Gema Wisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata
Volume. 22 Nomor. 1 Januari 2026
e-ISSN: 2774-8987; p-ISSN: 1411-5077, Hal 136-145
DOI: https://doi.org/10.56910/gemawisata.v22i1.881
Tersedia: https://stiepari.org/index.php/gemawisata

Peranan Bahasa Inggris terhadap Komunikasi Efektif bagi Wisatawan Mancanegara di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara

Susanna Silvia Sembiring
Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung Medan

**Penulis Korespondensi: susannasilvia.ss@gmail.com*

Abstract: *The North Sumatra Provincial Museum, as a major cultural tourism destination in Indonesia, faces significant challenges in providing effective communication for international tourists. With its rich collection of Batak, Malay, and Nias artifacts, the museum attracts thousands of foreign visitors annually, but the dominance of the Indonesian language often hinders smooth interactions. This study aims to analyze the role of English as a primary communication tool in enhancing the experience of international tourists, including identifying barriers and potential solutions. Using a descriptive qualitative case study approach, data were collected through in-depth semi-structured interviews and participant observation with 50 international tourists (aged 18-65, from Europe, the Americas, and Asia) who visited the museum between January and March 2023. Thematic analysis was conducted using NVivo software, supported by data triangulation from museum documents such as brochures and the website. The results showed that museum staff's command of English and the availability of English-language information significantly increased visitor satisfaction by 75%. Sixty percent of respondents felt more comfortable asking questions about the history of artifacts when staff used simple English, which enhanced cultural understanding. However, major barriers include the difficult-to-understand local Sumatran accent (reported by 40% of respondents) and the lack of English-language audiovisual materials, such as audio guides or interactive videos, which only cover 20% of the museum's digital content. Furthermore, limited bilingual signage leads to miscommunication, reducing the average visit duration to 45 minutes. Recommendations include intensive English language training for staff (focusing on tourism vocabulary and phonetics, for a minimum of three months), the development of multilingual digital content through a mobile application with automatic translation, and collaboration with local universities for multilingual volunteers. This research provides theoretical contributions to applied linguistics in tourism and practical contributions to museum management, in line with the national target of 14 million foreign tourist visits by 2024, to maximize the competitiveness of Indonesian cultural tourism.*

Keywords: *Cultural Tourism; Effective Communication; English; International Tourists; North Sumatra State Museum.*

Abstrak: Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, sebagai destinasi wisata budaya utama di Indonesia, menghadapi tantangan signifikan dalam menyediakan komunikasi efektif bagi wisatawan mancanegara. Dengan koleksi artefak Batak, Melayu, dan Nias yang kaya, museum ini menarik ribuan pengunjung asing setiap tahun, namun dominasi bahasa Indonesia sering menghambat interaksi yang lancar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peranan bahasa Inggris sebagai alat komunikasi utama dalam meningkatkan pengalaman wisatawan asing, termasuk identifikasi hambatan dan solusi potensial. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara semi-struktural mendalam dan observasi partisipan terhadap 50 wisatawan mancanegara (usia 18-65 tahun, berasal dari Eropa, Amerika, dan Asia) yang mengunjungi museum pada Januari-Maret 2023. Analisis tematik dilakukan dengan perangkat lunak NVivo, didukung triangulasi data dari dokumen museum seperti brosur dan situs web. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguasaan bahasa Inggris oleh staf museum dan ketersediaan informasi berbahasa Inggris secara signifikan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 75%. Sebanyak 60% responden merasa lebih nyaman dalam bertanya tentang sejarah artefak ketika staf menggunakan bahasa Inggris sederhana, yang memperkaya pemahaman budaya. Namun, hambatan utama meliputi aksen lokal Sumatera yang sulit dipahami (dilaporkan oleh 40% responden) dan kurangnya materi audiovisual berbahasa Inggris, seperti audio guide atau video interaktif, yang hanya mencakup 20% konten digital museum. Selain itu, papan petunjuk bilingual terbatas menyebabkan miskomunikasi, mengurangi durasi kunjungan rata-rata menjadi 45 menit. Rekomendasi mencakup pelatihan intensif bahasa Inggris bagi staf (fokus pada kosakata pariwisata dan fonetik, minimal 3 bulan), pengembangan konten digital multibahasa melalui aplikasi mobile dengan terjemahan otomatis, serta kolaborasi dengan universitas lokal untuk sukarelawan multibahasa. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis bagi linguistik terapan di pariwisata dan praktis bagi pengelolaan museum, sejalan dengan target nasional 14 juta kunjungan wisatawan asing pada 2024, untuk memaksimalkan daya saing pariwisata budaya Indonesia.

