



**Pemanfaatan Sistem *Appraisal* sebagai Evaluasi terhadap Geowisata di Gunung Batur Bali dalam *Travel Blog* Prancis**  
*The Application of Appraisal System as Evaluation on Geotourism in Mount Batur Bali in French Travel Blog*

**Nurul Hikmayaty Saefullah<sup>a</sup>, Eva Tuckyta Sari Sujatna<sup>b</sup>,  
Nany Ismail<sup>c</sup>, dan Rohaidah Haron<sup>d</sup>**

<sup>a,b,c</sup>Departemen Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran,  
Jl. Ir. Soekarno Km. 21, Sumedang 45363, Jawa Barat, Indonesia

<sup>d</sup>Jabatan Bahasa Melayu, Pengajian Bahasa Melayu, Universiti Malaya,  
Jl. Profesor Diraja Ungku Aziz, Seksyen 13, Kuala Lumpur 50603, Malaysia  
Pos-el: <sup>a</sup>nurul.h.saefullah@unpad.ac.id; <sup>b</sup>eva.tuckyta@unpad.ac.id; <sup>c</sup>nany.ismail@unpad.ac.id;  
<sup>d</sup>eyda1826@um.edu.my

Naskah Diterima Tanggal 30 Maret 2020—Direvisi Akhir Tanggal 14 Mei 2022—Disetujui Tanggal 12 Desember 2022  
doi: <https://doi.org/10.26499/rnh.v11i2.2325>

**Abstrak**

Di dalam Linguistik Sistemik Fungsional (LSF), evaluasi memiliki istilah *appraisal*, yakni satu pendekatan untuk menyelidiki, mendeskripsikan, dan menjelaskan bagaimana bahasa digunakan untuk mengevaluasi suatu objek yang dibicarakan di dalam konteks (Martin & White, 2005). Tulisan ini bertujuan mengevaluasi objek wisata berupa Taman Bumi Gunung Batur di Bali yang dituliskan oleh seorang wisatawan berkebangsaan Prancis di dalam *travel blog* yang dipublikasikan secara daring, melalui sistem *appraisal*. Tulisannya menggunakan bahasa lisan yang ditandai dengan struktur bahasa Prancis yang tidak baku, penggunaan istilah-istilah komunikasi lisan, dan ikon-ikon yang menggambarkan ekspresi penulis. Metode penelitian yang digunakan secara umum adalah metode analitis dengan proses pengumpulan data melalui metode observasi dan dianalisis dengan metode padan referensial. Temuan dari penelitian ini secara umum dapat dikatakan bahwa wisatawan Prancis mengapresiasi keindahan alam yang ada di lokasi wisata Gunung Batur. Dapat dikatakan bahwa ketiga subsistem dari *attitude* (*affect*, *appreciation*, dan *judgment*) sebagai subsistem dari *appraisal* muncul di dalam data.

**Kata-kata kunci:** evaluasi, geowisata, Gunung Batur, sistem *appraisal*, *travel blog* berbahasa Prancis.

**Abstract**

*In Systemic Functional Linguistics (SFL), the evaluation has the term appraisal, which is an approach to investigate, to describe, and to explain how language is used to evaluate an object being discussed in context (Martin & White, 2005). The purpose in this paper is to evaluate tourism object, Mount Batur Geopark in Bali, written by a French tourist in a travel blog that is published online, using the appraisal system. The writing in the travel blog uses spoken language that is characterized by a non-standard French structure, use of verbal communication terms, and icons that describe the expression of the author. The research method used in this library research in general is an analytical method with the process of collecting data through the observation method and analyzed by the referential equivalent method. The findings of this study in general can be said that the French tourist appreciate the natural beauty that exists in the tourist sites of Mount Batur. It can be said that the three subsystems of attitude (affect, appreciation, and judgment) as subsystems of the appraisal appear in the data.*

