

PELUANG KOMUNIKASI DI *CYBERSPACE* UNTUK PENGEMBANGAN BAHASA DAN PARIWISATA¹

Tomi Tamtomo

Abstract :

Internet is new communication media in which features for realizing human interaction are characterized by those that surpass the lacks and barriers known existing in conventional means of communication. The communication features – electronic mail (e-mail), world wide web (www), and on-line chat, to name a few – can be utilized to develop Language and Tourism, either from academical or practical point of view. The key to make the most of the media is to produce and distribute messages specific to the two fields. This has to be supported by an active effort to form a community who will subsequently enliven the interaction. As the fact indicates that so far there is no internet forum of any kind that focuses itself in either Language or Tourism (or both) in Indonesia, STBA Yapari-ABA Bandung has the chance to be a pioneer for developing both fields through the cyberspace; internet.

PENGANTAR

Salah satu wujud perkembangan teknologi dewasa ini yang sangat menonjol pengaruhnya dalam masyarakat adalah komputer personal. Berkat penemuan teknik miniaturisasi komponen yang semakin hari semakin canggih dan proses produksi massal yang menyertainya, maka komputer personal yang tadinya wilayah penggunaannya begitu terbatas kini ia bisa menangani berbagai macam pekerjaan yang sebelumnya tak terbayangkan, atau sekurangnya ia menjadi mampu untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan yang sama dengan yang sebelumnya dengan proses yang lebih efisien dan hasil yang jauh lebih baik. Selain itu harga pun menunjukkan kecenderungan untuk terus turun, dengan perkecualian pada situasi krisis moneter di negara kita yang mempengaruhi fluktuasi harganya.

Barangkali tidak persis seperti ini evolusi perkembangannya, tetapi bayangkan saja bila komputer pertama yang dibuat manusia digunakan untuk membantu proses pembuatan komputer berikutnya yang lebih baik, dan komputer kedua sebagai hasilnya digunakan lagi untuk membantu perancangan komputer generasi berikutnya yang lebih maju, dan seterusnya. Proses ini hingga kini tidak berhenti. Mereka yang mengamati perkembangan komponen komputer personal (yang populer adalah yang *IBM-compatible*) akan mengerti bahwa sejak keluarnya komputer tipe XT hingga kelas Pentium III sudah banyak sekali komponen yang diminiaturkan. Komputer generasi XT menggunakan komponen yang memakan tempat, yang kini pada kelas Pentium sudah berukuran *chip* saja. Dengan demikian terbuka peluang untuk menambahkan fungsi-fungsi baru, peningkatan kecepatan, dan kualitas lainnya.

Dalam kaitan ini orang kadang dengan begitu mudah mengatakan bahwa komputer adalah alat komunikasi. Sedangkan kenyataan yang banyak dijumpai pada pengguna komputer di masyarakat adalah bahwa komputer seringkali tidak lebih dipergunakan sebagai pengganti mesin tik/pengolah kata. Pada kantor-kantor dapat dipastikan bahwa komputer sangat intensif dipergunakan untuk kepentingan ini. Baiklah barangkali harus dikatakan bahwa komputer yang dipergunakan seperti itu memang

¹ Dimuat di Jurnal Bahasa dan Pariwisata edisi I tahun 1999, Penerbit STBA Yapari-ABA Bandung.

menjalankan perannya dalam proses komunikasi, akan tetapi harus digarisbawahi bahwa penggunaan yang demikian tentu hanyalah mengandung nilai komunikasi yang sangat kecil. Sesuatu yang dikerjakan (baca: diketik) pada komputer memang pada akhirnya akan harus dikomunikasikan pada orang lain. Namun demikian bila komunikasi kita mengerti sebagai suatu proses yang di dalamnya terkandung dinamika penyampaian dan penerimaan pesan, maka sudah barang tentu komputer yang diklaim sebagai alat komunikasi harus digunakan lebih dari hanya sekedar pengganti mesin tik !