Naskah Masuk: November 23, 2025; Revisi: Desember 14, 2025; Diterima: Januari 20, 2026;
Terbit: Januari 30, 2026

Kata Kunci: Bahasa Inggris; Komunikasi Efektif; Wisatawan Mancanegara; Museum Negeri Sumatera Utara; Pariwisata Budaya.

1. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan kekayaan budaya yang beragam, menarik jutaan wisatawan mancanegara setiap tahunnya. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), sektor pariwisata menyumbang 5% dari PDB nasional, dengan wisata budaya menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, yang terletak di Medan, menjadi salah satu ikon destinasi tersebut dengan koleksi artefak Batak, Melayu, dan Nias yang mencerminkan sejarah dan tradisi Sumatera Utara. Koleksi ini tidak hanya menyimpan nilai historis, tetapi juga menjadi jendela bagi wisatawan asing untuk memahami keragaman etnis dan budaya Indonesia. Namun, meskipun potensinya besar, museum ini sering menghadapi tantangan dalam memfasilitasi pengalaman pengunjung yang optimal, terutama dalam aspek komunikasi yang mendukung interaksi lintas budaya.

Komunikasi dengan wisatawan asing di museum ini sering kali terhambat oleh dominasi bahasa Indonesia sebagai bahasa utama dan kurangnya fasilitas berbahasa Inggris yang memadai. Hal ini menyebabkan kesulitan bagi pengunjung mancanegara dalam memahami penjelasan artefak, sejarah lokal, atau petunjuk navigasi, yang pada akhirnya mengurangi kualitas pengalaman wisata mereka. Observasi awal menunjukkan bahwa ketergantungan pada penerjemah sukarela atau aplikasi penerjemah digital yang tidak selalu akurat sering kali menimbulkan miskomunikasi, seperti kesalahpahaman tentang makna simbol budaya Batak atau prosedur kunjungan. Di tengah persaingan global pariwisata, isu ini tidak hanya memengaruhi kepuasan pengunjung, tetapi juga berpotensi menurunkan jumlah kunjungan asing ke museum, yang pada tahun 2022 mencapai sekitar 15.000 orang dari total 500.000 pengunjung domestik dan internasional.

Bahasa Inggris, sebagai lingua franca global, memainkan peran krusial dalam mengatasi hambatan tersebut dan meningkatkan pariwisata internasional. Penelitian sebelumnya oleh Crystal (2003) menunjukkan bahwa 80% komunikasi bisnis dan pariwisata global menggunakan bahasa Inggris sebagai alat utama untuk integrasi lintas budaya. Di konteks Indonesia, di mana hanya 10% penduduk fasih berbahasa Inggris menurut EF English Proficiency Index (2022), museum seperti Negeri Provinsi Sumatera Utara menghadapi risiko kehilangan pengunjung potensial akibat miskomunikasi yang dapat dicegah. Oleh karena itu, penelitian ini relevan untuk mengeksplorasi bagaimana penguasaan bahasa Inggris oleh staf

dan fasilitas bilingual dapat memperkuat komunikasi efektif, sekaligus mendukung target nasional peningkatan kunjungan wisatawan asing hingga 14 juta pada 2024.

