

NEGOSIASI UNSUR BUDAYA DALAM WISATA VIRTUAL KARYA MAHASISWA PRODI SASTRA INGGRIS

*Suroto¹, Anit Pranita Devi²

¹*Sekolah Tinggi Bahasa Asing (STBA) Sebelas April Sumedang*^{1,2}
*totaliterateaction@gamil.com*¹

Abstrak. Penelitian ini difokuskan pada analisis *appraisal* terhadap sikap pemandu wisata ketika menegosiasikan berbagai unsur budaya dalam kegiatan wisata virtual. Data penelitian meliputi delapan narasi wisata virtual. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipan, perekaman dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur budaya yang dinegosiasikan pemandu wisata meliputi lima unsur budaya yaitu peralatan dan perlengkapan hidup, sistem sosial, sistem ekonomi, seni dan pengetahuan. Unsur budaya berupa pengetahuan merupakan elemen budaya yang paling banyak dinegosiasikan oleh pemandu wisata. Berbagai unsur budaya tersebut dinegosiasikan oleh pemandu wisata dengan menggunakan sikap positif dan negatif. Berdasarkan polaritasnya, sikap pemandu wisata didominasi oleh sikap positif sebanyak 91% dan sikap negatif sebanyak 9%. Dua subtype sikap yang ditunjukkan pemandu wisata virtual meliputi (1) ekspresi perasaan (*affect*) sebanyak 20% dan (2) ekspresi apresiasi (*apprecitation*) sebanyak 80%.

Kata kunci: appraisal, sikap, apresiasi, ekspresi perasaan, unsur budaya

Abstract. *This research is focused on the appraisal analysis of the attitude of tour guides when negotiating various cultural elements in virtual tourism activities. The research data includes eight virtual travel narratives. This research is a qualitative descriptive study. Data collection techniques were carried out by means of participant observation, recording and documentation. The results showed that the cultural elements negotiated by the tour guide included five cultural elements, namely living equipment and supplies, social systems, economic systems, arts and knowledge. The cultural element in the form of knowledge is the cultural element most negotiated by tour guides. The various cultural elements are negotiated by the tour guide using positive and negative attitudes. Based on the polarity, the attitude of the tour guide is dominated by positive attitudes as much as 91% and negative attitudes as much as 9%. Two subtypes of attitudes shown by virtual tour guides include (1) expression of feelings (affect) as much as 20% and (2) expression of appreciation (apprecitation) as much as 80%.*

Keywords: *appraisal, attitude, appreciation, expression of feelings, cultural elements*

PENDAHULUAN

Munculnya virus *corona* sejak awal 2020 telah menimbulkan berbagai dampak negatif di berbagai bidang terutama pariwisata. Hal ini ditandai menurunnya kunjungan wisatawan asing ke Indonesia dan menurunnya pendapatan ekonomi serta hilangnya pekerjaan para pelaku usaha pariwisata. Ada fenomena menarik dalam situasi terpuruknya bidang pariwisata, yaitu meningkatnya tren wisata virtual. Wisata virtual merupakan kegiatan wisata yang mengkombinasikan teknologi virtual (*virtual reality*) dan pariwisata. Wisata virtual ditujukan untuk memberikan pengalaman wisata secara virtual kepada wisatawan tanpa berkunjung secara langsung ke suatu objek wisata. Dengan demikian dalam situasi pandemi, wisata virtual menjadi cara yang aman untuk mendapatkan pengalaman berwisata.

Produk wisata virtual perlu didesain semenarik mungkin sehingga tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi pengalaman namun mampu menimbulkan daya tarik dan keinginan wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata tersebut pada saatnya nanti. Salah satu hal

penting terkait narasi wisata virtual untuk memaksimalkan fungsi persuasifnya adalah bagaimana sikap pemandu wisata ketika mendeskripsikan objek wisata.

Efek persuasif wisata virtual dapat dimaksimalkan dengan cara menegosiasikan makna interpersonal melalui klausa yang dituturkan pemandu wisata. Dalam tata bahasa fungsional, maknainterpersonal merupakan makna yang menunjukkan hubungan kuasa (*power relationship*) dan sikap (*attitude*) antara pembicara dengan lawan bicaranya (partisipan). Evaluasi terhadap makna interpersonal ini dikaji secara lebih khusus dalam sistem *appraisal*. Sistem ini fokusnya pada evaluasi terhadap tiga hal penting dari partisipan yaitu (1) *attitude*, (2) *graduation* dan (3) *engagement*.

Penelitian ini difokuskan pada analisis *attitude* yang meliputi bagaimana perasaan (*affect*) partisipan, penilaian partisipan terhadap perilaku partisipan lainnya (*judgement*) dan bagaimana penilaian partisipan terhadap sesuatu/benda yang sedang dibicarakan (*appreciation*). Partisipan dalam penelitian ini adalah pemandu wisata dalam kegiatan wisata virtual mengenai berbagai daya tarik wisata yang ada di Sumedang. Penelitian secara spesifik ditujukan untuk menganalisis (1) Unsur budaya apa saja yang dinegosiasikan pemandu wisata ketika memandu kegiatan wisata virtual dan (2) Bagaimana *attitude* pemandu wisata ketika menegosiasikan unsur budaya tersebut.

