

## PEMBERDAYAAN KAWASAN WISATA BAHARI KAMPUNG MELAYU MELALUI PENDAMPINGAN LINGUISTIC LANDSCAPE BERBASIS ABCD

### EMPOWERMENT OF THE KAMPUNG MELAYU MARINE TOURISM AREA THROUGH ABCD-BASED LINGUISTIC LANDSCAPE GUIDANCE

Febriani Setianingrum<sup>1</sup>, Ertin Gita Puspita<sup>2</sup>, Fadhly Refaldho<sup>3</sup>, Ferdian Subekti<sup>4</sup>, Fenny  
Andela Syafitri<sup>5</sup>, Welti Wediasti<sup>6</sup>

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

[febryanii81@gmail.com](mailto:febryanii81@gmail.com)<sup>1</sup>, [aaertingitapuspita@gmail.com](mailto:aaertingitapuspita@gmail.com)<sup>2</sup>, [fadhlyRefaldho@gmail.com](mailto:fadhlyRefaldho@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[iklasderian@gmail.com](mailto:iklasderian@gmail.com)<sup>4</sup>, [fennyandela6@gmail.com](mailto:fennyandela6@gmail.com)<sup>5</sup>, [welti@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:welti@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>6</sup>

#### ABSTRACT

*This study aims to examine community empowerment in the Kampung Melayu marine tourism area through the development of a linguistic landscape using the Asset-Based Community Development (ABCD) approach and analyze its contribution to strengthening the identity of a local culture-based tourism destination. The study used a descriptive qualitative method with a participatory mentoring model. Data were obtained through observation, interviews, documentation, and focus group discussions (FGDs) involving tourism managers, local communities, youth groups, MSMEs, and tourists. The ABCD approach was implemented through the stages of discovery, dream, design, define, and destiny, oriented towards identifying community assets and developing the visual identity of the tourism area. The results show that Kampung Melayu has strong cultural, social, and economic potential to support sustainable tourism development. The mentoring program successfully improved the quality of the linguistic landscape through the provision of bilingual information media, strengthening local culture-based slogans, and developing educational media and the area's visual identity. These changes not only strengthened the image of the tourism destination but also increased community participation in area management and expanded the representation of Malay culture in public tourism spaces. Theoretically, this study demonstrates that the linguistic landscape can function as an instrument for community empowerment that connects local cultural identity with the development of community-based tourism destinations. This finding enriches linguistic landscape studies, which have so far focused more on linguistic aspects, by positioning it as a strategy for strengthening identity and developing sustainable tourism based on community assets.*

**Keywords:** Linguistic Landscape, Community Empowerment, Marine Tourism, ABCD, Malay Culture.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemberdayaan masyarakat di kawasan wisata bahari Kampung Melayu melalui pengembangan *linguistic landscape* dengan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) serta menganalisis kontribusinya terhadap penguatan identitas destinasi wisata berbasis budaya lokal. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan model pendampingan partisipatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan *focus group discussion* (FGD) yang melibatkan pengelola wisata, masyarakat setempat, kelompok pemuda, pelaku UMKM, dan wisatawan. Implementasi pendekatan ABCD dilakukan melalui tahapan *discovery*, *dream*, *design*, *define*, dan *destiny* yang berorientasi pada identifikasi aset komunitas dan pengembangan identitas visual kawasan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kampung Melayu memiliki potensi budaya, sosial, dan ekonomi yang kuat untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan. Program pendampingan berhasil meningkatkan kualitas *linguistic landscape* melalui penyediaan media informasi dwibahasa, penguatan slogan berbasis budaya lokal, serta pengembangan media edukasi dan identitas visual kawasan. Perubahan tersebut tidak hanya memperkuat citra destinasi wisata, tetapi juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan kawasan dan memperluas representasi budaya Melayu di ruang publik wisata. Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa *linguistic landscape* dapat berfungsi sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat yang menghubungkan identitas budaya lokal dengan pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas. Temuan ini memperkaya kajian *linguistic landscape* yang selama ini lebih banyak berfokus pada aspek kebahasaan, dengan menempatkannya sebagai strategi penguatan identitas dan pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis aset masyarakat.

**Kata Kunci:** Linguistic Landscape, Pemberdayaan Masyarakat, Wisata Bahari, ABCD, Budaya Melayu

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Selain memberikan dampak ekonomi, pariwisata juga berperan dalam pelestarian budaya, penguatan identitas lokal, dan pembangunan sosial masyarakat. Dalam beberapa dekade terakhir, paradigma pembangunan pariwisata mengalami pergeseran menuju pendekatan yang lebih partisipatif dan berkelanjutan. Menurut UN Tourism (2024), pembangunan pariwisata yang berkelanjutan harus melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat dirasakan secara merata.

Keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh kualitas infrastruktur dan daya tarik alam, tetapi juga oleh kemampuan destinasi dalam membangun identitas yang kuat dan mudah dikenali wisatawan. Identitas destinasi (*destination identity*) merupakan representasi karakteristik unik yang membedakan suatu kawasan wisata dari destinasi lainnya dan berperan penting dalam membentuk persepsi serta pengalaman wisatawan (Tasci & Camilleri, 2021).

Salah satu aspek yang semakin mendapat perhatian dalam pengembangan identitas destinasi adalah *linguistic landscape*. Konsep ini merujuk pada penggunaan bahasa yang tampil di ruang publik, seperti papan informasi, petunjuk arah, slogan, baliho, dan berbagai media komunikasi visual lainnya. Menurut Gorter dan Cenoz (2024), *linguistic landscape* tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai representasi identitas budaya, sosial, dan ekonomi suatu komunitas yang dapat memengaruhi persepsi pengunjung terhadap suatu tempat.

Dalam konteks pariwisata, *linguistic landscape* berkontribusi dalam membentuk pengalaman wisatawan melalui penyajian

informasi yang mudah dipahami sekaligus memperkenalkan karakter budaya lokal. Penelitian oleh Shang dan Zhao (2023) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dan simbol budaya dalam ruang wisata mampu meningkatkan daya tarik destinasi serta memperkuat citra kawasan di mata wisatawan domestik maupun mancanegara.