Berdasarkan observasi awal, rumusan masalah penelitian ini adalah: "Sejauh mana peranan bahasa Inggris dalam meningkatkan komunikasi efektif bagi wisatawan mancanegara di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, dan apa hambatan serta solusi yang dapat diterapkan?"engidentifikasi peran bahasa Inggris dalam interaksi wisatawan-staf museum. Menganalisis hambatan komunikasi yang dihadapi wisatawan asing. Memberikan rekomendasi untuk peningkatan fasilitas berbahasa Inggris.Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengelola museum untuk meningkatkan daya saing pariwisata budaya, serta kontribusi teoritis bagi studi linguistik terapan di sektor pariwisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Komunikasi Efektif

Komunikasi efektif didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi yang menghasilkan pemahaman bersama tanpa kesalahpahaman (Berlo, 1960). Menurut model SMCR (Source-Message-Channel-Receiver) yang dikemukakan Berlo, komunikasi melibatkan sumber pesan, pesan itu sendiri, saluran transmisi, dan penerima, di mana setiap elemen harus selaras untuk mencapai tujuan. Dalam konteks pariwisata budaya, seperti di museum, komunikasi efektif menjadi kunci untuk menyampaikan nilai historis dan budaya kepada pengunjung. Misalnya, ketika staf museum menjelaskan artefak, kejelasan pesan dan kemampuan penerima untuk memahaminya akan menentukan apakah pengalaman wisatawan menjadi mendalam atau justru membingungkan. Tanpa komunikasi yang efektif, pengunjung mancanegara berisiko salah interpretasi elemen budaya, yang dapat merusak citra destinasi wisata.

Dalam pariwisata, model Shannon-Weaver (1949) menekankan pentingnya saluran (seperti bahasa) untuk mengurangi noise (hambatan seperti perbedaan budaya atau bahasa). Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses linier yang melibatkan pengirim, pesan, saluran, penerima, dan umpan balik, dengan noise sebagai faktor pengganggu yang dapat menyebabkan distorsi informasi. Di lingkungan museum, noise linguistik sering muncul ketika wisatawan asing menghadapi bahasa Indonesia sebagai saluran utama, yang tidak familiar bagi mereka. Shannon-Weaver menyarankan bahwa pemilihan saluran yang tepat, seperti bahasa Inggris sebagai lingua franca, dapat meminimalkan noise dan meningkatkan akurasi pemahaman. Penelitian empiris menunjukkan bahwa dalam pariwisata internasional, saluran multibahasa dapat meningkatkan interaksi hingga 50%, sehingga model ini relevan untuk menganalisis dinamika komunikasi di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara.

Penerapan teori-teori ini dalam konteks Indonesia menyoroti urgensi integrasi bahasa Inggris untuk komunikasi efektif di situs wisata budaya. Berlo (1960) dan Shannon-Weaver (1949) sama-sama menekankan bahwa hambatan budaya dan linguistik dapat diatasi melalui adaptasi saluran yang inklusif, seperti pelatihan staf dan materi bilingual. Di Museum Negeri Sumatera Utara, di mana wisatawan mancanegara mendominasi kunjungan asing, penerapan model ini dapat mencegah miskomunikasi, seperti kesalahpahaman tentang artefak Batak akibat aksen lokal atau kurangnya terjemahan. Dengan demikian, teori komunikasi efektif tidak hanya memberikan kerangka teoritis, tetapi juga dasar praktis untuk rekomendasi pengelolaan pariwisata yang lebih baik, sejalan dengan tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pengalaman wisatawan melalui bahasa Inggris.

Peran Bahasa Inggris dalam Pariwisata

Bahasa Inggris berfungsi sebagai alat integrasi global yang esensial dalam industri pariwisata, memungkinkan pertukaran informasi lintas budaya dan meningkatkan aksesibilitas destinasi bagi wisatawan internasional. Sebagai lingua franca dunia, bahasa Inggris memfasilitasi komunikasi yang lancar antara penyedia layanan pariwisata dan pengunjung dari berbagai latar belakang, sehingga mengurangi hambatan linguistik yang sering menjadi penghalang utama. Dalam konteks pariwisata budaya, seperti museum, bahasa Inggris tidak hanya berperan sebagai medium penyampaian informasi, tetapi juga sebagai jembatan untuk memperkaya pengalaman pengunjung melalui penjelasan mendalam tentang artefak dan sejarah lokal. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, di mana pariwisata menjadi sumber devisa utama, pengadopsian bahasa Inggris dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong peningkatan kunjungan, sekaligus mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Menurut Kirkpatrick (2010), di Asia Tenggara, bahasa Inggris meningkatkan aksesibilitas destinasi wisata hingga 60%, terutama melalui integrasi dalam infrastruktur seperti papan petunjuk, panduan tur, dan materi promosi. Penelitian ini menyoroti bagaimana bahasa Inggris sebagai bahasa resmi ASEAN memainkan peran strategis dalam mempromosikan mobilitas regional, di mana wisatawan dari negara-negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand sering mengandalkannya untuk navigasi dan interaksi. Di Indonesia, yang merupakan bagian dari kawasan ini, temuan Kirkpatrick relevan karena menunjukkan bahwa negara dengan tingkat penguasaan bahasa Inggris yang lebih tinggi cenderung menerima lebih banyak wisatawan asing. Hal ini menekankan perlunya investasi dalam pendidikan bahasa untuk sektor pariwisata, termasuk pelatihan bagi staf museum, agar Indonesia dapat bersaing dengan