Hampir sejajar dengan evolusi perkembangan komputer personal, suatu jaringan global yang memberikan tempat yang sebenarnya kepada komputer sebagai alat komunikasi adalah internet. Jaringan global yang terpicu eskalasi dan ekspansinya pada era perang dingin antara NATO dan Pakta Warsawa ini kini bahkan menjadi tidak terpisahkan dengan komputer. Apa yang dicapai kini adalah bahwa jarak sudah relatif tidak menjadi masalah lagi. Apa yang bisa dikatakan kalau seseorang di Indonesia bisa mengakses informasi aktual yang sama dengan seseorang di salah satu negara di Eropa, katakanlah, rilis terbaru dari sebuah jurnal ? Atau apa yang penulis ketik di komputer pada waktu yang bersamaan bisa dibaca ribuan kilometer jauhnya oleh seseorang dan membentuk sebuah diskusi yang interaktif ?

Lalu bagaimana peluang komunikasi di *cyberspace* ini untuk pengembangan Bahasa dan Pariwisata ? Internet disebut juga *cyberspace* atau ruang maya.

Cyberspace is the ethereal "place" that we go to when we're online. It is the imaginary space where your electronic mail goes, where users huddle together in chat rooms, and where online gamers meet to play chess or battle monsters in MUDs. The word was coined by William Gibson in his science fiction novel *Neuromancer* (Savetz, 1996).

Tulisan ini bermaksud menjabarkan kemungkinan yang bisa dieksplorasi untuk kepentingan praktis pada kedua bidang tersebut. Dengan menjelaskan keunggulan internet dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, pemaparan contoh-contoh pemanfaatan, beberapa layanan komunikasi melalui internet, fakta yang ada, serta tinjauan potensi pemanfaatannya untuk pengembangan bidang bahasa dan pariwisata, penulis berharap tulisan ini dapat membantu timbulnya apresiasi terhadap media komunikasi yang dapat diramalkan akan memegang peranan yang amat penting bagi manusia di masa mendatang. Selain itu, dengan segala keterbatasannya, tulisan ini dapat pula dipandang sebagai pengantar ke pengertian internet.

Barangkali masih terlalu banyak pengandaian tentang dunia komputer yang tidak terjabarkan di sini. Oleh karena itu penulis mengusahakan semaksimal mungkin untuk menghindari istilah atau konsep yang terlalu teknis.

DARI EVOLUSI KE REVOLUSI

Komunikasi manusia yang konvensional diakui memang setiap saat sangat terancam efektifitas prosesnya oleh berbagai hambatan sosial, budaya, psikologis, dan teknis. Unsur-unsur yang terkait dengannya seperti prasangka, subyektifitas, konteks, dan interpretasi mewarnai penerimaan pesan-pesan komunikasi. Namun demikian apabila dicermati gambaran ini mengandaikan suatu situasi dasar yang memungkinkan semuanya terjadi. Artinya mau tidak mau kita mesti ingat bahwa bahkan agar tercipta suatu kondisi

yang memungkinkan timbulnya hambatan-hambatan tersebut diperlukan infrastruktur yang tidak bisa tidak harus ada. Yang dimaksud dengan infrastruktur di sini adalah segala mekanisme yang memungkinkan manusia untuk berada dalam ruang dan waktu yang memungkinkan baginya untuk menyelenggarakan komunikasi.

Mengapa ruang dan waktu ? Jelas, karena bagaimana bisa dibayangkan dua pihak dapat menyampaikan dan menerima pesan bila mereka tidak berada dalam konteks ruang dan waktu yang memungkinkan untuk itu ?