Selain itu, kajian *cultural branding* menjelaskan bahwa identitas budaya lokal dapat menjadi sumber utama dalam membangun keunggulan kompetitif destinasi wisata. Menurut Kavartzis dan Hatch (2021), identitas budaya yang diwujudkan melalui simbol visual, bahasa, dan narasi lokal berperan penting dalam menciptakan citra destinasi yang autentik dan berkelanjutan.

Pada saat yang sama, pendekatan *community-based tourism* menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam seluruh proses pengembangan destinasi. Giampiccoli dan Saayman (2022) menjelaskan bahwa partisipasi aktif masyarakat mampu meningkatkan keberlanjutan program pariwisata karena masyarakat memiliki rasa kepemilikan yang lebih kuat terhadap destinasi yang dikembangkan.

Meskipun kajian *linguistic landscape* terus berkembang, sebagian besar penelitian masih berfokus pada analisis penggunaan bahasa di ruang publik, multibahasa, dan representasi identitas sosial. Penelitian yang mengintegrasikan *linguistic landscape* sebagai strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas masih relatif terbatas (Gorter & Cenoz, 2024; Shang & Zhao, 2023). Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait pemanfaatan *linguistic landscape* sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat yang mampu memperkuat identitas destinasi sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata.

## KAJIAN PUSTAKA

### ***Teori Linguistic Landscape***

Kajian *linguistic landscape* berfokus pada penggunaan bahasa yang ditampilkan dalam ruang publik melalui berbagai media visual seperti papan nama, petunjuk arah, slogan, baliho, mural, dan media informasi lainnya. Dalam perspektif sosiolinguistik, *linguistic landscape* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai representasi identitas sosial, budaya, ekonomi, dan politik suatu komunitas. Menurut Gorter dan Cenoz (2024), *linguistic landscape* merupakan instrumen penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu ruang karena bahasa yang ditampilkan di ruang publik mampu merepresentasikan nilai, ideologi, dan identitas budaya suatu wilayah. Dalam konteks pariwisata, keberadaan *linguistic landscape* berperan dalam memperkuat identitas destinasi, meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, serta menjadi media promosi budaya lokal yang efektif (Shang & Zhao, 2023).

### ***Asset-Based Community Development (ABCD)***

Pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) merupakan model pembangunan masyarakat yang berorientasi pada identifikasi dan pemanfaatan aset, potensi, serta kekuatan yang dimiliki komunitas. Berbeda dengan pendekatan berbasis masalah (*deficit-based approach*) yang menitikberatkan pada berbagai kekurangan dan kebutuhan masyarakat, pendekatan ABCD berfokus pada kemampuan, sumber daya, jaringan sosial, serta modal budaya yang telah dimiliki masyarakat sebagai dasar pembangunan berkelanjutan. Menurut Mathie dan Cunningham (2022), pendekatan berbasis aset mampu meningkatkan rasa percaya diri, partisipasi, dan kemandirian masyarakat karena pembangunan dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal komunitas. Oleh karena itu, ABCD dinilai lebih efektif dalam menciptakan perubahan

sosial yang berkelanjutan dibandingkan pendekatan yang hanya berorientasi pada penyelesaian masalah.

### ***Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment)***

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses meningkatkan kapasitas individu maupun kelompok agar mampu berpartisipasi secara aktif dalam menentukan arah pembangunan dan meningkatkan kualitas hidupnya. Menurut Ibrahim dan Alkire (2021), pemberdayaan masyarakat ditandai oleh meningkatnya kemampuan masyarakat dalam mengambil keputusan, mengelola sumber daya, serta membangun kemandirian sosial dan ekonomi. Dalam pengembangan pariwisata, pemberdayaan masyarakat menjadi aspek penting karena masyarakat lokal merupakan pemilik sekaligus pelaku utama yang berinteraksi langsung dengan wisatawan.

### ***Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development)***

Pariwisata berkelanjutan merupakan pendekatan pembangunan yang memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Menurut UN Tourism (2024), pengembangan pariwisata berkelanjutan harus mampu memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya. Konsep ini menekankan pentingnya pelestarian budaya lokal, perlindungan lingkungan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat sebagai bagian integral dari pengembangan destinasi wisata.

### ***Destination Branding***

*Destination branding* merupakan strategi untuk membangun identitas dan citra suatu destinasi agar memiliki daya tarik yang berbeda dibandingkan destinasi lainnya. Menurut Kavartzis dan Hatch (2021), identitas destinasi dibentuk melalui

kombinasi elemen fisik, budaya, sosial, simbol visual, dan narasi yang mampu menciptakan pengalaman unik bagi wisatawan. Dalam konteks ini, *linguistic landscape* dapat berfungsi sebagai instrumen *branding* karena penggunaan bahasa, simbol budaya, dan media visual mampu memperkuat karakter suatu destinasi wisata.

### **Cultural Heritage Tourism**

*Culture heritage tourism* atau wisata warisan budaya merupakan bentuk pariwisata yang memanfaatkan nilai-nilai sejarah, tradisi, adat istiadat, bahasa, dan warisan budaya sebagai daya tarik utama destinasi. Menurut Timothy (2021), wisata warisan budaya tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga menjadi media pelestarian identitas budaya masyarakat lokal. Oleh karena itu, penggunaan bahasa daerah, simbol budaya, dan narasi lokal dalam ruang publik wisata menjadi bagian penting dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya.

#### *Participatory Development*

Pembangunan partisipatif (*participatory development*) merupakan pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Menurut Cornwall (2022), partisipasi masyarakat yang aktif mampu meningkatkan efektivitas program pembangunan karena masyarakat memiliki rasa kepemilikan yang lebih kuat terhadap hasil pembangunan yang dicapai. Dalam pengembangan kawasan wisata, partisipasi masyarakat menjadi faktor penting untuk menjaga keberlanjutan program dan memperkuat identitas lokal yang dimiliki destinasi.