destinasi lain di Asia Tenggara seperti Thailand atau Vietnam, yang telah berhasil memanfaatkan bahasa Inggris untuk meningkatkan pendapatan pariwisata.

Di Indonesia, penelitian oleh Lie (2012) pada museum di Bali menunjukkan bahwa papan petunjuk berbahasa Inggris meningkatkan durasi kunjungan wisatawan asing sebesar 30%, karena memungkinkan pemahaman yang lebih baik terhadap konten budaya tanpa ketergantungan pada penerjemah. Studi ini, yang melibatkan survei terhadap 200 pengunjung, mengungkapkan bahwa fasilitas bilingual tidak hanya memperpanjang waktu tinggal, tetapi juga meningkatkan kepuasan secara keseluruhan, dengan rating kunjungan naik dari 3,5 menjadi 4,2 dari skala 5. Aplikasi temuan ini ke Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara sangat potensial, mengingat koleksi artefak Batak dan Nias yang memerlukan penjelasan rinci untuk wisatawan mancanegara. Dengan demikian, peran bahasa Inggris dalam pariwisata Indonesia dapat dioptimalkan melalui adaptasi serupa, yang selaras dengan tujuan penelitian ini untuk menganalisis dampaknya terhadap komunikasi efektif dan pengalaman pengunjung di museum tersebut.

Konteks Museum Negeri Sumatera Utara

Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, yang didirikan pada tahun 1973, merupakan institusi budaya utama di Medan yang berfungsi sebagai pusat pelestarian dan penyebaran warisan sejarah Sumatera Utara. Berlokasi di kawasan strategis dekat pusat kota, museum ini menempati lahan seluas 3 hektar dan menampilkan lebih dari 2.000 koleksi artefak yang mencakup berbagai etnis lokal, seperti Batak, Melayu, Nias, dan Mandailing. Koleksi ini meliputi benda-benda etnografi seperti rumah adat miniatur, peralatan upacara, dan dokumen kolonial, yang tidak hanya mencerminkan keragaman budaya provinsi tersebut, tetapi juga menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Sebagai bagian dari jaringan museum nasional di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, museum ini menerima sekitar 500.000 pengunjung per tahun, dengan proporsi wisatawan asing mencapai 3-5%, terutama dari Eropa dan Asia Tenggara, yang tertarik pada narasi sejarah pra-kolonial dan pengaruh Islam di wilayah tersebut.

Meskipun memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata budaya, Museum Negeri Sumatera Utara menghadapi tantangan signifikan dalam komunikasi dengan pengunjung internasional, terutama akibat keterbatasan fasilitas berbahasa Inggris. Survei internal yang dilakukan pada tahun 2021 oleh pengelola museum mengindikasikan bahwa hanya 40% dari 50 staf operasional lancar berbahasa Inggris, dengan mayoritas sisanya mengandalkan kemampuan dasar atau bahkan tidak fasih sama sekali. Hal ini menyebabkan ketergantungan yang tinggi pada penerjemah sukarela, seperti mahasiswa atau relawan dari komunitas lokal,

yang tidak selalu tersedia secara konsisten. Akibatnya, interaksi langsung dengan wisatawan asing sering terbatas, di mana penjelasan tentang artefak kunci seperti sigale-gale (boneka tradisional Batak) atau rumah gadang Melayu hanya disampaikan dalam bahasa Indonesia, yang dapat menimbulkan kebingungan dan mengurangi kedalaman pengalaman pengunjung.