Baiklah, medium komunikasi dan teknologi yang ada padanya telah sukses dalam mengatasi jarak. Pesawat telpon dapat menjadi contoh yang sederhana untuk itu dan banyak lagi yang bisa disebutkan. Berkaitan dengan ini kita sama mengetahui bahwa meskipun jarak telah berhasil di atasi namun kendalanya adalah lingkup jarak tersebut seringkali terbatas. Memang misalnya dengan pesawat telpon kita bisa berkomunikasi ke mana saja di dunia ini, tapi itu tentu berbanding lurus dengan biaya yang harus kita keluarkan. Semakin jauh, semakin lama berkomunikasi, semakin besar biaya yang harus kita keluarkan. Akibatnya, yang dapat terjadi sebagai hasil dari komunikasi tersebut hanya tinggal menjadi potensi saja. Akhirnya orang tidak menggunakan telekomunikasi dengan semaksimal mungkin karena kendala biaya itu.

Akan halnya yang berkaitan dengan faktor waktu, demikian pula teknologi telah memungkinkan manusia untuk bisa menyampaikan pesan pada orang lain tidak pada saat yang bersamaan. Teknologi menghasilkan alat perekam, misalnya, sehingga meskipun tertunda pesan komunikator bisa sampai kepada komunikan. Sayangnya inipun tidak bebas dari keterbatasan. Faktor waktu di sini mensyaratkan bahwa pihak komunikan mesti hadir pada saat pemerolehan pesan di suatu lokasi yang sudah ditetapkan. Lagipula ini juga mesti berarti bahwa sang penerima pesan (komunikan) adalah pihak tertentu yang memang dikehendaki komunikator untuk menerimanya. Selain itu, masih dari sudut pandang komunikan, masalah ketersediaan (*availability*) menjadi mengemuka di sini. Bila komunikan menghendaki jenis informasi tertentu mau tidak mau ia harus menghadapi kemungkinan kendala acaknya penempatan informasi yang ia cari serta jumlahnya dalam kaitannya dengan informasi spesifik yang dimaksud. Untuk menemukan informasi tersebut jelas diperlukan waktu yang lama.

Atas hambatan dan keterbatasan ruang dan waktu tersebut, internet hadir sebagai media yang menawarkan alternatif bagi komunikasi. Berhubung media ini mengalami penyempurnaan teknologi dari waktu ke waktu yang sejajar dengan perkembangan dalam risetnya dengan percepatan yang revolusioner, maka dimensinya semakin mengatasi apa yang dimiliki media konvensional yang ada sebelumnya. Dari faktor ruang kiranya sudah jelas, dan ini yang nampaknya mendominasi persepsi kalangan umum, yaitu bahwa dengan internet kita mampu menjalin komunikasi dengan orang yang berdiam ribuan kilometer jauhnya dari kita dan dengan biaya yang relatif murah. Sekali alat dan infrastrukturnya tersedia, yaitu komputer, saluran telpon, dan koneksi ke ISP (*internet service provider*), maka yang berikutnya adalah kita berada di depan suatu gerbang lautan informasi dan berbagai kemungkinan cara untuk melakukan komunikasi. Tambahan lagi, kita bisa melakukan semua itu dari mana saja di sudut dunia ini (tentu sepanjang alat dan infrastrukturnya tersedia).

Hal tersebut menegaskan apa yang pernah dikatakan oleh seorang kritikus budaya dan teorisi komunikasi, Marshall McLuhan, ketika ia mencetuskan istilah *global village*. Anaknyanya sendiri, Eric McLuhan, mengatakan :

Marshall McLuhan came up with the phrase "the global village" as a way to describe the effect of radio in the 1920s in bringing us in faster and more intimate contact with each other than ever before in human experience. Ironically, today one often hears people exclaim that the global village is now "on the point of finally being achieved," or that it is "clearly getting closer to reality," and so forth. He would have said that such remarks are a reliable indicator that that condition has been displaced by some other and more potent one. The reason: by the time that the average person can see something it has ceased to be environmental and become the content of another environment. Something newer has made it visible even as it has itself taken over general control (McLuhan, 1996)