Penelitian mengenai *appraisal* telah banyak dilakukan. Diantaranya penelitian *appraisal* pada wacana media (Puspawati et al., 2017); (Gunawan et al., 2019); (Burhanudin, 2020); (Sabao, 2016), pada wacana media sosial (Nur & Hadi, 2016), pada wacana iklan (Tiani, 2017); (Nugraheni, 2011), pada wacana praktik Pendidikan di ruang kelas (Cheung & Low, 2017); (Tran & Ngo, 2018), dan pada wacana politik (Sukma, 2018). Penelitian *appraisal* dalam konteks pariwisata masih sedikit dilakukan. Selain untuk mengisi gap tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mendukung bidang pariwisata yang terdampak pandemi. Penelitian ini diharapkan dapat dilanjutkan dengan penelitian lanjutan untuk menghasilkan model narasi wisata virtual yang efektif guna mempromosikan dan mempertahankan citra positif pariwisata.

Unsur Budaya

Budaya dalam penelitian ini mengacu pada definisi budaya secara deskriptif yaitu budaya sebagai totalitas komprehensif yang menyusun keseluruhan hidup sosial sekaligus menunjukkan sejumlah ranah (bidang kajian) yang membentuk budaya (Kroeber & Kluckhohn, 1952). Berdasarkan pada klasifikasinya, kebudayaan itu dapat dikelompokkan ke dalam beberapa unsur secara universal. Unsur-unsur kebudayaan yang akan dikaji dalam penelitian ini mengacu pada tujuh unsur kebudayaan universal menurut Kluckhohn (Kluckhohn C, 1952). Tujuh unsur budaya universal ini meliputi peralatan dan perlengkapan hidup (*living equipments*), sistem ekonomi (*economic system*), sistem sosial (*social system*), bahasa (*language*), seni (*art*), pengetahuan (*knowledge*) dan religi (religion).

Unsur budaya peralatan dan perlengkapan hidup dapat berupa sub unsur kebudayaan seperti pakaian, tempat tinggal, alat-alat rumah tangga, senjata, alat-alat produksi, alat transportasi, alat berburu. Makanan dan minuman serta obat-obatan juga termasuk sub unsur kebudayaan jenis ini sebagai manifestasi dari perlengkapan untuk bertahan hidup.

Unsur budaya sistem ekonomi dapat berupa sub unsur seperti perburuan, peladangan, pertanian, peternakan, perdagangan, perkebunan, industri, kerajinan, industri pertambangan, industri jasa dan industri manufaktur. Sedangkan unsur budaya sistem sosial dapat berupa sub unsur seperti sistem kekerabatan, sistem pelapisan sosial, sistem organisasi politik, sistem hukum dan sistem perkawinan.

Unsur budaya bahasa meliputi sub unsur berupa bahasa lisan maupun tertulis yang digunakan oleh manusia dalam berkomunikasi. Sementara itu unsur budaya seni dapat berupa

sub unsur seperti adat istiadat, aktivitas sosial dan peralatan fisik terkait dengan seni rupa, seni suara, seni gerak, seni sastra, seni drama dan sebagainya.

Unsur kebudayaan yang berupa sistem pengetahuan dapat terkait dengan sub unsur budaya seperti berbagai pengetahuan terkait dengan alam, tumbuh tumbuhan, binatang, zat-zat, bahan mentah dan benda-benda yang ada di lingkungan sekitar, pengetahuan terkait dengan tubuh manusia, terkait dengan sifat-sifat dan tingkah laku manusia serta pengetahuan terkait dengan ruang dan waktu. Dan terakhir, unsur kebudayaan berupa religi terkait dengan perasaan dalam diri manusia yang mendorongnya melakukan tindakan yang bersifat religius. Sub unsur kebudayaan ini dapat berupa sistem keyakinan dan berbagai sistem upacara keagamaan.

Sistem Appraisal

Appraisal merupakan sistem makna interpersonal atau realisasi linguistik dari makna interpersonal (Martin & Rose, 2007); (Liu & McCabe, 2018). Sistem *appraisal* berkaitan dengan evaluasi terhadap sikap, penilaian dan perasaan penutur ketika berinteraksi menggunakan bahasa (Martin dan Rose, 2007:26). Sistem *appraisal* menurut Martin dan Rose (2007:59) difokuskan pada evaluasi terhadap *attitude*, *engagement* dan *graduation* yang tercermin dalam tuturan partisipan. Penelitian ini di fokuskan pada analisis terhadap salah satu subsistem dari *appraisal* yaitu pada sikap partisipan (*attitude*). Evaluasi terhadap sikap partisipan terdiri dari tiga sub sistem yang meliputi (1) perasaan partisipan terhadap sesuatu (*affect*), (2) penilaian partisipan terhadap karakter partisipan lainnya (*judgement*), dan (3) penilaian partisipan terhadap suatu benda yang sedang dibicarakan (*appreciation*).