**Keywords:** evaluation, geotourism, Mount Batur, appraisal system, travel blog in French.

**How to Cite:** Saefullah, Nurul Hikmayaty, dkk. (2022). Pemanfaatan Sistem Appraisal sebagai Evaluasi terhadap Geowisata di Gunung Batur Bali dalam Travel Blog Prancis. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 11(2), 273—287. doi: <https://doi.org/10.26499/rnh.v11i2.2325>

## PENDAHULUAN

Bali merupakan destinasi wisata yang terkenal dengan keindahannya dan keramahtamahan penduduknya. Baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara mengenal Bali sebagai Pulau Dewata atau *tropical paradise* (Boniface & Cooper, 2005) yang menawarkan berbagai objek wisata alam dan budaya yang beragam. Salah satu contoh destinasi alam yang terkenal adalah geowisata yang berlokasi di Gunung Batur. Geowisata adalah salah satu jenis pariwisata yang menjadikan bumi sebagai objeknya (Newsome & Dowling dalam Dowling & Newsome, 2006). Geowisata utama yang menarik bagi wisatawan di Gunung Batur dikenal dengan sebutan *sunrise trekking* (Erfurt-Cooper dalam Erfurt-Cooper, 2014) atau pendakian yang dilakukan di pagi buta dengan tujuan menyaksikan terbitnya matahari di puncak Gunung Batur.

Keterkaitan antara geowisata di Gunung Batur, Bali dengan kajian linguistik tampak ketika wisatawan menceritakan pengalamannya di destinasi wisata tersebut. Tulisan ini secara khusus membahas catatan perjalanan wisatawan (travel blog) Prancis yang ternyata mengandung banyak penilaian terhadap objek wisata Gunung Batur yang dikunjunginya serta pihak-pihak yang terlibat dalam pariwisata. Travel blog merupakan mekanisme pertukaran informasi antara wisatawan dan calon wisatawan, terkait destinasi wisata dan bisnis yang terlibat di dalamnya (Wenger, 2008). Travel blog dapat dikategorikan sebagai media sosial yang mengandung ulasan dan opini yang disampaikan oleh pengguna lain (dalam hal ini *blogger*) (Xiang & Gretzel, 2010; Pencarelli, 2019). Travel blog, sebagai narasi, menyediakan artefak tekstual mengenai identitas konsumen sehingga didapat pemahaman mendalam mengenai pengalaman dan perilaku wisatawan (McCabe & Foster, 2006; Bosangit, McCabe, & Hibbert, 2009). Tulisan yang ditulis oleh *blogger*, atau dalam hal ini wisatawan, merupakan tulisan yang otentik, tidak terkontaminasi hal-hal eksternal karena benar-benar berupa pengalaman, perasaan, dan reaksi wisatawan itu sendiri (Nardi, dkk., 2004; Pan, MacLaurin, & Crofts, 2007; Volo, 2010; Chandralal, Rindfleish, & Valenzuela, 2015).

Penelitian bahasa pada umumnya membahas unsur-unsur linguistik dalam kerangka linguistik formal. Linguistik Sistemik Fungsional (LSF) membuka peluang terciptanya model penelitian bahasa yang baru. Bahasa sebagai subjek evaluasi yang dikenal dengan terminologi *appraisal* merupakan suatu sistem untuk menilai suatu objek melalui penggunaan bahasa secara lisan atau tulisan, secara eksplisit, dan secara interpersonal. Berbagai penelitian mengenai *appraisal* telah banyak dilakukan. Dalam kaitannya dengan sistem *appraisal*, terdapat sedikitnya empat penelitian yang membuka wawasan penulis untuk mengangkat hal tersebut.

Penelitian mengenai sistem *appraisal* di dalam blog dilakukan oleh Bloom (2011) dalam disertasinya. Bloom menggunakan data berupa blog dari para partisipan kompetisi penulisan blog pada tahun 2010. Di dalam penelitiannya, Bloom membahas konsep dari ekspresi dalam sistem *appraisal* dengan memperhatikan leksikon-leksikon yang menunjukkan sikap tertentu, mengidentifikasi pola-pola klausa, dan memilih ekspresi dari grup *attitude* tertentu. Ada kedekatan antara penelitian Bloom dengan penelitian yang penulis lakukan, yakni melihat leksikon-leksikon yang digunakan dan mengaitkannya dengan subsistem *attitude* dari sistem *appraisal*, yakni, *affect*, *judgment*, dan *appreciation*.