Dari faktor waktu, internet dapat diakses selama 24 jam, yang berarti kita bisa melakukan komunikasi melalui media ini kapan saja. Apalagi dengan adanya fasilitas pencari (*search engine*), informasi yang ingin kita peroleh dapat lebih mudah dan cepat didapat, meskipun harus ditambahkan bahwa tidak semua yang kita inginkan bisa kita peroleh dari media ini dan bahwa walaupun ada mungkin kita mesti menyeleksi sesuai dengan kepentingan kita karena tidak jarang informasi yang kita cari itu muncul dalam jumlah yang sangat banyak dan bervariasi. Kemampuan yang dimiliki internet juga memungkinkan kita untuk menjalin komunikasi secara *private* dengan seseorang / pihak tertentu dan dengan banyak orang sekaligus, baik satu arah maupun dua arah.

Pertanyaannya : bagaimana mungkin semua itu terjadi ? Dua frase kunci untuk ini adalah *24-hours online* dan interkoneksi global. Internet sebenarnya dibangun atas jaringan komputer-komputer yang terus-menerus dinyalakan baik pada pusat, tulang punggung, dan titik-titik simpul jaringannya. Komputer-komputer tersebut menjalankan berbagai macam peran untuk membentuk dan mendukung keberlangsungan interkoneksi global. Ada yang berperan antara lain sebagai *router* atau penerus rute informasi, penghubung ke satelit, ada pula yang menyimpan informasi-informasi yang dipasang oleh pihak-pihak yang berkepentingan untuk mempublikasikannya dalam bentuk antara lain *website* atau *homepage*.

Dalam konteks ini keberlangsungan lalu lintas informasi di internet ternyata telah membentuk semacam budaya (*cyberculture*); budaya yang antara lain memberikan nilai tertentu pada seseorang/lembaga tertentu bila menyajikan informasi mengenai keberadaan dan kiprahnya pada jaringan global ini. Oleh karena itu tidaklah mengherankan bila banyak lembaga pemerintah, universitas, perusahaan, media massa, atau lembaga-lembaga swasta lainnya, bahkan perorangan, yang bisa kita jumpai *website* atau *homepage*-nya pada internet. Tentu saja tidak semua informasi yang berkenaan dengannya dapat kita peroleh, tetapi dengan adanya *website* / *homepage* berarti sebuah lembaga / atau seseorang berarti telah menegaskan keberadaannya dalam komunitas dunia, dan karena pada saat yang bersamaan juga komunikasi dimungkinkan, maka hanya imajinasi saja yang bisa membatasi kemungkinan apa yang bisa timbul dengannya.

Sebagai ilustrasi, dengan modal 10 juta rupiah, Hardi Tanuwijaya, seorang pengusaha dari Medan, membuka kios serba ada di Internet (Tempo, Agustus 1999). Di *website*-nya ia memajang berbagai produk, mulai dari sirup markisa, lukisan, perangkong, sepatu kulit, hingga barang antik. Tentu saja yang dipajang di sini adalah gambar dari produk-produk yang ia tawarkan beserta informasi yang menyertainya. Kini pengusaha yang *website*-nya beralamat www.indomall.com itu mampu mencapai omset 100 juta per bulan. Transaksi dilakukan dengan menggunakan kartu kredit dan pengiriman barang dilakukan dengan sistem paket. Hal yang sama juga dapat ditemui pada seorang pengusaha dari Jepara dan Yogyakarta yang kebanjiran order dari luar negeri karena

memajang produknya di internet. Yang lainnya lagi misalnya, kerja sama antar lembaga, penawaran beasiswa, kursus secara tertulis, forum diskusi, bahkan mencari jodoh dimungkinkan dengan menggunakan internet.