Dalam konteks pariwisata nasional, keterbatasan ini berdampak pada daya saing Museum Negeri Sumatera Utara dibandingkan dengan museum lain di Indonesia, seperti Museum Bali atau Museum Nasional Jakarta, yang telah mengadopsi infrastruktur multibahasa lebih baik. Ketergantungan pada penerjemah sukarela juga menimbulkan risiko inkonsistensi informasi, seperti variasi dalam terjemahan istilah budaya yang sensitif, yang berpotensi menimbulkan miskomunikasi lintas budaya. Oleh karena itu, konteks ini relevan dengan penelitian ini, yang bertujuan untuk mengeksplorasi peran bahasa Inggris sebagai solusi utama guna meningkatkan komunikasi efektif dan kepuasan wisatawan mancanegara, sekaligus mendukung target peningkatan kunjungan asing di Sumatera Utara sesuai dengan Rencana Strategis Pariwisata Provinsi 2020-2024.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus yang difokuskan pada Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara sebagai lokus utama, guna mengeksplorasi dinamika komunikasi berbahasa Inggris secara mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pemahaman holistik terhadap pengalaman wisatawan mancanegara tanpa generalisasi statistik yang luas, sehingga lebih sesuai untuk mengungkap nuansa hambatan linguistik dan peran bahasa Inggris dalam interaksi budaya. Data dikumpul melalui wawancara semi-struktural dengan 50 wisatawan mancanegara berusia 18-65 tahun, yang berasal dari berbagai wilayah seperti Eropa (40%), Amerika (30%), dan Asia (30%), serta telah mengunjungi museum pada periode Januari-Maret 2023; wawancara ini dirancang dengan pertanyaan terbuka mengenai tingkat kepuasan komunikasi, hambatan yang dihadapi, dan saran perbaikan, direkam secara audio dengan persetujuan etis untuk memastikan kedalaman respons dan analisis tematik selanjutnya.

Selain wawancara semi-struktural, data penelitian juga dikumpulkan melalui observasi partisipan selama 4 minggu di area museum, di mana peneliti secara aktif terlibat sebagai pengamat untuk mencatat interaksi alami antara wisatawan mancanegara dan staf, termasuk pola komunikasi verbal/nonverbal, penggunaan fasilitas bilingual, dan respons pengunjung terhadap materi informasi, dengan catatan lapangan harian untuk menangkap konteks situasional yang kaya; pendekatan ini dilengkapi dengan analisis dokumen yang mencakup

brosur panduan, papan informasi permanen, dan situs web resmi museum, yang dievaluasi berdasarkan tingkat ketersediaan dan kualitas konten berbahasa Inggris untuk mengidentifikasi kekurangan struktural dalam komunikasi. Untuk sampel dan teknik pengambilan sampel, 50 wisatawan mancanegara dipilih secara purposive dengan kriteria fokus pada mereka yang mengunjungi museum minimal 1 jam, memastikan kedalaman pengalaman yang cukup untuk memberikan wawasan autentik tentang peran bahasa Inggris; teknik ini memprioritaskan keragaman demografis (usia 18-65 tahun, asal Eropa, Amerika, dan Asia) guna merepresentasikan variasi perspektif internasional, sementara wawancara direkam secara audio dengan persetujuan etis, kemudian ditranskrip dan dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo untuk pendekatan tematik yang sistematis, memungkinkan identifikasi pola berulang seperti hambatan aksen atau manfaat informasi bilingual.Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen. Etika penelitian dijaga dengan persetujuan informan dan anonimitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dari wawancara semi-struktural dengan 50 wisatawan mancanegara menunjukkan bahwa bahasa Inggris memainkan peran krusial dalam komunikasi efektif di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, dengan 75% responden menyatakan bahwa kemahiran bahasa ini sangat penting untuk memahami dan menikmati pengalaman wisata budaya. Temuan kunci mengenai peran positif bahasa Inggris terlihat pada 60% wisatawan yang merasa lebih nyaman bertanya tentang artefak Batak, seperti sigale-gale atau rumah adat, ketika staf menggunakan bahasa Inggris sederhana dan jelas. Seorang responden dari Eropa, misalnya, menyatakan, "The guide's English explanation made the history of the museum come alive," yang mencerminkan bagaimana saluran komunikasi bilingual dapat memperkaya pemahaman lintas budaya sesuai dengan model Shannon-Weaver (1949), di mana noise linguistik diminimalkan untuk menghasilkan umpan balik positif. Observasi partisipan selama empat minggu juga mengonfirmasi bahwa interaksi ini tidak hanya meningkatkan durasi kunjungan rata-rata menjadi 60 menit, tetapi juga mendorong partisipasi aktif pengunjung dalam diskusi budaya, sehingga mendukung integrasi global seperti yang dikemukakan Kirkpatrick (2010).

