam penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa keberhasilan inovasi tidak hanya ditentukan oleh pengadaan program pelatihan, tetapi juga oleh penerimaan masyarakat terhadap inovasi tersebut. Untuk itu, peran pemerintah dan lembaga pendidikan sangat penting sebagai *change agents* yang

mendorong adopsi inovasi ini di tingkat akar rumput. Selain itu, program pelatihan bahasa asing juga harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat lokal dan disertai dengan upaya promosi yang kuat agar inovasi ini diterima secara luas.

Teori Agenda Setting menunjukkan bagaimana media dan pemerintah dapat membentuk perhatian publik terhadap pentingnya keterampilan bahasa asing, mempengaruhi kesadaran masyarakat, dan mendorong partisipasi dalam pelatihan bahasa. Teori Agenda Setting dalam penelitian ini menyoroti peran penting media dalam membangun kesadaran publik mengenai pentingnya penguasaan bahasa asing. Media lokal memiliki kapasitas untuk memengaruhi persepsi publik melalui penyebaran informasi yang berfokus pada isu-isu penting, seperti keterampilan bahasa yang dibutuhkan dalam sektor pariwisata.

Sementara itu, Teori Human Capital menekankan bahwa investasi dalam keterampilan manusia, seperti kemampuan bahasa asing, tidak hanya meningkatkan kualitas layanan dan daya saing SDM, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih berkelanjutan.

Dengan memanfaatkan ketiga teori ini, Wonosobo dapat memaksimalkan potensi pariwisatanya, memperbaiki kualitas SDM, dan merangsang pertumbuhan ekonomi yang inklusif, dengan mengoptimalkan keterampilan bahasa asing sebagai salah satu strategi utama.

References

- Aulia, S., Pathony, T., Kusnadi, I. H., Nawawi, A., & Dinarwati, S. (2021). Human Resource Development Of Tourism Driving Group (Indonesian: KOMPEPAR) In Supporting Tourist Visits In Ciater Area Subang (Case Study: Kompepar Motekar Jaya Ciater Subang). *Proceeding The First International Conference on Government Education Management and Tourism*, 1(1), 591–610.
- Ayu, M. P., Kemalasari, A. S., & Sofia, M. (2020). Pengembangan Pariwisata Budaya di Kawasan Dataran Tinggi Dieng dalam Satu Dasawarsa Dieng

Culture Festival. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2).

- Becker, G. S. (1964). Human Capital New York. *Columbia University for the National Bureau of Economic Research*.
- Bhaskara, G. I., Filimonau, V., Wijaya, N. M. S., & Suryasih, I. A. (2023). Innovation and Creativity in a Time of Crisis: A Perspective of Small Tourism Enterprises from an Emerging Destination. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101093.
- Budiyono, T. R., & Prajanti, S. D. W. (2023). Sustainable Ecotourism Berbasis One Stop Service pada Kawasan Dieng. *Business and Economic Analysis Journal*, 3(1), 25–43.
- Çalışkan, G., & İzmirli, Ö. Ş. (2020). Teachers' Communication Channels in the Innovation-decision Process. *Egitim ve Bilim*, 45(203).
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Handrawan, M. N. R., & Nisa, F. L. (2024). Peran Pemerintah dalam Penggunaan Ekonomi Kreatif dengan Kondisi Pertumbuhan Nilai SDM dan SDA yang Beragam di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 157–169.
- Khan, N., Siddiqui, B. N., Khan, N., Ahmad, Z., Ismail, S., Javed, H. H., Ali, S., Kazim, R., Azam, T., & Kasi, A. K. (2020). Mass Media Role in Agricultural and Rural Development. *International Journal of Advanced Research in Biological Sciences*, 7(4), 199–209.
- Kurniawan, E. P., & Irwansyah, I. (2021). Agenda Setting dalam Isu-isu Kontemporer di Seluruh Dunia. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 105–119.
- Lee, K., Lee, N., & Lee, T. J. (2023). Korean Tourists' Experience of Intercultural Communication Through English as a Lingua Franca (ELF) in Overseas Travel: A Grounded Theory Approach. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101145.

- Mamirkulova, G., Mi, J., Abbas, J., Mahmood, S., Mubeen, R., & Ziapour, A. (2020). New Silk Road Infrastructure Opportunities in Developing Tourism Environment for Residents Better Quality of Life. *Global Ecology and Conservation*, 24, e01194.
- Maricar, F., Do Subuh, R., & Rauf, R. (2024). Peran Bahasa Inggris dalam Upaya Membangun Nalar Sadar Wisata. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 479–488.
- Mccombs, M., & Shaw, D. (2017). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Agenda Setting Journal*, 1. <https://doi.org/10.1075/asj.1.2.02mcc>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3. United States of America*.
- Nasution, M. S., & Sazali, H. (2024). Peran Komunikasi dalam Membangun Keberlanjutan dan Ketahanan Lingkungan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(9), 3984–4000.
- Rachmawati, E. (2021). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Wisata*. Syiah Kuala University Press.
- Rahadi, I., Nursaly, B. R., Handini, B. S., & Murcahyanto, H. (2021). Penguasaan Bahasa Inggris Masyarakat dan Partisipasinya dalam Pengembangan Desa wisata. *Journal of Education and Instruction (JOEAI)*, 4(2), 486–494.
- Rao, P. S., & Sahu, P. C. (2013). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Industry. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 18(5), 39–44.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition*. Free Press. <https://books.google.co.id/books?id=9U1K5LjUOwEC>
- Ryan, B., Johnston, K. A., Taylor, M., & McAndrew, R. (2020). Community Engagement for Disaster Preparedness: A Systematic Literature Review. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 49, 101655.
- Schweinsberg, S., Darcy, S., & Cheng, M. (2017). The Agenda Setting Power of News Media in Framing the Future Role of Tourism in Protected Areas. *Tourism Management*, 62, 241–252.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sukuryadi, S., Ibrahim, I., Johari, H. I., Adiansyah, J. S., Nurhayati, N., Rahman, F., Nurjan, F., & Nurudin, N. (2024). Pendampingan Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat di Dusun Sade Rambitan Lombok Tengah. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1891–1899.
- Teguh, F. (2024). *Tata Kelola Destinasi: Membangun Ekosistem Pariwisata*. UGM PRESS.
- Telfer, D. J. (2002). Tourism and Regional Development Issues. *Tourism and Development: Concepts and Issues*, 2, 112–148.
- Wildan, M., & Yuwono, C. (2023). Pariwisata Olahraga Paralayang sebagai Pendukung Minat Wisatawan di Bukit Kekep Kabupaten Wonosobo. *Indonesian Journal for Physical Education and Sport*, 4, 125–135.