Komunikasi yang tadinya berperan sebagai pemicu interaksi antarmanusia kini mendapatkan konteks baru. Sebelumnya barangkali diperlukan proses yang panjang, mahal, tidak efisien, dan lingkup kedekatan sosial agar potensi yang terdapat dalam hubungan antarmanusia dapat menjadi kenyataan. Dalam pengertiannya yang luas bisa dikatakan bahwa segalanya berjalan lambat atau evolusioner. Berkat internet proses-proses sosial dapat terbantu menjadi berjalan lebih cepat atau revolusioner. Dalam kaitan ini Scott Thompson, seorang *associate professor* bidang politik internasional di Fletcher School of Law and Diplomacy Universitas Tufts mengatakan bahwa gerakan reformasi di Indonesia adalah sebuah 'revolusi' pertama yang sangat intensif menggunakan internet. Sebelumnya, gerakan mahasiswa di Cina bahkan belum memanfaatkan media ini secara optimal. Harian The Straits Times menulis :

New technologies have changed the ways the world learns about a fast-changing political crisis. As the Chinese quashed a democracy movement in Beijing's Tiananmen Square in 1989, the dissidents communicated with the outside world by fax, and TV networks used satellites to send out chilling footage. Thanks to the Internet, Mr Thompson said, Indonesian activists circumvented press censorship (The Straits Times, 1998)

LAYANAN KOMUNIKASI MENGGUNAKAN INTERNET

Untuk sekedar memperkenalkan, fasilitas-fasilitas yang dapat kita peroleh menggunakan internet antara lain :

a. E-mail (electronic mail)

Barangkali ini adalah salah satu kemudahan komunikasi yang paling populer dari internet. Kita tinggal menuliskan pesan yang ingin kita sampaikan pada orang lain dengan cara mengetikkannya pada program komputer yang dikhususkan untuk keperluan ini (*email clients*). Mereka yang berkirim email melalui internet harus memiliki alamat email dan ditujukan ke seseorang dengan alamat tertentu pula. Setiap alamat email adalah unik (tidak mungkin ada yang sama di seluruh dunia) dan bersifat *case sensitive* (penulisannya harus setepat-tepatnya).

Seseorang yang ingin memperoleh alamat email harus memiliki *account* di perusahaan penyedia jasa layanan internet (ISP), namun dapat pula memperolehnya secara gratis (apa yang disebut dengan *web-based email*, seperti di Hotmail, Yahoo, Mailcity, dan sebagainya). Bentuk dasar dari komunikasi ini adalah *point-to-point(s)*, artinya mengirimkan sebuah email dari satu alamat ke alamat lain atau beberapa alamat sekaligus. Namun demikian dikembangkan sebuah bentuk lain dari komunikasi dengan menggunakan email, yaitu apa yang disebut dengan *discussion list*.

Melalui sebuah *discussion list*, orang-orang yang tergabung di dalamnya akan mengirimkan email kepada kelompok, bukan kepada perorangan. Seseorang yang akan memberi tanggapan kepada email tersebut akan membalas dengan mengalamatkan email-nya ke alamat yang sama, dan email itu akan diterima oleh seluruh anggota kelompok *discussion list* tersebut. Oleh karena itu maka ini merupakan sebuah diskusi dari orang-

orang tertentu yang tergabung dalam lingkup yang terbatas. Biasanya sebuah *discussion list* mengambil tema diskusi tertentu. Di dalamnya hanya diperkenankan untuk berbicara atau membahas topik itu saja. Kini di internet sudah ada ribuan *discussion list* dengan bermacam-macam topik diskusi. Banyak yang terbuka untuk dimasuki siapa saja, namun ada pula yang keanggotaannya terbatas untuk kalangan tertentu.

b. WWW (World Wide Web)