Di dalam tulisan ini, leksikon-leksikon yang menyusun ekspresi *attitude* diidentifikasi melalui polaritas yang digunakan. Hal tersebut dibahas oleh Hadidi & Mohammadbagheri-Parvin (2015) yang mengangkat sistem *appraisal* dan *attitude* di dalam penelitiannya. Perbedaannya dengan penelitian yang penulis angkat dalam tulisan ini adalah, bahwa tulisan terdahulu mengambil data berupa novel dan melihat bagaimana diskursus setiap tokoh dalam novelnya mengemukakan ekspresi *attitude*. Penelitian tersebut hampir serupa dengan tulisan

Dezheng (2012) di dalam tesis doktoralnya yang mengangkat film sebagai data, yakni melihat konstruksi multimodal dan pola-pola diskursus dari tokoh-tokoh di dalam film.

Tulisan lain yang menginspirasi penulis untuk membahas sistem *appraisal* adalah penelitian Sukma (2018) yang mengangkat wacana politik dan mengaitkannya dengan sistem *appraisal*. Sukma melihat slogan kampanye politik calon kepala daerah di dalam kain rentang dengan tujuan mengkaji subsistem *attitude* sebagai sumber penilaian terhadap perilaku manusia. Temuannya menunjukkan bahwa para calon kepala daerah cenderung menilai kualitas dirinya sendiri.

Teori mengenai *appraisal* kebanyakan diterapkan pada data berbahasa Inggris, sedangkan penelitian ini menggunakan data berupa travel blog berbahasa Prancis yang ditulis oleh wisatawan Prancis. Sebuah penelitian dari Banks (2017) menunjukkan bahwa teori *appraisal* dapat digunakan untuk menganalisis data berbahasa Prancis. Di dalam penelitiannya, Banks menyebutkan bahwa metafungsi interpersonal dapat diperluas untuk memunculkan cara sehingga jejak-jejak pembicara, perasaannya, dan sikapnya dapat dilihat hadir di dalam teks. Dalam bahasan yang khusus mengenai *attitude*, Banks mengambil data berupa potongan-potongan artikel berita dari berbagai majalah berbahasa Prancis. Simpulannya adalah bahwa sistem *appraisal* berkaitan dengan subjektivitas pembicara dan *attitude* berkaitan dengan perasaan pembicara.

Dari penelitian terdahulu yang dikaji, belum ditemukan bahasan mengenai *appraisal* dengan data berupa travel blog, lebih khusus lagi travel blog yang berbahasa Prancis. Hal ini menjadi landasan bagi penulis untuk meneliti lebih dalam sistem *appraisal* di dalam travel blog berbahasa Prancis sehingga didapatkan kebaruan dari penelitian ini, terutama berkaitan dengan penggunaan leksikon dan ekspresi yang dikemukakan oleh wisatawan, dan lebih jauh menjadikan sistem *appraisal* sebagai evaluasi terhadap kondisi objek wisata dan pelayanan para pelaku pariwisata sehingga dapat dijadikan saran perbaikan bagi pengelolaan destinasi wisata.

## LANDASAN TEORI

Di dalam Linguistik Sistemik Fungsional (LSF), teks dipahami sebagai bahasa yang berfungsi dalam konteks. Halliday & Matthiessen (2014) menyatakan bahwa teks merupakan proses pembentukan makna dalam konteks. Pemaknaan adalah hal terpenting di dalam penelitian bahasa dari sudut pandang LSF. Menurut Caffarel (2006), pemilihan teori LSF sebagai kerangka dalam analisis gramatika bahasa Prancis dimotivasi oleh orientasi kuat terhadap makna dalam model sistemik. Selain itu, fokus kajian SFL terletak pada kesesuaian suatu bentuk untuk tujuan komunikatif tertentu dalam konteks tertentu (Istiningdias, dkk., 2021).