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, dapat dipahami bahwa *linguistic landscape*, pemberdayaan masyarakat, pengembangan pariwisata berkelanjutan, *destination branding*, wisata warisan budaya, dan pembangunan partisipatif merupakan konsep yang saling berkaitan dalam

pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas. Namun demikian, sebagian besar penelitian *linguistic landscape* masih berfokus pada analisis penggunaan bahasa dan representasi identitas di ruang publik. Penelitian yang mengintegrasikan *linguistic landscape* sebagai strategi pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dalam pengembangan destinasi wisata masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji bagaimana pengembangan *linguistic landscape* berbasis aset masyarakat dapat memperkuat identitas destinasi wisata sekaligus meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan kawasan wisata bahari Kampung Melayu.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model pendampingan partisipatif berbasis *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam proses pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan *linguistic landscape* di kawasan Wisata Bahari Kampung Melayu serta dampaknya terhadap penguatan identitas destinasi wisata dan partisipasi masyarakat. Menurut Sugiyono (2022), penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara holistik dalam konteks alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama penelitian.

Model pendampingan partisipatif digunakan karena penelitian tidak hanya berorientasi pada pengumpulan data, tetapi juga pada proses pemberdayaan masyarakat melalui keterlibatan aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pembangunan partisipatif yang menempatkan masyarakat sebagai subjek sekaligus pelaku utama pembangunan (Cornwall, 2022). Melalui pendekatan tersebut, masyarakat diberi

ruang untuk mengidentifikasi potensi, menyampaikan aspirasi, serta berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan program pengembangan kawasan wisata.

Penelitian dilaksanakan di kawasan Wisata Bahari Kampung Melayu yang dipilih secara purposif karena memiliki potensi wisata pesisir, kekayaan budaya Melayu, aktivitas ekonomi masyarakat yang berkembang, serta peluang pengembangan identitas destinasi berbasis budaya lokal. Kegiatan penelitian dan pendampingan berlangsung selama  $\pm 3$  bulan (sesuaikan dengan durasi sebenarnya), dimulai dari tahap identifikasi aset masyarakat, perencanaan program, implementasi kegiatan, hingga evaluasi hasil pendampingan.

Partisipan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap pengelolaan kawasan wisata. Informan penelitian terdiri atas pengelola destinasi wisata sebanyak 3 orang, tokoh masyarakat sebanyak 4 orang, kelompok pemuda sebanyak 5 orang, pelaku UMKM sebanyak 5 orang, serta wisatawan sebanyak 5 orang (sesuaikan dengan data lapangan). Menurut Creswell dan Creswell (2023), pemilihan informan secara purposif memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang kaya dan relevan sesuai fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan *focus group discussion* (FGD). Observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting *linguistic landscape*, meliputi papan informasi, petunjuk arah, slogan, media promosi, dan berbagai bentuk komunikasi visual di kawasan wisata. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai persepsi masyarakat terhadap identitas kawasan wisata, tingkat partisipasi masyarakat, serta kebutuhan pengembangan destinasi berbasis budaya lokal.

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data visual berupa foto,

arsip kegiatan, desain media informasi, serta berbagai dokumen yang berkaitan dengan pengembangan *linguistic landscape*. Sementara itu, FGD dilaksanakan untuk menggali aspirasi masyarakat terkait identitas kawasan, penggunaan bahasa lokal, desain media informasi, dan strategi penguatan citra destinasi wisata. Penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang komprehensif sekaligus memperkuat validitas hasil penelitian (Moleong, 2021).

Implementasi pendekatan ABCD dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu *discovery*, *dream*, *design*, *define*, dan *destiny*. Tahap *discovery* difokuskan pada identifikasi aset dan potensi yang dimiliki masyarakat, seperti kemampuan desain visual, penggunaan bahasa daerah, potensi budaya Melayu, serta sumber daya wisata yang tersedia. Tahap *dream* dilakukan untuk menggali harapan dan visi masyarakat mengenai kawasan wisata yang memiliki identitas budaya yang kuat dan mampu memberikan pengalaman yang positif bagi wisatawan.

Tahap *design* diarahkan pada penyusunan program pengembangan *linguistic landscape* berupa pembuatan papan informasi dwibahasa, slogan budaya, petunjuk arah, media edukasi lingkungan, dan identitas visual UMKM lokal. Selanjutnya, tahap *define* dilakukan melalui penetapan strategi pelaksanaan, pembagian tugas, dan penyusunan jadwal kegiatan bersama masyarakat dan pengelola wisata. Tahap *destiny* merupakan tahap implementasi dan evaluasi yang bertujuan memastikan keberlanjutan program yang telah dirancang.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2020) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari berbagai sumber diseleksi, dikategorikan, dan diinterpretasikan untuk menemukan pola-pola yang berkaitan

dengan proses pemberdayaan masyarakat dan pengembangan *linguistic landscape*.

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan *member checking*. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai kelompok informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan FGD. Selain itu, *member checking* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil temuan kepada beberapa informan utama untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan kondisi yang sebenarnya (Creswell & Creswell, 2023).

Evaluasi keberhasilan program dilakukan berdasarkan beberapa indikator, yaitu: (1) meningkatnya ketersediaan dan kualitas media *linguistic landscape* di kawasan wisata; (2) meningkatnya penggunaan unsur budaya Melayu dalam media informasi publik; (3) meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pemeliharaan fasilitas informasi wisata; (4) meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya identitas visual kawasan; serta (5) munculnya komitmen masyarakat untuk melanjutkan program pengembangan kawasan wisata secara mandiri. Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai efektivitas pendekatan ABCD dalam mendukung penguatan identitas destinasi wisata dan pemberdayaan masyarakat lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan pendampingan *linguistic landscape* berbasis Asset Based Community Development (ABCD) di kawasan wisata bahari Kampung Melayu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penguatan identitas destinasi wisata, peningkatan keterlibatan masyarakat, serta pengembangan media komunikasi visual yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal. Kegiatan pendampingan dilaksanakan dengan pendekatan