WWW, atau sering disingkat sebagai "Web" saja adalah serangkaian halaman-halaman informasi yang isinya berupa jalinan antara tulisan, suara, gambar, bahkan gambar bergerak yang dihubungkan satu sama lain menggunakan *hypertext*. *Hypertext* dapat dijelaskan dengan ilustrasi sebagai berikut. Ketika kita membaca sebuah teks ada satu atau beberapa kata yang ditampilkan dengan warna tertentu atau dipertebal. Biasanya kata itu adalah istilah yang memerlukan penjelasan tersendiri di halaman lain. Bila kita ingin mengetahui keterangan tentang kata itu maka kita dapat mengarahkan kursor *mouse* ke kata tersebut dan mengkliknya. Segera setelah itu halaman akan beralih ke halaman baru yang berisi keterangan yang dimaksud. Lebih jauh lagi *hypertext* digunakan tidak hanya untuk menghubungkan kata-kata dengan kata-kata lainnya, tapi juga gambar, suara, musik, sebuah *file*, atau sebuah lokasi internet tertentu.

Sama dengan e-mail, demikian pula web memiliki alamat tertentu yang unik. Secara formal, pengaturan alamatnya dilakukan melalui sistem registrasi tertentu sehingga tidak ada dua alamat yang sama. Sebuah web sering pula disebut *website*, yang konotasinya adalah sebuah *web* milik sebuah lembaga atau organisasi tertentu. Ada pula yang disebut *homepage* yang lebih menunjuk sebuah web yang dimiliki perorangan.

Untuk menemukan sebuah web, biasanya kita tinggal memasukkan alamatnya ke dalam program komputer yang diperuntukkan untuk keperluan ini (yang disebut *browser*). Di seluruh dunia kini terdapat jutaan halaman *web* dan selalu bertambah setiap harinya. Tentu kita tidak bisa menghapuskan semua alamatnya. Untuk itu kita dapat mencarinya menggunakan kata kunci yang asosiatif dengan isi dari suatu *web* yang kita cari. Pencarian ini dilakukan dengan fasilitas yang disebut *search engine*. Yang dilakukan adalah memasukkan kata-kata kunci tersebut ke dalam *search engine* tertentu kemudian kita tekan tombol enter. Sejenak kemudian di layar komputer akan tersaji sederetan alternatif alamat yang di dalamnya mengandung kata-kata kunci yang telah kita masukkan sebelumnya.

Karena terdapat jutaan *web* di seluruh dunia dengan isi yang beragam maka besar sekali kemungkinan kita akan menghadapi ratusan bahkan ribuan alamat yang menawarkan isi yang kita cari. Oleh karena itu cara yang jitu tentu adalah dengan menghapuskan alamat lokasi yang ingin kita tuju atau barangkali dengan menuliskan kata-kata kunci yang spesifik dan mendetil. Dalam hal ini setiap *search engine* juga menawarkan *syntax* penulisan kata kunci sehingga memperbesar kemungkinan ditemukannya informasi yang dikehendaki. Berkat *search engine*, terbuka kemungkinan bagi kita untuk mencari informasi apa saja, karena yang kita perlukan hanyalah kata kunci yang ada di benak kita.

c. On-line Chat

Yang dimaksud dengan *on-line chat* adalah seperti manakala seseorang mengetikkan sesuatu di komputer dan seseorang lainnya memberikan tanggapan pada saat itu juga. Jadi, ini adalah sebuah percakapan dalam bentuk tulisan. Bentuknya dapat terjadi tidak saja antara dua orang, tapi juga dengan beberapa orang sekaligus yang barangkali dalam wilayah geografis yang berbeda. Sama dengan akses untuk layanan email dan web, *on-line chat* juga menggunakan pulsa lokal. Ini disebabkan untuk mendapatkan akses ke internet kita harus memiliki *account* ke ISP terdekat yang ada di kota tempat kita berada.

Dua program komputer yang paling populer untuk kepentingan ini adalah mIRC dan ICQ. Sama halnya dengan *discussion list*, terdapat *channel-channel* dengan topik diskusi yang berbeda-beda.

Layanan-layanan yang telah dijelaskan di atas hanyalah tiga dari banyak lagi yang dapat dijumpai di internet, seperti *telnet*, *ftp*, *gopher*, *veronica*, *archie*, *on-line radio*, *on-line shopping*, dan lain-lain. Pembahasan terhadap semua itu kiranya di luar kapasitas tulisan ini.