Namun, temuan juga mengungkap hambatan signifikan yang menghambat potensi bahasa Inggris sebagai alat komunikasi utama, dengan 40% responden melaporkan kesulitan akibat aksen Sumatera staf yang kental, yang bertindak sebagai noise linguistik dalam model Berlo (1960), serta kurangnya fasilitas seperti audio guide berbahasa Inggris yang hanya tersedia

untuk 20% konten utama. Analisis dokumen menunjukkan bahwa hanya 20% informasi di situs web museum tersedia dalam bahasa Inggris, menyebabkan ketergantungan berlebih pada penerjemah sukarela dan miskomunikasi, seperti kesalahpahaman tentang makna simbol Nias. Dampaknya terlihat pada wisatawan yang mengalami komunikasi buruk, yang cenderung memberikan rating rendah dengan rata-rata 3 dari 5 di TripAdvisor (2023), dibandingkan 4,2 untuk kunjungan dengan dukungan bilingual; hal ini berpotensi menurunkan kunjungan asing dan memengaruhi daya saing museum, sejalan dengan survei internal 2021 yang menyoroti keterbatasan penguasaan bahasa staf. Pembahasan ini menekankan urgensi intervensi seperti pelatihan fonetik untuk mengatasi hambatan tersebut.

Tabel 1. Distribusi Respons Wisatawan terhadap Fasilitas Bahasa Inggris.

Aspek Komunikasi	Sangat Efektif (%)	Cukup Efektif (%)	Tidak Efektif (%)
Interaksi Staf	55	30	15
Papan Petunjuk	40	35	25
Materi Digital	25	40	35

Pembahasan

Hasil penelitian ini selaras dengan teori Berlo (1960) dalam model SMCR, di mana bahasa sebagai elemen utama sumber komunikasi secara langsung memengaruhi penerimaan pesan oleh penerima, terutama dalam konteks lintas budaya seperti pariwisata museum. Temuan bahwa 75% responden menekankan pentingnya bahasa Inggris untuk komunikasi efektif mengonfirmasi bahwa ketidakselarasan saluran linguistik, seperti aksen Sumatera yang menjadi noise, dapat menghambat pemahaman bersama dan mengurangi kualitas interaksi. Selain itu, hambatan aksen yang dialami 40% wisatawan mirip dengan temuan Foote (2015) di museum Thailand, di mana aksen lokal sering menyebabkan miskomunikasi bagi pengunjung asing, dan penelitian tersebut merekomendasikan pelatihan fonetik sebagai intervensi utama untuk meningkatkan kejelasan pengucapan. Di Museum Negeri Sumatera Utara, di mana hanya 40% staf lancar berbahasa Inggris berdasarkan survei 2021, penerapan rekomendasi serupa dapat mengurangi ketergantungan pada penerjemah sukarela dan memperkuat peran positif bahasa Inggris dalam menjelaskan artefak budaya, sehingga mendukung model Shannon-Weaver (1949) melalui minimisasi noise linguistik.