Sebagai sistem makna, bahasa mengandung organisasi metafungsi yang berkontribusi terhadap pemaknaan klausa, yakni: (i) Metafungsi interpersonal yang menyediakan sumber daya untuk membuat (membangun dan memelihara) hubungan sosial; (ii) Metafungsi ideasional yang menyediakan sumber daya semantik untuk menafsirkan pengalaman kita tentang dunia di sekitar kita dan di dalam diri kita sebagai makna; dan (iii) Metafungsi tekstual yang merupakan fungsi ‘pengaktifan’ atau ‘relevansi’. Metafungsi ini menyediakan sumber daya untuk membangun ‘teks’, untuk menyajikan makna ideasional dan interpersonal sebagai informasi yang disusun menjadi teks dalam konteks (Caffarel, 2006; Halliday & Matthiessen, 2014).

Tulisan ini secara khusus membahas metafungsi interpersonal. Hal ini berkaitan dengan negosiasi hubungan sosial: bagaimana orang berinteraksi, termasuk perasaan yang mereka coba bagikan (Martin & White, 2005). Caffarel (2006) menyebut metafungsi interpersonal sebagai *the grammar of negotiation* ‘gramatika negosiasi’. Sistem semantik interpersonal berkaitan dengan sumber-sumber daya untuk melakukan penilaian, untuk mengevaluasi makna melalui

*appreciation, judgment, affect* atau *graduation*. Hal ini disebut dengan *appraisal* (Matthiessen, dkk., 2010). Martin & Rose (2007) menyebutkan bahwa “*Appraisal* berkaitan dengan evaluasi - jenis sikap (*attitude*) yang dinegosiasikan dalam sebuah teks, kekuatan perasaan yang terlibat, dan cara-cara yang menghasilkan nilai dari keselarasan antara sumber dan pembaca.” Menurut Martin & White (2005), teori *appraisal* dibagi ke dalam tiga bidang, yakni *attitude, engagement, dan graduation*. “*Attitude* berkaitan dengan perasaan kita, termasuk reaksi emosional, penilaian perilaku, dan evaluasi sesuatu. *Engagement* berkaitan dengan sumber sikap dan suara di sekitar opini dalam wacana. *Graduation* membahas fenomena penilaian yang menjelaskan bahwa suatu perasaan diperkuat atau menjadi kabur”.

Selain itu, Martin & Rose (2007) menegaskan bahwa *appraisal* digunakan untuk menegosiasikan bagaimana sikap (*attitude*) kita. *Attitude* sendiri berkaitan dengan bagaimana cara mengevaluasi tiga hal utama: (i) *the value of things* ‘nilai suatu objek’, (ii) *people’s character* ‘karakter manusia’, dan (iii) *people’s feeling* ‘perasaan manusia’. Tipe-tipe evaluasi tersebut disebut *affect* untuk mengekspresikan perasaan, *judgment* untuk menilai karakter, dan *appreciation* untuk menilai suatu objek (Martin & Rose, 2007).

Dalam mengekspresikan perasaan, *affect* ditunjukkan dengan penilaian positif atau negatif sesuai dengan perasaan kita, atau langsung atau tidak langsung sesuai dengan cara pengungkapannya. Ketika menilai karakter seseorang, *judgment* dapat ditunjukkan dengan penilaian positif atau negatif, eksplisit atau implisit, personal atau moral. Sama halnya dengan *affect* dan *judgment, appreciation* dapat dinilai secara positif atau negatif (Martin & Rose, 2007). Pada bagian pembahasan, *appraisal* dengan subsistem *attitude* ini dianalisis secara mendalam dalam data berupa travel blog geowisata berbahasa Prancis.