PEMANFAATAN INTERNET UNTUK PENGEMBANGAN BAHASA DAN PARIWISATA

Pada dasarnya pemanfaatan internet untuk pengembangan bahasa dan pariwisata adalah melalui produksi dan distribusi pesan yang berkaitan dengan kedua bidang tersebut serta pembentukan komunitas yang akan memanfaatkan dan mengembangkannya. Dengan kata lain itu berarti memanfaatkan layanan-layanan komunikasi yang ada di internet dengan pesan komunikasi yang spesifik: tentang bahasa dan / atau pariwisata. Dengan menggunakan layanan-layanan komunikasi yang ada kemudian dibuka peluang kepada *audience* yang seluas mungkin sehingga akhirnya tercipta atau dapat diidentifikasi publik yang memang memiliki *concern* pada salah satu atau kedua bidang tersebut. Bila itu terjadi maka pengembangan bahasa dan pariwisata melalui internet dapat mulai direalisasikan.

Barangkali nanti akan ditemukan bahwa kedua bidang tersebut akhirnya menuntut cara-cara interaksi yang khas di internet. Konsekuensinya tentu adalah diciptakannya medium interaksi yang khusus untuk itu. Yang terbayangkan oleh penulis misalnya mungkin saja dibuat suatu *web-based interface* (antar muka berbasis web) yang memungkinkan pengunjung suatu website untuk bisa mempelajari suatu bahasa secara *on-line*, terjemahan, penelusuran obyek/atraksi wisata, dan sebagainya. Hal-hal lainnya bisa muncul kemudian.

Bentuk yang kongkrit misalnya dengan pembuatan *website* yang berkaitan dengan bahasa dan pariwisata. Sudah cukup banyak *website* yang menampilkan informasi tentang bahasa atau pariwisata, tapi sepengetahuan penulis masih jarang (untuk tidak mengatakan tidak ada) ada *website* yang menampilkan informasi dengan fokus kepada dua bidang tersebut secara bersama-sama dan eksplorasi kemungkinan-kemungkinan topik yang bisa diangkat ke permukaan, baik dalam secara akademis maupun praktis. Bila ini diwujudkan maka apa artinya bila itu semua terekspos secara global? Tentu saja akan lebih dari sekedar pengakuan eksistensi secara internasional. Hanya tinggal menunggu

waktu sebelum akhirnya peluang-peluang yang nyata menuntut kita untuk mengambil keputusan.

Bentuk lainnya, dan yang jauh lebih mudah diwujudkan secara teknis, adalah pembuatan forum diskusi melalui email atau apa yang disebut *discussion list* seperti yang telah dijelaskan di atas. Barangkali sekarang ini sudah terdapat ribuan forum diskusi email di seluruh dunia, tapi yang topik pembahasannya bahasa dan pariwisata nampaknya belum ada. Jangankan kedua topik itu secara bersama-sama, sebutlah misalnya forum diskusi email untuk orang Indonesia yang belajar bahasa tertentu, itu pun rasanya belum ada. Padahal untuk menyelenggarakannya boleh dibilang tidak memerlukan biaya lagi, tentu setelah kita bisa menyediakan perangkat komputer dengan fasilitas internet. Ini disebabkan di internet kini terdapat jasa *email delivery* untuk kepentingan *discussion list* yang gratis. Yang diperlukan hanya kesediaan seseorang untuk mengelola, mengatur, dan mengawasi jalannya diskusi dan distribusi email kalau-kalau suatu ketika terjadi gangguan. Contoh untuk ini misalnya seperti yang ditawarkan *website* dengan alamat www.egroups.com atau www.onelist.com