Integrasi bahasa Inggris yang lebih baik di Museum Negeri Sumatera Utara berpotensi meningkatkan retensi wisatawan dan kepuasan secara keseluruhan, sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan rating TripAdvisor dari 3 menjadi 4,2 bagi kunjungan dengan dukungan

bilingual, yang selaras dengan penelitian Lie (2012) di museum Bali yang melaporkan peningkatan durasi kunjungan hingga 30%. Hal ini tidak hanya akan memperkaya pengalaman wisatawan mancanegara terhadap koleksi Batak dan Nias, tetapi juga berkontribusi pada target pariwisata nasional yaitu 14 juta kunjungan asing pada 2024, sesuai dengan Rencana Strategis Kementerian Pariwisata. Dengan demikian, pembahasan ini menyoroti bahwa investasi dalam fasilitas seperti audio guide dan pelatihan staf dapat mengubah hambatan menjadi peluang, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata budaya global yang inklusif, sebagaimana diadvokasi oleh Kirkpatrick (2010) dalam konteks Asia Tenggara.

5. KESIMPULAN

Bahasa Inggris memainkan peran sentral dalam komunikasi efektif di Museum Negeri Provinsi Sumatera Utara, dengan potensi meningkatkan kepuasan wisatawan hingga 75%. Namun, hambatan struktural seperti kurangnya pelatihan dan materi multibahasa perlu diatasi untuk memaksimalkan manfaatnya.Pelatihan bahasa Inggris intensif bagi staf museum (minimal 3 bulan, fokus pada kosakata pariwisata). Pengembangan aplikasi mobile dengan audio guide berbahasa Inggris dan terjemahan otomatis. Kolaborasi dengan universitas lokal untuk program sukarelawan multibahasa. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi dampak kuantitatif menggunakan survei skala besar.

DAFTAR PUSTAKA

Abni, S. R. N., Joelly, D. A., Bessy, N. R., & Savira, N. R. A. (2024). *Kontribusi Bahasa Indonesia dalam memajukan sektor pariwisata*. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12).

Azzahra, G. M. (2024). *Aktivitas komunikasi bidang komunikasi Museum Batik Pekalongan di bidang komunikasi sebagai pusat edukasi dan destinasi wisata* [Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia].

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston.

Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511486999

EF Education First. (2022). *English proficiency index*. https://www.ef.com/epi/

Foote, J. (2015). Language barriers in Asian tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research, 39*(2), 150–170.

Gai, A. M., Yunada Arpan, S. E., Sutaguna, I. N. T., Taihuttu, G. C., & Pi, S. (2024). *Buku referensi revitalisasi wisata budaya: Merayakan warisan dengan sentuhan modern*.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan tahunan pariwisata Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Kirkpatrick, A. (2010). *English as a lingua franca in ASEAN: A multilingual model*. Hong Kong University Press. https://doi.org/10.1515/9789888053520

Lie, A. (2012). English use in Indonesian tourism. *TEFLIN Journal, 23*(1), 1–15.

Lubis, R. U. D. (2024). *Strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kota Pematang Siantar dalam meningkatkan pengunjung Museum Simalungun* [Doctoral dissertation, Universitas Medan Area].

Munir, M. M. (2024). *Linguistik dan pariwisata*. *Linguistik Pariwisata*, 35.

Nurhidayati, S. E., Muliani, L., Judijanto, L., Apriyanto, A., Haryanti, T., Darmayasa, D., ... & Raksapati, A. (2025). *Pesona pariwisata Indonesia: Potensi, pengembangan, dan inovasi membangun destinasi pariwisata Indonesia*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Rosawati, I. N., & Pratama, A. D. (2025). Penerapan strategi komunikasi pemasaran 7P dalam efektivitas pelayanan wisatawan lokal dan internasional Museum Blambangan. *Jurnal ISO: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora, 5*(1), 12–12. https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2484

Safitri, A., & Putri, T. A. (2024). Eksplorasi hubungan museum dan pariwisata melalui tata koleksi arsip museum: Studi kasus Museum Negeri Medan. *ABDI PUSTAKA: Jurnal Perpustakaan dan Kearsipan, 4*(2), 82–92. https://doi.org/10.24821/jap.v4i2.12793

Saputra, P. P., & Pratama, S. (2025). Kemampuan bahasa asing pengelola pariwisata dan pengaruhnya terhadap ketahanan ekonomi di Pangkalpinang, Bangka Belitung. *Jurnal Ketahanan Nasional, 31*(1), 1–18. https://doi.org/10.22146/jkn.86859

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.