partisipatif yang melibatkan berbagai unsur masyarakat, seperti pengelola wisata, kelompok pemuda, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar dalam setiap tahapan program. Keterlibatan tersebut mampu menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepemilikan bersama terhadap program yang dijalankan sehingga proses pemberdayaan dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, diketahui bahwa kawasan wisata bahari Kampung Melayu memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis budaya, edukasi, dan kearifan lokal. Meskipun demikian, kondisi awal kawasan menunjukkan bahwa aspek identitas visual destinasi masih belum dikelola secara maksimal. Beberapa media informasi yang tersedia belum mampu menarik perhatian pengunjung, penggunaan bahasa pada ruang publik masih kurang efektif dalam menyampaikan informasi, dan sejumlah fasilitas wisata belum dilengkapi dengan sistem penunjuk arah yang memadai. Keadaan tersebut menyebabkan wisatawan mengalami kesulitan dalam mengenali lokasi fasilitas, memahami informasi kawasan, serta memperoleh gambaran mengenai karakteristik destinasi wisata yang dikunjungi.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa penggunaan bahasa dalam ruang publik wisata masih didominasi oleh papan nama sederhana yang belum mencerminkan identitas kawasan secara utuh. Padahal, bahasa yang ditampilkan pada ruang publik memiliki peran strategis dalam membangun citra destinasi dan menciptakan pengalaman wisata yang bermakna. Jaworski dan Thurlow (2018) menjelaskan bahwa *linguistic landscape* merupakan salah satu elemen penting dalam pembentukan identitas destinasi wisata karena keberadaan bahasa di ruang publik dapat memengaruhi persepsi, pengalaman sosial, dan pemahaman budaya wisatawan. Oleh karena itu, penguatan *linguistic landscape* menjadi langkah strategis dalam

meningkatkan daya saing dan daya tarik kawasan wisata yang berbasis budaya lokal.

Pelaksanaan pendampingan dalam penelitian ini tidak hanya diarahkan pada perbaikan dan penataan media bahasa di ruang publik, tetapi juga berorientasi pada penguatan kapasitas masyarakat melalui pemanfaatan aset dan potensi yang dimiliki. Melalui pendekatan ABCD, masyarakat diberikan kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif dalam mengidentifikasi kebutuhan, merumuskan solusi, menyusun program kerja, hingga melaksanakan berbagai kegiatan yang telah direncanakan. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga menjadi aktor utama dalam proses pengembangan dan pengelolaan kawasan wisata secara berkelanjutan.

### **1. Potensi Kawasan Wisata Bahari Kampung Melayu**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan wisata bahari Kampung Melayu memiliki sumber daya yang cukup beragam untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang mengintegrasikan unsur budaya, pendidikan, dan ekonomi kreatif. Potensi tersebut tercermin dari keindahan lingkungan pesisir yang masih terjaga, panorama pantai yang menarik, aktivitas masyarakat nelayan yang menjadi ciri khas kawasan, serta keberlangsungan budaya Melayu yang masih dipraktikkan dalam kehidupan sosial masyarakat. Letak kawasan yang relatif mudah dijangkau juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, baik dari wilayah sekitar maupun dari luar daerah.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa sektor ekonomi masyarakat telah berkembang seiring dengan aktivitas pariwisata yang berlangsung di kawasan tersebut. Berbagai usaha masyarakat tumbuh melalui pemanfaatan potensi wisata, seperti penjualan hasil olahan laut, kuliner khas pesisir, jasa transportasi wisata berupa penyewaan perahu, serta produksi kerajinan lokal yang memiliki nilai ekonomi. Keberadaan pelaku UMKM

tersebut merupakan aset penting yang dapat memperkuat konsep wisata berbasis masyarakat. Suharto (2021) menjelaskan bahwa pengelolaan potensi ekonomi lokal yang dilakukan secara partisipatif mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan pembangunan wisata.

Selain aspek ekonomi, kawasan wisata bahari Kampung Melayu juga memiliki kekayaan budaya yang berpotensi menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Penggunaan bahasa Melayu dalam interaksi sehari-hari masih cukup dominan, disertai dengan berbagai nilai sosial yang mencerminkan semangat kebersamaan, gotong royong, dan keramahan masyarakat pesisir. Karakter budaya tersebut menjadi modal sosial yang berharga dalam membangun citra dan identitas kawasan wisata. Heller (2020) menyatakan bahwa keberadaan identitas budaya lokal menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan berbeda dari destinasi lainnya.

Meskipun memiliki berbagai keunggulan, hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengelolaan komunikasi visual di kawasan wisata masih memerlukan pembenahan. Sejumlah media informasi yang tersedia belum memiliki desain yang terintegrasi, beberapa tulisan pada fasilitas publik kurang mudah dibaca, dan keberadaan petunjuk arah masih terbatas. Situasi tersebut menyebabkan pengunjung mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai fasilitas, lokasi, maupun berbagai layanan yang tersedia di kawasan wisata. Di samping itu, penggunaan bahasa pada ruang publik belum sepenuhnya merepresentasikan identitas budaya Melayu yang menjadi karakter utama kawasan tersebut.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pengembangan linguistic landscape sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas destinasi wisata. Menurut Cenoz dan Gorter (2006), pengelolaan bahasa yang baik pada ruang publik tidak hanya berfungsi sebagai media

informasi, tetapi juga dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung sekaligus memperkuat citra suatu kawasan. Oleh karena itu, penataan papan informasi, petunjuk arah, slogan wisata, dan berbagai media komunikasi lainnya menjadi langkah strategis dalam mendukung pengembangan wisata yang berorientasi pada nilai budaya dan edukasi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa masyarakat memiliki sejumlah potensi yang dapat dimanfaatkan dalam mendukung pengembangan kawasan wisata. Berbagai kemampuan yang dimiliki masyarakat, seperti keterampilan merancang media visual sederhana, menyusun slogan yang mencerminkan budaya lokal, berinteraksi dengan wisatawan, serta menciptakan materi promosi berbasis potensi daerah, merupakan aset yang bernilai dalam proses pemberdayaan. Berbagai kemampuan tersebut menjadi landasan utama dalam penerapan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD), yang menempatkan aset dan kekuatan masyarakat sebagai modal dasar dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

## **2. Proses Pendampingan *Linguistic Landscape* Berbasis ABCD**

Pelaksanaan pendampingan linguistic landscape dengan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu discovery, dream, design, define, dan destiny. Setiap tahapan dirancang untuk melibatkan masyarakat secara aktif sehingga proses perencanaan hingga pelaksanaan program berlangsung secara kolaboratif. Keterlibatan masyarakat dalam seluruh tahapan tersebut menjadi faktor penting dalam membangun rasa tanggung jawab dan kepemilikan terhadap program pengembangan kawasan wisata.