Affect

Affect mengacu pada bagaimana perasaan penutur terhadap sesuatu yang dibicarakan (Martin & Rose, 2007); (Martin J.R and White P.R.R, 2005). Perasaan ini dapat berupa perasaan positif ataupun negatif yang dapat diungkapkan secara langsung atau pun tidak langsung. Adapun *affect* dari partisipan dapat diungkapkan dalam bentuk hasrat (*desire*), perasaan senang atau sedih (*happiness/ unhappiness*), perasaan aman atau tidak aman (*security/ insecurity*) dan perasaan puas atau tidak puas (*satisfaction/ dissatisfaction*). Dalam tataran realisasi di tingkat klausa, Martin and White (2005:58) mengungkapkan bahwa *affect* dapat dikaitkan dengan “a relational attributive process with a conscious participant involving the verb *feel*”. Jadi penanda *affect* dapat dilihat dari penggunaan proses relasional atributif termasuk penggunaan kata kerja yang menunjukkan perasaan (*feel*).

Judgement

Judgement mengacu pada bagaimana penilaian seseorang terhadap karakter orang lain. Martin dan White (2005:65) membagi *judgement* ke dalam dua jenis yaitu *judgement of esteem* dan *judgement of sanction*. *Judgement of esteem* mengacu pada penilaian terhadap seseorang yang meliputi normal tidaknya tindakan seseorang (*normality*), kapabilitas/ mampu tidaknya seseorang (*capacity*) dan tegas tidaknya seseorang (*tenacity*). Adapun *judgement of sanction* mengacu pada penilaian terhadap karakter seseorang seperti seberapa jujur seseorang (*veracity*) dan etis tidaknya seseorang (*propriety*). Singkatnya, *judgement* terkait dengan penilaian yang lebih ditekankan pada perilaku moral pembicara/lawan bicara, baik penilaian positif maupun negatif.

Appreciation

Appreciation atau apresiasi mengacu pada bagaimana penilaian partisipan terhadap benda yang sedang dibicarakan. Penilaian ini dapat berupa penilaian positif dan negatif. Martin dan

White (2005:56) membagi *appreciation* menjadi tiga jenis meliputi reaksi (*reaction*), komposisi (*composition*) dan valuasi (*valuation*).

Reaksi merupakan respon afektif dari partisipan atau respon yang melibatkan perasaan yang dapat ditunjukkan secara positif ataupun negatif terhadap suatu benda. Sebagai contoh jika seseorang mengatakan ‘The show is boring’. Penggunaan kata sifat ‘boring’ dalam klausa tersebut merepresentasikan perasaan negatif partisipan terhadap pertunjukannya yaitu bahwa pertunjukannya membosankan.

Komposisi merupakan jenis apresiasi yang bersifat perseptif dan merujuk pada bagaimana penilaian partisipan terhadap sesuatu dalam hal apakah sesuatu tersebut seimbang atau tidak, kompleks atau sederhana. Sebagai contoh jika seseorang berkata ‘The whole conference was totally disorganized’. Dalam klausa ini pembicara memberikan penilaian dalam bentuk komposisi negatif. Hal ini direalisasikan dengan penggunaan kata sifat ‘disorganized’ yang dapat dimaknai bahwa konferensinya tidak direncanakan dengan baik.

Adapun valuasi merupakan apresiasi yang bersifat kognitif dari partisipan terhadap nilai sesuatu; apakah sesuatu itu inovatif, otentik dan sebagainya. Valuasi juga dapat diungkapkan secara positif maupun negatif. Sebagai contoh jika seseorang mengatakan “The traditional carriage is unique”. Penggunaan kata ‘unique’ menunjukkan bagaimana penutur memberikan valuasi positif terhadap benda yang sedang dibicarakan sebagai sesuatu yang spesial.

Selanjutnya terdapat tiga istilah penting dalam analisis sistem *appraisal*. Ketiga istilah tersebut adalah penilai (*appraiser*), sesuatu yang dinilai (*apprised*) dan komponen klausa yang menunjukkan nilai (*appraising item*). *Appraiser* dalam penelitian ini adalah pemandu wisata dalam kegiatan wisata virtual. Sesuatu yang dinilai (*appraised*) dalam penelitian ini adalah unsur-unsur budaya yang dinegosiasikan oleh pemandu wisata. Adapun komponen klausa yang menunjukkan nilai dalam penelitian ini difokuskan pada kata kerja dan kata sifat yang mengindikasikan sikap dari pemandu wisata.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif (Alwasilah, 2011); (Silverman, 2005) untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian yang meliputi persepsi, perasaan, dan penilaian dalam bentuk kata-kata atau bahasa pada konteks wacana bidang pariwisata. Data bahasa berupa narasi wisata virtual di analisis dan diinterpretasikan berdasarkan teori utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *appraisal*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua teknik yaitu observasi dan dokumentasi (Sugiyono, 2015). Jenis observasi yang digunakan adalah observasi partisipan dimana peneliti turut berinteraksi dengan subjek penelitian sehingga data-data penelitian dapat diperoleh dengan lebih akurat. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan berinteraksi dengan pemandu wisata secara virtual ketika mereka memandu dan menarasikan berbagai objek daya tarik wisata. Pemandu wisata dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Sastra Inggris STBA Sebelas April Sumedang yang menyelenggarakan kegiatan wisata virtual. Pada saat tersebut juga dilakukan dokumentasi berupa perekaman narasi wisata virtual. Data penelitian berupa rekaman selanjutnya dikumpulkan dan dianalisis menggunakan tahapan sebagaimana diungkapkan Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015) yang meliputi reduksidata, displai data dan verifikasi data. Reduksi data dilakukan dengan cara melakukan seleksi terhadap rekaman yang representatif untuk dijadikan sebagai data penelitian.