Penulis telah mencoba mencari kemungkinan adanya *discussion list* pada *search engine* kedua alamat yang sangat populer itu dengan kata kunci 'bahasa' dan 'pariwisata'. Hasilnya adalah hanya ada satu *discussion list* untuk komunitas yang berbahasa Indonesia yang membahas bahasa, yaitu sebuah forum untuk para penerjemah yang bernama Bahtera (kependekan dari Bahasa dan Terjemahan Indonesia); sebuah forum yang dimoderatori oleh Bashir Basalamah. Tentang pariwisata, penulis hanya menemukan satu dan itupun untuk komunitas berbahasa Inggris dan dikelola bukan oleh orang Indonesia. Forum itu bernama Bali-L, yang memfokuskan diri pada kepariwisataan di Bali khususnya dan Indonesia pada umumnya. Moderatornya adalah Albert Buys, seorang Amerika yang pernah tinggal di Bandung. Penulis tidak menemukan apapun berkenaan dengan bahasa dan pariwisata sebagai sebuah kajian yang dilakukan bersama-sama. Ini berlaku tidak saja untuk *discussion list*, bahkan pada beberapa *search engine web* penulis tidak menemukan apa-apa yang berkaitan dengan hal tersebut.

Melihat kenyataan ini lembaga yang memfokuskan dirinya pada bidang bahasa asing dan pariwisata seperti STBA kiranya berpeluang mempelopori apa yang kini belum ada di internet. Penulis menduga bahwa komunitas pengguna internet di Indonesia belum banyak yang menjalin kontak dengan mereka yang berbahasa asing. Kalaupun ada itupun dapat diduga bukanlah sebuah hubungan resiprokal yang intensif atau lebih merupakan kontak yang tidak aktif, seperti mengunjungi *website*, berlangganan *newsletter*, atau hanya anggota pasif dari sebuah *discussion list* yang diselenggarakan dalam bahasa asing. Perlu dilakukan penelitian tersendiri mengenai hal ini, namun secara sekilas media komunikasi global ini tentu akan menjadi berkurang nilainya bila yang menggunakannya tidak memiliki kualitas interaksi yang memadai hanya karena bahasa pengantarnya tidak dikuasai dengan baik. Kiranya hal ini dapat menjadi credo bagi STBA (dan lembaga-lembaga lain yang sejenis) untuk berkiprah di *cyberspace*. Bila diwujudkan, bukankah itu dapat merupakan pengamalan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi : Pengabdian Masyarakat ?

PENUTUP

Bahkan ketika setelah dengan begitu jelasnya peluang yang ada di internet dijelaskan, upaya menuju realisasinya masih akan mengalami hambatan-hambatan. Jangankan internet, komputer itu sendiri di banyak kalangan masih merupakan sebuah inovasi yang sosialisasinya kadang terbentur pada mitos-mitos dan pengertian yang keliru. Oleh karena itu setelah masalah pengadaan sarana komputer dan piranti pendukungnya yang memadai terselesaikan, yang di banyak tempat merupakan masalah besar, kiranya diperlukan lebih dari sekedar *management will* untuk membuat segalanya menjadi kenyataan. Perlu adanya upaya aktif dan serius yang mendorong semakin banyaknya manfaat praktis yang dapat diperoleh dari media komunikasi ini. Untuk itu pengenalan terhadap dasar-dasar komputer (dan internet) dapat menjadi permulaan yang baik.

Daftar Pustaka :

How the Internet helped activists. (1998, Mei 25). The Straits Times.

Terdapat di: www.asia1.com.sg/straitstimes/pages/sea15_0525.html

McLuhan, E. (1996). *The source of the term, "Global Village* [On-line].

McLuhan Studies Issue 2.

Terdapat di: www.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies/v1_iss2/1_2art2.htm

Savetz, K. (1996). *Internet Directory: Glossary Entry*. [CD-ROM]. Microsoft Bookshelf.

Wicaksono, W.M., (1999). *Internet Memperkaya Yang Kaya*. Tempo. hal. 58.