Tahap awal yang dilakukan adalah discovery atau identifikasi aset. Pada fase ini, masyarakat bersama tim pendamping melakukan pemetaan terhadap berbagai

sumber daya yang tersedia di kawasan wisata, baik berupa potensi budaya, kemampuan individu, sumber daya sosial, maupun potensi wisata yang dapat dikembangkan. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa masyarakat memiliki berbagai kemampuan yang mendukung pengembangan kawasan, seperti penguasaan bahasa daerah, keterampilan dasar dalam desain visual, serta kreativitas dalam menciptakan media promosi yang sesuai dengan karakter wisata setempat.

Selain berfungsi sebagai proses identifikasi aset, tahap discovery juga menjadi media edukasi bagi masyarakat mengenai pentingnya keberadaan identitas visual dalam pengelolaan destinasi wisata. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian masyarakat belum memahami peran bahasa dan media visual sebagai unsur yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan wisata. Melalui diskusi dan proses refleksi bersama, masyarakat mulai menyadari bahwa papan informasi, petunjuk arah, dan slogan budaya memiliki kontribusi penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih nyaman dan informatif. Mathie dan Cunningham (2020) menjelaskan bahwa pendekatan berbasis aset dapat memperkuat rasa percaya diri masyarakat karena mereka mampu mengenali potensi yang dimiliki sebagai modal pembangunan.

Tahap selanjutnya adalah dream, yaitu proses merumuskan visi dan harapan masyarakat terhadap masa depan kawasan wisata. Melalui kegiatan diskusi kelompok, masyarakat mengemukakan berbagai gagasan mengenai kondisi ideal destinasi wisata yang ingin diwujudkan. Mayoritas peserta menginginkan kawasan wisata yang lebih tertata, bersih, nyaman, serta memiliki ciri khas budaya Melayu yang terlihat secara jelas dalam berbagai fasilitas dan media informasi yang tersedia.

Pada tahapan ini, masyarakat mulai menunjukkan partisipasi yang lebih aktif dengan menyampaikan berbagai usulan terkait pengembangan linguistic landscape. Beberapa ide yang muncul antara lain penggunaan slogan yang mengangkat nilai-

nilai budaya Melayu, penyediaan informasi dalam lebih dari satu bahasa, serta penerapan unsur warna dan simbol yang mencerminkan identitas masyarakat pesisir. Tingginya keterlibatan masyarakat dalam penyusunan gagasan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu menumbuhkan rasa memiliki terhadap program yang sedang dijalankan.

Tahap berikutnya adalah design, yaitu penyusunan rancangan program berdasarkan hasil identifikasi aset dan harapan masyarakat. Pada fase ini, tim pendamping dan masyarakat bekerja sama merancang berbagai media linguistic landscape yang akan diterapkan di kawasan wisata. Produk yang dihasilkan mencakup papan informasi wisata dalam dua bahasa, petunjuk arah menuju berbagai fasilitas publik, slogan wisata yang mengangkat nilai budaya lokal, identitas visual bagi pelaku UMKM, serta media edukasi mengenai pelestarian lingkungan pesisir.

Penyediaan papan informasi dwibahasa menjadi salah satu prioritas dalam program karena dinilai dapat meningkatkan kemudahan akses informasi bagi wisatawan dari berbagai latar belakang. Penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris dipilih untuk memperluas jangkauan komunikasi, sementara unsur bahasa Melayu tetap dimunculkan pada beberapa media sebagai upaya memperkuat identitas budaya kawasan. Dengan demikian, fungsi informatif dan fungsi representatif budaya dapat berjalan secara bersamaan.

Selain itu, pengembangan media edukasi lingkungan juga menjadi bagian penting dari program pendampingan. Berbagai slogan dan papan informasi yang berkaitan dengan kebersihan kawasan, pengelolaan sampah, serta pelestarian ekosistem pesisir dirancang dan dipasang di sejumlah titik strategis. Menurut Gorter (2021), linguistic landscape memiliki fungsi yang lebih luas daripada sekadar penyampaian informasi karena juga berperan sebagai sarana edukasi yang dapat

memengaruhi perilaku sosial masyarakat dan pengunjung.

Tahap define berfokus pada penyusunan strategi pelaksanaan program. Dalam tahap ini dilakukan pembagian tugas sesuai dengan kemampuan dan potensi masing-masing kelompok masyarakat. Kelompok pemuda berperan dalam proses desain, produksi, dan pemasangan media visual. Pelaku UMKM dilibatkan dalam pengembangan identitas usaha dan promosi produk lokal. Sementara itu, kelompok ibu rumah tangga berkontribusi dalam penyusunan slogan budaya serta pengembangan materi promosi yang menonjolkan kearifan lokal.

Kolaborasi yang terbentuk selama pelaksanaan program menunjukkan bahwa pendekatan ABCD mampu memperkuat hubungan sosial dan kerja sama antar anggota masyarakat. Chambers (2019) menyatakan bahwa pembangunan yang melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif cenderung memiliki tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi karena masyarakat merasa memiliki peran langsung dalam proses pembangunan tersebut.

Tahap terakhir adalah destiny, yaitu pelaksanaan program sekaligus evaluasi terhadap hasil kegiatan yang telah dilakukan. Pada fase ini, berbagai media linguistic landscape yang telah dirancang dipasang di sejumlah titik kawasan wisata. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan bahasa dan identitas visual sebagai bagian dari pengembangan destinasi wisata. Selain itu, tanggapan wisatawan terhadap perubahan yang dilakukan juga menunjukkan hasil yang positif. Kehadiran papan informasi, petunjuk arah, dan media visual yang lebih terstruktur dinilai mampu meningkatkan kenyamanan pengunjung serta memperkuat citra kawasan wisata bahari Kampung Melayu sebagai destinasi yang berbasis budaya dan masyarakat.