Displai data dilakukan dengan cara mentranskrip rekaman ke dalam data tertulis. Data transkripsi yang dianalisis hanya klausa yang mengandung unsur budaya dan penanda *appraisal* (*appraising items*). Klausa selanjutnya dianalisis dengan tahapan (1) pengklasifikasian unsur budaya yang dinegosiasikan pemandu wisata berdasarkan tujuh unsur budaya universal menurut Kluckhohn (Kluckhohn C, 1952), dan (2) analisis klausa berdasarkan sistem *appraisal* (Martin

& Rose, 2007);(Martin & White, 2007), yang difokuskan pada analisis *attitude* dari pemandu wisata. Tahapan terakhir adalah verifikasi berupa penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data.

PEMBAHASAN

Penelitian ini difokuskan pada bagaimana unsur budaya dinegosiasikan oleh para pemandu wisata dalam delapan wisata virtual karya mahasiswa prodi sastra Inggris STBA Sebelas April Sumedang. Kedelapan wisata virtual ini ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Delapan Wisata Virtual Karya Mahasiswa Prodi Sastra Inggris

Judul Wisata Virtual	Abreviasi
Sumedang Hidden Treasure	SHT
Kampung Ciherang	KC
Citengah	CT
Curug Ciputrawangi	CC
Kampung Karuhun	KK
Gunung Kunci &Palasari	GKP
Prabu Geusan Ulun Museum	PGUM
Kampung Toga	KT

Kegiatan wisata virtual yang diteliti melibatkan 21 pemandu wisata yang terdiri dari delapan pemandu wisata laki-laki dan 13 pemandu wisata perempuan. Adapun jumlah tuturan dari para pemandu wisata dalam delapan pertunjukan wisata virtual tersebut terdiri dari 543 kalimat dan 813 klausa. Dari total 813 klausa terdapat 138 klausa yang mengandung unsur budaya dan *apprasing items*. Sebanyak 138 klausa tersebut selanjutnya dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui unsur budaya apa saja yang dinegosiasikan dan sikap seperti apa yang ditunjukkan pemandu wisata ketika menegosiasikan unsur budaya tersebut.

Unsur Budaya yang Dinegosiasikan Pemandu Wisata

Unsur budaya yang dinegosiasikan pemandu wisata melalui narasi wisata virtual cukup beragam. Meskipun demikian tidak semua unsur budaya universal menurut Kluckhohn (1952:140-144) ditemukan dalam data penelitian ini. Hal ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 2. Unsur Budaya dalam Wisata Virtual

Unsur Budaya	Jumlah
Peralatan dan perlengkapan hidup	37
Sistem ekonomi	4
Sistem Sosial	1
Bahasa	0
Seni	3
Pengetahuan	93
Keyakinan	0
Total	138

Unsur budaya berupa perlengkapan hidup diungkapkan pemandu wisata dalam sub unsur budaya yang meliputi alat transportasi, rumah, bangunan, alat penerangan, serta beragam jenis

makanan khas daerah sumedang seperti tahu, ubi cilembu, soto bongko, opak, peyeum kadedemeus dan karedok. Berbagai unsur budaya berupa peralatan dan perlengkapan hidup dapat ditemukan dalam beberapa contoh berikut.

⁷⁷Andong is one of the most popular traditional transportation. (PGUM)

²¹This yam has been popular with consumers since 1990s. (KC)

¹⁸Actually, there are many delicious foods here such as soto bongko, opak, peuyeum kadeudemeus and others. (SHT)

Klausula nomor 77 dituturkan oleh pemandu wisata virtual *Prabu Geusan Ulun Museum*. Kata benda *Andong* dalam klausula tersebut mengacu pada jenis alat transportasi yang digunakan oleh masyarakat Sunda. Dalam klausula nomor 21 pemandu wisata virtual *Kampung Ciherang* mengungkapkan salah satu jenis makanan khas masyarakat Sumedang yaitu ubi cilembu (*this yam*). Klausula nomor 18 merupakan tuturan dari pemandu wisata dalam wisata virtual *Sumedang Hidden Treasures*. Dalam klausula tersebut terdapat kata yang menunjukkan unsur budaya berupa makanan khas masyarakat Sumedang yaitu *ubi cilembu, tahu sumedang, soto bongko, opak* dan *peuyeum kadeudemeus*.

Unsur budaya berupa sistem ekonomi diungkapkan pemandu wisata dalam bentuk kegiatan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitar objek daya tarik wisata. Hal ini dicontohkan dalam klausula berikut ini.