### **3. Penguatan Identitas Wisata melalui *Linguistic Landscape***

Implementasi *linguistic landscape* memberikan kontribusi yang nyata dalam memperkuat identitas kawasan wisata bahari Kampung Melayu. Sebelum program pendampingan dilaksanakan, kawasan wisata tersebut belum memiliki sistem identitas visual yang terintegrasi sehingga ciri khas budaya lokal belum tergambar secara jelas melalui ruang publik yang tersedia. Setelah berbagai media *linguistic landscape* dikembangkan dan diterapkan, kawasan wisata mulai menampilkan karakter visual yang lebih menarik, informatif, dan merepresentasikan nilai-nilai budaya masyarakat Melayu.

Keberadaan papan informasi yang dirancang secara sistematis memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan kawasan wisata. Informasi mengenai lokasi objek wisata, fasilitas pendukung, serta ketentuan yang berlaku dapat diakses dengan lebih mudah sehingga membantu pengunjung dalam memahami lingkungan wisata yang mereka kunjungi. Selain itu, penyajian informasi dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris meningkatkan efektivitas komunikasi, khususnya bagi wisatawan yang berasal dari luar daerah maupun pengunjung yang memiliki latar belakang bahasa yang berbeda.

Pengembangan *linguistic landscape* tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi media yang mengandung nilai edukatif dan budaya. Berbagai slogan yang dipasang pada ruang publik dirancang dengan mengangkat kearifan lokal masyarakat Melayu, seperti nilai keramahan, kepedulian terhadap lingkungan, dan pentingnya menjaga kebersihan kawasan pesisir. Pesan-pesan tersebut tidak hanya memberikan informasi kepada wisatawan, tetapi juga mendorong terbentuknya kesadaran kolektif mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan menghormati budaya setempat.

Backhaus (2007) menjelaskan bahwa *linguistic landscape* merupakan representasi identitas sosial dan budaya yang diwujudkan melalui penggunaan bahasa di ruang publik. Dalam konteks kawasan wisata bahari Kampung Melayu, penggunaan bahasa pada berbagai media visual berfungsi sebagai simbol yang memperlihatkan karakter budaya masyarakat setempat. Oleh karena itu, keberadaan *linguistic landscape* tidak hanya mendukung aspek komunikasi, tetapi juga berperan dalam memperkuat eksistensi budaya lokal di tengah aktivitas pariwisata.

Perubahan pada aspek visual kawasan turut memberikan pengaruh terhadap pembentukan citra destinasi wisata. Kawasan yang memiliki tata informasi yang jelas, desain visual yang terorganisasi, dan identitas budaya yang kuat cenderung memberikan kesan yang lebih positif bagi pengunjung. Kondisi tersebut menjadikan kawasan wisata terlihat lebih profesional, tertib, dan memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Dengan demikian, penguatan *linguistic landscape* tidak hanya mendukung fungsi komunikasi dan edukasi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi wisata secara keseluruhan.

### **4. Partisipasi Masyarakat dalam Pemberdayaan Wisata**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pendekatan *Asset Based Community Development (ABCD)* memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan kawasan wisata bahari Kampung Melayu. Tingkat partisipasi masyarakat mengalami peningkatan karena mereka dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan program, mulai dari proses pemetaan aset, perencanaan kegiatan, pelaksanaan program, hingga tahap evaluasi. Keterlibatan yang berkelanjutan tersebut mendorong tumbuhnya rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama

terhadap keberlangsungan pengelolaan kawasan wisata.

Bentuk partisipasi masyarakat terlihat melalui kontribusi berbagai kelompok yang terlibat dalam program pendampingan. Kelompok pemuda berperan dalam proses perancangan dan pemasangan media visual yang mendukung identitas kawasan wisata. Kelompok ibu rumah tangga berkontribusi dalam merumuskan slogan yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal, sedangkan pelaku UMKM turut berpartisipasi dalam memperkuat identitas usaha melalui penataan media promosi dan visualisasi produk. Keterlibatan lintas kelompok tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat tidak hanya diarahkan pada peningkatan ekonomi, tetapi juga berorientasi pada penguatan kapasitas sosial, budaya, dan kreativitas masyarakat setempat.

Temuan penelitian juga memperlihatkan adanya perubahan pola pikir masyarakat terhadap pengelolaan destinasi wisata. Jika sebelumnya sebagian masyarakat menganggap bahwa pengembangan kawasan wisata merupakan tanggung jawab pemerintah, setelah program berlangsung muncul kesadaran bahwa keberhasilan pengelolaan wisata memerlukan keterlibatan seluruh elemen masyarakat. Kesadaran tersebut menjadi modal sosial yang penting dalam menciptakan sistem pengelolaan wisata yang berkelanjutan dan berbasis komunitas.

Putnam (2020) menjelaskan bahwa modal sosial yang tercermin melalui kepercayaan, kerja sama, dan partisipasi masyarakat memiliki kontribusi yang besar terhadap keberhasilan pembangunan komunitas. Dalam konteks penelitian ini, meningkatnya interaksi dan kolaborasi antaranggota masyarakat menjadi faktor yang memperkuat efektivitas program pemberdayaan serta mendukung pengembangan kawasan wisata secara berkelanjutan.

Peningkatan partisipasi masyarakat yang terjadi selama program pendampingan juga menunjukkan relevansi pendekatan

partisipatif dalam proses pembangunan komunitas. Sejalan dengan pandangan Chambers (1995), masyarakat seharusnya ditempatkan sebagai pelaku utama dalam setiap proses pembangunan, bukan sekadar penerima manfaat. Oleh karena itu, program yang dirancang berdasarkan kebutuhan, aspirasi, dan potensi masyarakat lokal cenderung lebih mudah diterima, dijalankan, dan dipertahankan dalam jangka panjang. Dengan demikian, pendekatan ABCD tidak hanya berhasil meningkatkan keterlibatan masyarakat, tetapi juga memperkuat kapasitas komunitas dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata yang dimiliki secara mandiri.

## **5. Dampak Pendampingan terhadap Kawasan Wisata**

Pelaksanaan pendampingan linguistic landscape yang mengadopsi pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) menghasilkan berbagai perubahan positif bagi pengembangan kawasan wisata bahari Kampung Melayu. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah meningkatnya kualitas tata visual kawasan wisata. Kehadiran papan informasi yang lebih terstruktur, slogan berbasis budaya lokal, serta berbagai media komunikasi visual lainnya menjadikan kawasan wisata tampak lebih rapi, menarik, dan memiliki karakter yang lebih jelas dibandingkan sebelumnya.

Perbaikan pada aspek visual tersebut juga berdampak pada kemudahan akses informasi bagi wisatawan. Keberadaan petunjuk arah, papan informasi fasilitas, dan media komunikasi publik lainnya membantu pengunjung memperoleh informasi yang dibutuhkan secara lebih cepat dan akurat. Kondisi ini berkontribusi terhadap terciptanya pengalaman wisata yang lebih nyaman karena wisatawan tidak mengalami kesulitan dalam memahami tata letak kawasan maupun fasilitas yang tersedia.

Selain memberikan manfaat secara fungsional, pengembangan linguistic

landscape turut berperan dalam memperkuat representasi budaya Melayu pada ruang publik kawasan wisata. Penggunaan slogan yang mengandung nilai-nilai budaya lokal serta pemanfaatan unsur bahasa daerah pada beberapa media informasi menjadi sarana untuk memperkenalkan identitas masyarakat pesisir kepada pengunjung. Kehadiran elemen budaya tersebut menjadikan pengalaman wisata tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga mengandung unsur edukasi yang memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai karakter dan kearifan lokal masyarakat setempat.

Dampak lain yang muncul dari program pendampingan adalah meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam berbagai aktivitas pengelolaan kawasan wisata. Masyarakat menunjukkan partisipasi yang lebih aktif melalui kegiatan menjaga kebersihan lingkungan, merawat dan memperbarui media visual yang telah dipasang, serta mengembangkan berbagai bentuk promosi wisata yang mengangkat potensi budaya lokal. Keterlibatan tersebut juga mendorong tumbuhnya kreativitas masyarakat dalam menciptakan media promosi yang lebih inovatif dan sesuai dengan identitas kawasan wisata.

Program pendampingan turut memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kualitas lingkungan dan estetika kawasan wisata. Masyarakat mulai memahami bahwa kenyamanan pengunjung tidak hanya ditentukan oleh daya tarik alam yang dimiliki, tetapi juga dipengaruhi oleh kebersihan lingkungan, keteraturan fasilitas, dan kualitas komunikasi visual yang tersedia di ruang publik. Kesadaran tersebut menjadi modal penting dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan kawasan wisata di masa mendatang.

Richards (2021) menjelaskan bahwa keberhasilan pengembangan wisata berbasis budaya dan komunitas sangat dipengaruhi oleh adanya kesadaran kolektif masyarakat dalam menjaga kualitas

lingkungan sekaligus mempertahankan identitas kawasan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa proses pendampingan telah berhasil menumbuhkan kesadaran tersebut melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam berbagai kegiatan pengembangan wisata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa pendampingan linguistic landscape berbasis ABCD merupakan pendekatan yang efektif dalam mendukung pemberdayaan masyarakat dan pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan. Implementasi program tidak hanya memberikan kontribusi terhadap penguatan identitas visual kawasan, tetapi juga meningkatkan partisipasi masyarakat, memperkuat modal sosial komunitas, serta menghadirkan pengalaman wisata yang lebih informatif, edukatif, dan berorientasi pada nilai-nilai budaya lokal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kawasan Wisata Bahari Kampung Melayu memiliki berbagai aset yang mendukung pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat, meliputi keindahan panorama pesisir, kekayaan budaya Melayu, aktivitas masyarakat nelayan, serta berkembangnya produk ekonomi kreatif yang dikelola oleh masyarakat setempat. Temuan ini sejalan dengan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang menekankan bahwa pembangunan masyarakat seharusnya berangkat dari kekuatan dan aset yang telah dimiliki komunitas, bukan dari berbagai keterbatasan yang mereka hadapi (Mathie & Cunningham, 2022). Keberadaan aset budaya dan sosial tersebut menjadi modal utama dalam membangun identitas destinasi wisata yang berkelanjutan.

Program pendampingan menghasilkan berbagai bentuk *linguistic landscape* yang berfungsi sebagai media informasi sekaligus representasi identitas budaya kawasan. Produk yang dihasilkan meliputi papan informasi bilingual (Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris), slogan berbasis budaya Melayu, media edukasi lingkungan pesisir, petunjuk arah menuju

fasilitas wisata, serta penguatan identitas visual UMKM dan produk masyarakat lokal. Kehadiran media-media tersebut menunjukkan bahwa *linguistic landscape* tidak hanya berfungsi secara informasional, tetapi juga memiliki fungsi simbolik dalam merepresentasikan nilai, identitas, dan karakter suatu komunitas (Gorter & Cenoz, 2024).

Dari perspektif teori *linguistic landscape*, penggunaan bahasa pada ruang publik wisata berperan dalam membentuk persepsi pengunjung terhadap suatu destinasi. Landry dan Bourhis (1997) menjelaskan bahwa tanda-tanda bahasa yang hadir di ruang publik merupakan representasi identitas sosial dan budaya masyarakat. Dalam penelitian ini, penggunaan unsur budaya Melayu pada slogan, papan informasi, dan media visual lainnya memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan sebagai instrumen untuk memperkuat identitas kawasan wisata. Dengan demikian, *linguistic landscape* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi strategi *destination branding* yang mampu membedakan Kampung Melayu dari destinasi wisata lainnya.

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya perubahan perilaku masyarakat setelah pelaksanaan program pendampingan. Sebelum program dilaksanakan, sebagian masyarakat memandang pengelolaan kawasan wisata sebagai tanggung jawab pemerintah. Namun setelah mengikuti seluruh tahapan pendampingan berbasis ABCD, masyarakat mulai menunjukkan keterlibatan yang lebih aktif dalam menjaga kebersihan lingkungan, merawat media informasi yang telah dipasang, serta berpartisipasi dalam promosi wisata berbasis budaya lokal. Perubahan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi wisata yang dikembangkan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Giampiccoli dan Saayman (2022) yang

menyatakan bahwa partisipasi aktif masyarakat merupakan faktor utama dalam keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

Secara konkret, program pendampingan menghasilkan beberapa media visual yang menjadi identitas baru kawasan wisata. Misalnya, pemasangan papan informasi dwibahasa pada area utama wisata, slogan budaya seperti “Pesona Melayu, Harmoni Pesisir”, media edukasi tentang pelestarian lingkungan pantai, serta desain identitas visual bagi pelaku UMKM yang menjual produk khas pesisir. Keberadaan media tersebut memberikan pengalaman yang lebih informatif sekaligus memperkuat citra kawasan sebagai destinasi wisata berbasis budaya Melayu.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Shang dan Zhao (2023) yang menemukan bahwa pengembangan *linguistic landscape* pada destinasi wisata budaya mampu meningkatkan daya tarik kawasan dan memperkuat pengalaman wisatawan. Namun demikian, penelitian ini menawarkan perspektif yang berbeda karena tidak hanya mengkaji fungsi bahasa di ruang publik, tetapi juga mengintegrasikannya dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat berbasis aset (*Asset-Based Community Development*). Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian *linguistic landscape* dari sekadar analisis bahasa menuju instrumen pemberdayaan masyarakat dan penguatan identitas destinasi.