³⁰⁽ⁱⁱ⁾because economic activities and other activities are easier and closer. (CT)

³⁶⁽ⁱⁱ⁾the acceleration of economic growth of Jatinangor communities which is growing rapidly (SHT)

Penggunaan frase *economic activities* dan *economic growth* dalam klausula di atas mengacu pada kegiatan ekonomi masyarakat disekitar objek wisata Citengah dan Jatinangor. Kedua frase yang digunakan tersebut terkait dengan unsur budaya berupa sistem ekonomi. Selanjutnya, unsur budaya berupa sistem sosial dapat dilihat dalam contoh berikut ini.

¹³⁽ⁱⁱ⁾ Pangeran Rangga Gede made gamelan panglipur as the representation of his missed feeling to his son. (GU)

Penggunaan kata *son* dalam klausula di atas merupakan kata yang terkait dengan unsur budaya berupa sistem sosial terutama terkait dengan sub unsur kerabatan atau kekeluargaan. Kata *son* atau anak laki-laki merupakan salah satu komponen yang ada dalam sebuah sistem keluarga. Dalam klausula tersebut, unsur budaya diwujudkan dalam bentuk hubungan keluarga antara ayah dengan anak laki-lakinya. Sementara itu, unsur budaya berupa seni banyak di temukan pada wisata virtual di Prabu Geusan Ulun Museum. Unsur budaya ini berupa penyebutan beberapa alat musik tradisional yang digunakan pada masa raja-raja kerajaan Sumedang.

¹³⁽ⁱⁱⁱ⁾because of his sadness he made this gamelan as a recreation. (GUM)

¹⁸⁽ⁱ⁾There is an interesting fact about this gamelan, (GUM)

Kedua klausula di atas merupakan penggalan monolog dari pemandu wisata virtual di Geusan Ulun Museum. Frase *this gamelan* dalam klausula nomor 13(iii) mengacu pada Gamelan Panglipur yang dibuat oleh Pangeran Rangga Gede yang memimpin kerajaan Sumedang pada

tahun 1625. Adapun frase *this gamelan* pada klausa nomor 18(i) mengacu pada Gamelan Sari Oneng Parakan yang dibuat tahun 1982. Gamelan termasuk ke dalam unsur budaya seni (*art*).

Selanjutnya, unsur budaya pengetahuan dinegosiasikan oleh pemandu wisata dalam bentuk pengetahuan terkait dengan alam atau kondisi geografis di sekitar lokasi tempat wisata. Hal ini dapat dicontohkan dalam beberapa klausa berikut ini.

²⁸⁽ⁱⁱ⁾so, during our trip, we'll be rewarded with some of the beautiful view and spoiling the eyes. (KCH)

^{37 (i)}Ciputrawangi waterfall with a height of 3 meters flowing has very clean water (CPT)

Di dalam dua klausa di atas terdapat penyebutan unsur budaya terkait dengan pengetahuan mengenai kondisi alam di sekitar objek wisata. Pada klausa nomor 28(ii) unsur budaya pengetahuan dituturkan pemandu wisata terkait dengan gambaran pemandangan alam selama perjalanan menuju Kampung Ciherang. Sementara pada klausa nomor 37(i), terdapat unsur budaya berupa pengetahuan tentang air terjun Ciputrawangi khususnya tentang ketinggian dan kondisi airnya.

Analisis Sikap(Attitude) Pemandu Wisata

Analisis terhadap 138 klausa menunjukkan bahwa sikap pemandu wisata ketika mereka menarasikan dan menegosiasikan berbagai unsur budaya meliputi dua sub tipe yaitu berupa ungkapan perasaan (*affect*) sebanyak 28 buah dan berupa penilaian (*appreciation*) sebanyak 110 buah. Hal ini ditunjukkan dalam tabel 3.

Tabel 3. Kalkulasi Analisis Attitude Pemandu Wisata

Jenis Attitude	Sub Tipe	Jumlah	Total
Affect	<i>Desire/dissapoint</i>	2	28
	<i>Un/happiness</i>	24	
	<i>In/Security</i>	1	
	<i>Dis/ Satisfaction</i>	1	
Judgement	<i>Normality</i>	0	0
	<i>Capacity</i>	0	
	<i>Tenacity</i>	0	
	<i>Veracity</i>	0	
	<i>Propriety</i>	0	
Appreciation	<i>Reaction</i>	0	110
	<i>Composition</i>	14	
	<i>Valuation</i>	96	

Selanjutnya, sikap pemandu wisata dalam menegosiasikan berbagai unsur budaya dinyatakan secara positif dan negatif. Sikap yang paling dominan adalah sikap positif sebanyak 125 buah dan sisanya sikap negatif sebanyak 13 buah. Polaritas sikap ini ditunjukkan ditunjukkan dalam tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Polaritas Sikap Pemandu Wisata Virtual

Attitude	Jumlah
Positif	125
Negatif	13

Sikap pemandu wisata yang ditemukan dalam penelitian ini terdiri dari dua sub tipe *attitude* yaitu berupa ungkapan perasaan (*affect*) dan apresiasi (*appreciation*)

Affect

Pemandu wisata dalam menegosiasikan berbagai unsur budaya secara umum menggunakan *affect* yang positif. Berdasarkan hasil temuan sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 5, terdapat 26 *affect* positif dan 2 *affect* negatif berikut sub tipe nya masing-masing.

Tabel 5. Kalkulasi Analisis *Affect* Pemandu Wisata Virtual

Jenis Affect	Positif	Negatif
<i>Desire/dissapoint</i>	2	0
<i>Un/happiness</i>	23	1
<i>In/Security</i>	0	1
<i>Dis/ Satisfaction</i>	1	0
Jumlah	26	2

Affect yang menunjukkan *desire* positif atau keinginan kuat dari pemandu wisata dicontohkan dalam data temuan berikut.

⁷¹You can feel the sensation of sleeping in the traditional house in the middle of forest. (SHT)

Sebagaimana diungkapkan Martin dan White (2005:48), *desire* merupakan tipe *affect* yang dapat berdampak pada munculnya *trigger* atau dorongan dalam diri partisipan untuk melakukan sesuatu. Dalam klausa nomor 71 terdapat *appraising item* berupa *verbal group* ‘can feel’ yang ditujukan untuk memberikan ekspektasi kepada wisatawan bahwa di objek wisata Kampung Karuhun wisatawan dapat merasakan sensasi tidur di rumah tradisional di tengah hutan. Rumah tradisional yang dimaksud adalah rumah tradisional suku Sunda dan merupakan unsur budaya yang termasuk dalam peralatan dan perlengkapan hidup. Penggunaan *verbal group* ‘can feel’ tersebut dapat berdampak pada munculnya dorongan perasaan wisatawan untuk membuktikan sensasi bagaimana tidur di dalam rumah tradisional tersebut dengan seting di tengah hutan.

Affect pemandu wisata berupa ekspresi kebahagiaan atau sup tipe *happiness* dicontohkan dalam beberapa klausa berikut ini.

⁹In this special tour we will enjoy the main water spring of Mount Tampomas (CPT)
⁵²⁽ⁱⁱⁱ⁾and enjoy the nature. (KT)

Dua klausa di atas secara berurutan diungkapkan oleh pemandu wisata dalam wisata virtual Ciputra Wangi dan Kampung Toga. Dalam dua klausa tersebut terdapat *appraising item* berupa kata kerja *enjoy* yang merepresentasikan perasaan senang (*happiness*) dari pemandu wisata ketika mereka menegosiasikan berbagai unsur budaya berupa pengetahuan alam terkait objek daya tarik wisata. *Affect* dalam bentuk ungkapan ketidakbahagiaan (*unhappiness*) diekspresikan oleh pemandu wisata virtual di Prabu Geusan Ulun Museum berikut ini.

¹³⁽ⁱⁱⁱ⁾because of his sadness he made this gamelan as a recreation. (PGUM)

Dalam klausa di atas terdapat *appraising item* berupa kata benda ‘sadness’ yang merupakan ekspresi kesedihan atau *unhappiness affect*. Ungkapan *affecti* negatif ini diungkapkan pemandu wisata untuk menceritakan bagaimana perasaan dari pangeran Rangga Gede terhadap anaknya. *Affect* negatif dengan sub tipe *insecurity* ditemukan dalam ekspresi pemandu wisata virtual Citengah.

³⁷I worried you might fall. (CT)

Kata kerja ‘worried’ dalam klausa di atas merupakan *appraising item* yang merepresentasikan kekhawatiran pemandu wisata terhadap wisatawan akan resiko terjatuh di sekitar Curug Cigorobog karena batu-batu di sana licin. Dengan kata lain apa yang diungkapkan oleh pemandu wisata tersebut menunjukkan kondisi yang tidak aman (*insecurity*). Selanjutnya dari analisis data juga terdapat ungkapan harapan kepuasan (*satisfaction*) dari pemandu wisata di wisata virtual Sumedang Hidden Treasure. Hal ini ditunjukkan dalam klausa berikut ini.

⁶⁵⁽ⁱⁱ⁾you’ll be shock (SHT)

Penggunaan kata ‘shock’ dalam klausa di atas merepresentasikan keterkejutan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kampung Karuhun. Keterkejutan ini dalam makna positif karena keterkejutan yang dimaksud dalam klausa tersebut terkait dengan banyaknya fasilitas rekreasi di kampung karuhun meskipun lokasinya ada di tengah hutan. Dengan banyaknya fasilitas ini maka tentu berdampak pula pada kepuasan wisatawan yang mengunjungi objek wisata Kampung Karuhun.

Appreciation

Apresiasi yang diungkapkan pemandu wisata dalam delapan wisata virtual terdiri dari 99 apresiasi positif dan 11 apresiasi negatif. Apresiasi positif terdiri dari 13 komposisi dan 86 valuasi. Hal ini sebagaimana di ditampilkan dalam tabel 6.

Tabel 6. Kalkulasi Analisis *Appreciation* Pemandu Wisata Virtual

Jenis Apresiasi	Positif	Negatif
Reaksi (<i>Reaction</i>)	0	0
Komposisi (<i>Composition</i>)	13	1
Valuasi (<i>Valuation</i>)	86	10
Jumlah	99	11

Menurut Eggins dalam Martin dan White (2005:57) apresiasi merupakan penilaian yang melibatkan proses mental. Yang membedakan tiga sub tipe apresiasi di atas adalah bahwa reaksi itu bersifat afektif, komposisi itu bersifat perseptif dan valuasi bersifat kognitif. Martin dan White (2005:56) menjelaskan bahwa apresiasi dengan sub tipe komposisi mengacu pada persepsi partisipan terkait dengan seimbang tidaknya sesuatu dan sulit tidaknya sesuatu. Hasil analisis data menunjukkan temuan 13 komposisi positif dan 1 komposisi negatif. Komposisi positif diungkapkan oleh pemandu wisata virtual Kampung Ciherang, Sumedang Hidden Treasure, Citengah, Curug Ciputrawangi, Gunung Kunci dan Kampung Toga. Beberapa contoh apresiasi pemandu wisata yang termasuk komposisi positif ditunjukkan dalam klausa berikut.