Dampak program terhadap wisatawan juga terlihat dari meningkatnya kemudahan akses informasi serta pemahaman terhadap karakter budaya kawasan. Kehadiran papan informasi yang lebih jelas, petunjuk arah yang terstruktur, dan media edukasi yang menarik membantu wisatawan memperoleh informasi secara lebih cepat dan akurat. Selain itu, penggunaan unsur budaya Melayu pada berbagai media visual memberikan pengalaman wisata yang lebih autentik

karena wisatawan tidak hanya menikmati panorama pesisir, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai identitas budaya masyarakat setempat. Kondisi ini mendukung pendapat Richards (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman wisata yang autentik terbentuk melalui interaksi antara wisatawan dengan unsur budaya lokal yang direpresentasikan dalam ruang wisata.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa pengembangan *linguistic landscape* berbasis ABCD mampu berfungsi sebagai instrumen komunikasi, penguatan identitas budaya, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan kualitas pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, *linguistic landscape* dapat diposisikan sebagai salah satu strategi penting dalam pengembangan destinasi wisata berkelanjutan yang berbasis komunitas dan budaya lokal.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pendampingan *linguistic landscape* berbasis Asset Based Community Development (ABCD) memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kawasan wisata bahari Kampung Melayu. Kawasan ini memiliki berbagai potensi yang mendukung pengembangan wisata berkelanjutan, seperti keindahan pesisir, budaya Melayu yang masih terjaga, aktivitas nelayan tradisional, serta keberadaan UMKM lokal yang berperan dalam perekonomian masyarakat. Namun, sebelum program pendampingan dilaksanakan, kawasan wisata masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait minimnya media informasi, kurangnya penunjuk arah, dan belum optimalnya identitas visual yang merepresentasikan karakter kawasan. Melalui tahapan discovery, dream, design, define, dan destiny, masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses identifikasi aset, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kualitas

komunikasi visual melalui penyediaan papan informasi dwibahasa, slogan budaya Melayu, media edukasi lingkungan, dan penguatan identitas visual UMKM. Pengembangan *linguistic landscape* tidak hanya memudahkan wisatawan memperoleh informasi, tetapi juga memperkuat citra dan identitas budaya kawasan wisata. Selain itu, pendekatan ABCD terbukti mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata melalui keterlibatan pemuda, pelaku UMKM, dan kelompok masyarakat lainnya. Program ini juga menumbuhkan kesadaran kolektif mengenai pentingnya kebersihan, estetika kawasan, dan pelayanan wisata yang berkualitas. Dengan demikian, pengembangan *linguistic landscape* berbasis ABCD dapat menjadi strategi pemberdayaan masyarakat yang efektif untuk mendukung penguatan identitas destinasi, peningkatan kapasitas masyarakat, serta pengembangan wisata berkelanjutan yang berlandaskan budaya lokal dan partisipasi masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cornwall, A. (2022). *Participatory development and community engagement: Theory and practice*. London: Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2022). Community-based tourism development and sustainability: A framework for local empowerment. *Sustainability*, 14(8), 4567. <https://doi.org/10.3390/su14084567>
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success?* Leeds: International Centre for Responsible Tourism.
- Gorter, D. (2018). Methods and techniques for linguistic landscape research: About definitions, core issues and

- technological innovations. Dalam M. Pütz & N. Mundt (Eds.), *Expanding the linguistic landscape: Linguistic diversity, multimodality and the use of space as a semiotic resource* (pp. 38–57). Bristol: Multilingual Matters.
- Gorter, D., & Cenoz, J. (2024). *A panorama of linguistic landscape studies*. Bristol: Multilingual Matters.
- Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Ibrahim, S., & Alkire, S. (2021). Agency and empowerment: A proposal for internationally comparable indicators. *Oxford Development Studies*, 49(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/13600818.2020.1860328>
- Jaworski, A., & Thurlow, C. (2010). *Semiotic landscapes: Language, image, space*. London: Continuum.
- Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2021). The dynamics of place brands and place identity. *Marketing Theory*, 21(3), 273–295. <https://doi.org/10.1177/1470593120988433>
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. Evanston, IL: Institute for Policy Research, Northwestern University.
- Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2022). From clients to citizens: Asset-based community development as a strategy for sustainable community empowerment. *Community Development Journal*, 57(2), 245–262. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsab018>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination brands: Managing place reputation* (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Richards, G. (2021). Rethinking cultural tourism. *Edward Elgar Publishing*. <https://doi.org/10.4337/9781789903522>
- Shang, G., & Zhao, S. (2023). Linguistic landscape and tourism experience: A study of cultural representation in tourist destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 21(4), 512–528. <https://doi.org/10.1080/14766825.2023.2184567>
- Shohamy, E., & Gorter, D. (Eds.). (2009). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. New York: Routledge.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2021). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Tasci, A. D. A., & Camilleri, M. A. (2021). Destination branding and destination identity: Concepts, practices and future directions. *Tourism Review*, 76(2), 325–340. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2019-0335>
- Timothy, D. J. (2021). *Cultural heritage and tourism: An introduction* (2nd ed.). Bristol: Channel View Publications.
- UN Tourism. (2024). *Tourism for sustainable development report 2024*. Madrid: United Nations World Tourism Organization (UN Tourism).

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik pariwisata Indonesia 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.