³¹⁽ⁱⁱ⁾and it make it easier for us to take trip to Kampung Ciherang (KC)

⁶¹⁽ⁱⁱ⁾that has an Eco Green Park with vintage and modern concept. (SHT)

Elemen klausa yang menunjukkan apresiasi dengan sub tipe komposisi positif dari pemandu wisata dalam klausa nomor 31 ditunjukkan dengan penggunaan kata sifat 'easier'. Kata tersebut digunakan oleh pemandu wisata untuk mengekspresikan bahwa ada sesuatu yang menimbulkan dampak positif bagi wisatawan ketika berkunjung ke Kampung Ciherang. Subjek 'It' dalam klausa tersebut mengacu pada lahan parkir yang luas yang dinyatakan dalam klausa sebelumnya, dan lahan parkir tersebutlah yang berdampak positif terkait lebih mudahnya wisatawan ketika mengunjungi Kampung Ciherang. Didalam persepsi pemandu wisata, wisatawan dapat dengan mudah memarkirkan kendaraan mereka di objek wisata Kampung Ciherang karena tempat parkirnya yang luas. Pada klausa nomor 61 terdapat komposisi positif yang menunjukkan penilaian terkait kompleksitas konsep pembangunan *Eco Green Park* di kampung Karuhun. Dalam klausa tersebut komposisi positif ditunjukkan dengan penggunaan frase 'with vintage and modern concept'. Hal ini menunjukkan bahwa konsep pembangunan *Eco Green Park* itu dalam persepsi pemandu wisata sebagai sesuatu yang elegan dan memiliki kualitas yang sangat baik. Selain komposisi positif, dari data yang dianalisis juga terdapat 1 komposisi negatif yang diungkapkan oleh salah satu pemandu wisata virtual dengan tema *Sumedang Hidden Treasure*. Hal ini sebagaimana klausa berikut ini.

12 (i) Most of Sumedang region is mountainous (SHT)

Klausa di atas diungkapkan oleh pemandu wisata ketika menjelaskan kondisi geografis kabupaten Sumedang sebagai pengantar dalam narasinya. Dalam klausa tersebut kata sifat 'mountainous' dapat menunjukkan persepsi negatif dalam konteks bahwa aksesibilitas ke daerah yang didominasi pegunungan tentu lebih sulit diandingkan daerah yang didominasi oleh dataran rendah. Analisis terhadap data juga menunjukkan sub tipe apresiasi yang paling banyak dikemukakan oleh pemandu wisata yaitu berupa valuasi positif. Valuasi positif ini dapat ditemukan di hampir semua narasi wisata virtual. Beberapa contoh valuasi positif pemandu wisata adalah sebagai berikut.

21 This yam has been popular with consumers since 1990s. (KC)

8(i) Curug Ciputrawangi is one of popular tourist destinations in Sumedang (CC)

Dalam klausa nomor 21 terdapat valuasi positif dari pemandu wisata yang menilai bahwa unsur budaya berupa ubi cilembu merupakan komoditas yang sudah terkenal (popular) sejak tahun 90-an. Begitu juga dalam klausa nomor 8(i) juga terdapat valuasi positif pemandu wisata yang secara kognitif menilai bahwa Curug Ciputrawangi (unsur budaya berupa pengetahuan alam) merupakan salah satu destinasi wisata yang terkenal (popular). Hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam adalah bahwa dalam hal valuasi/ penilaian terhadap unsur budaya yang dinegosiasikan dalam kegiatan wisata virtual ternyata juga terdapat penilaian negatif dari pemandu wisata. Hal ini dapat berpotensi mengurangi daya persuasif dari narasi wisatanya. Beberapa valuasi negatif dicontohkan dalam klausa berikut.

21(ii) and its very expensive for me. (KT)

15(i) And according to folklore uh there are many strange weirdness or incidents around the place (GK)

Beberapa unsur budaya yang terdapat dalam klausa di atas ditampilkan dalam valuasi negatif. Dalam klausa nomor 21(ii), salah satu pemandu wisata virtual di Kampung Toga memberikan valuasi negatif bahwa harga salah satu jenis vila di Kampung Toga sangat mahal (very expensive). Salah satu pemandu wisata virtual di Gunung Kunci juga mengungkapkan

valuasi negatif bahwa di salah satu spot wisata gunung kunci (bagian bunker) ada banyak kejadian aneh yang terjadi (klausu nomor 15i). Hal ini diungkapkan pemandu wisata dengan mengatakan 'many strange weirdness or incidents around the place'.

PENUTUP

Terdapat lima unsur budaya yang dinegosiasikan pemandu wisata yaitu berupa peralatan dan perlengkapan hidup, sistem sosial, sistem ekonomi, seni dan pengetahuan. Unsur budaya yang paling banyak dinegosiasikan oleh pemandu wisata adalah unsur budaya berupa pengetahuan. Berbagai unsur budaya di atas di negosiasikan oleh pemandu wisata dengan menggunakan sikap/ *attitude* positif maupun negatif. Hal yang menarik bahwa lazimnya ketika mempromosikan objek daya tarik wisata, pemandu wisata akan menghindari pengungkapan dan penilaian negatif. Ternyata dalam penelitian ini juga ditemukan sikap dan penilaian negatif dari pemandu wisata. Penilaian negatif terhadap unsur budaya dari pemandu wisata dapat menciptakan kondisi yang kontra produktif. Sebagai contoh penggambaran objek wisata secara negatif dengan kejadian-kejadian yang menyeramkan di objek wisata tentu hal ini dapat menyebabkan wisatawan enggan untuk berkunjung. Pengungkapan nilai negatif semacam ini sebaiknya di hindarkan. Meskipun demikian, berdasarkan analisis terhadap seluruh narasi wisata virtual, *attitude* yang ditunjukkan pemandu wisata masih didominasi oleh sikap positif. Hal ini sudah semestinya mengingat narasi wisata memang ditujukan untuk memberikan gambaran citra positif objek daya tarik wisata termasuk berbagai unsur budaya yang ada di dalamnya. Hal semacam ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwasilah, C. A. (2011). *Pokoknya Kualitatif; Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Pustaka Jaya.
- Burhanudin, A. K. (2020). Analisis Attitude Terhadap Penunjukan Basuki Tjahaja Purnama Sebagai Komisaris Utama Pertamina dalam Kolom Komentar Instagram Harian Kompas. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 26. <https://doi.org/10.30738/sosio.v6i1.6329>
- Cheung, Y. L., & Low, T. H. (2017). Pre-university Students' Voice Construction in Argumentative Essays: <https://doi.org/10.1177/0033688217716508>, 50(2), 269–284. <https://doi.org/10.1177/0033688217716508>
- Gunawan, F., Thahara, Y., & Risdianto, F. (2019). Trick of Political Identity: Analysing Appraisal System on 212 Movement Reunion in Online Media. *Register Journal*, 12(1), 62. <https://doi.org/10.18326/rgt.v12i1.62-80>
- Kluckhohn C. (1952). *Universal Categories of Culture in Anthropology Today*. Chicago Press.
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. (1952). *a Critical Review of Concepts and Definitions*. 219.
- Liu, X., & McCabe, A. (2018). *Attitudinal Evaluation in Chinese University Students' English Writing*. 4. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-6415-9>
- Martin, J. R., & Rose, D. (2007). *Working with discourse: meaning beyond the clause*. Continuum.
- Martin, J. R., & White, P. R. R. (2007). The Language of Evaluation: Appraisal in English. In *The Language of Evaluation: Appraisal in English*. Palgrave Macmillan.
- Martin J.R and White P.R.R. (2005). *The Language of Evaluation; Appraisal in English*.

Palgrave Macmillan.

- Nugraheni, Y. (2011). Sistem Appraisal Pada Teks Iklan Komersial Di Tabloid Nova. *PAROLE: Journal of Linguistics and Education*, 2(1 April), 45–58. <https://doi.org/10.14710/parole.v2i1April.1562>
- Nur, A. M., & Hadi, A. S. (2016). Realisasi Appraisal dalam Aspek Attitude pada Media Online Instagram. *Jurnal Sasindo Unpam*, 3(2), 15–25.
- Pusparini, A., Djatmika, D., & Santosa, R. (2017). Analisis Sistem Appraisal Berita Proses Eksekusi Duo Bali Nine (Pendekatan Linguistik Sistemik Fungsional). *Paramasastra*, 4(2). <https://doi.org/10.26740/parama.v4i2.2137>
- Sabao, C. (2016). Arguments for an appraisal linguistic discourse approach to the analysis of ‘objectivity’ in ‘hard’ news reports. *Http://Dx.Doi.Org/10.1080/23743670.2015.1095776*, 37(1), 40–63. <https://doi.org/10.1080/23743670.2015.1095776>
- Silverman, D. (2005). *Doing qualitative research: a practical handbook-Chapter 11, “Beginning Data Analysis.”* 422.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta Press.
- Sukma, B. P. (2018). Sistem Appraisal pada Slogan dalam Kain Rentang Kampanye Politik Bakal Calon Kepala Daerah Kabupaten dan Kota Bogor. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.26499/rnh.v7i2.603>
- Tiani, R. (2017). Judgement Sebagai Sistem Appraisal dalam Iklan Kecantikan Visual Media Cetak. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 12(4), 256. <https://doi.org/10.14710/nusa.12.4.256-264>
- Tran, G. H., & Ngo, X. M. (2018). News comments on facebook – a systemic functional linguistic analysis of moves and appraisal language in reader-reader interaction. *Https://Doi.Org/10.1080/21698252.2018.1504856*, 5(1), 46–80. <https://doi.org/10.1080/21698252.2018.1504856>