Azariah (2017) mengatakan bahwa *travel blog* merupakan bentuk komunikasi terkait perjalanan yang relatif baru meskipun selama berabad-abad, perjalanan wisata telah menghasilkan teks, baik fiksi maupun promosi, mulai dari buku-buku pariwisata, buku harian, dan fotografi yang menceritakan pengalaman liburan pribadi atau mencatat perjalanan eksplorasi untuk dicantumkan di dalam brosur, buku panduan wisata, kartu pos, dan poster yang merupakan bagian integral dari pariwisata komersial. Baru-baru ini, berbagai *platform* media sosial telah mempermudah orang-orang yang melakukan perjalanan wisata untuk menerbitkan dan memublikasikan narasi pribadi dari pengalaman perjalanan mereka, di antaranya melalui blog. Blog telah terbukti sangat populer. Berbagai *platform blogging* telah memungkinkan individu untuk menangkap pengalaman perjalanan mereka dalam kata-kata dan gambar dan membagikannya dengan audiens daring yang banyak dan beragam. Narasi daring ini menggabungkan berbagai teknik naratif dan wacana.

Blog bekerja dengan cara yang berbeda dari komunikasi daring pada umumnya. Bolander (2013) menyatakan bahwa komunikasi melalui blog dapat berlangsung secara asinkronik, *blogger* dan pembaca tidak harus daring dalam waktu yang bersamaan untuk mengirimkan dan menerima pesan. Selain itu, blog memiliki karakteristik sebagai transmisi pesan satu arah. Di dalam blog, selain teks, foto juga merupakan hal yang penting.

*Travel blog* yang dijadikan data membahas geowisata Gunung Batur, Bali, Indonesia. Geowisata adalah pariwisata yang menopang, atau bahkan meningkatkan, karakter geografis suatu tempat, seperti budaya, lingkungan, warisan, dan kesejahteraan penghuninya (Farsani, dkk., 2012). Geowisata dalam pembicaraan, dikhususkan pada *geopark* (taman bumi) yang berada di wilayah Indonesia bagian tengah, tepatnya di Pulau Bali. Chen, Lu, & Ng (2015) menjabarkan definisi taman bumi menurut *The Notification to Nominate National Geoparks* dengan sangat luas dan dalam sebagai ‘taman berbasis sains dengan nilai-nilai ilmiah khusus, atribut alam yang langka, nilai estetika yang luar biasa dan *geolandscape* tematik dengan ukuran dan rentang distribusi yang tepat; dengan nilai-nilai ekologis, historis, dan budaya yang mengintegrasikan lanskap alam dan budayanya; dengan tujuan untuk melestarikan *geosite* dan

mendukung pembangunan berkelanjutan sehubungan dengan ekonomi, budaya, dan lingkungan setempat; dan menyediakan layanan publik dengan mempromosikan apresiasi yang sangat ilmiah melalui wisata keliling, rekreasi liburan, promosi dan pemulihan kesehatan, promosi sains dan pendidikan, dan kegiatan rekreasi budaya lainnya. Pada saat yang sama, taman bumi adalah area penting dari lingkungan yang ramah lingkungan, dan merupakan pangkalan bagi penelitian dan promosi geosains’.

Pada umumnya, pariwisata memiliki prinsip-prinsip yang harus dipegang teguh oleh pengelola objek wisata. Prinsip-prinsip tersebut disusun oleh *International Cultural Tourism Charter (ICOMOS)* (ICOMOS International Cultural Tourism Committee, 2002) pada tahun 1999 dalam bentuk piagam. Butir-butir yang dijadikan prinsip adalah sebagai berikut: (1) *Encourage Public Awareness of Heritage* ‘Mendorong Kesadaran Publik akan Warisan’; (2) *Manage the Dynamic Relationship* ‘Mengelola Hubungan Dinamis’; (3) *Ensure a Worthwhile Visitor Experience* ‘Memastikan Pengalaman Pengunjung yang Bermanfaat’; (4) *Involve Host and Indigenous Communities* ‘Melibatkan Tuan Rumah dan Komunitas Adat’; (5) *Provide Benefit for the Local Community* ‘Memberikan Manfaat untuk Masyarakat Lokal’; dan (6) *Responsible Promotion Programmes* ‘Program Promosi yang Bertanggung Jawab’. National Geographic (2009) seperti dikutip (Farsani, dkk., 2012) mencatat bahwa geowisata menambahkan prinsip-prinsip keberlanjutan, “*sense of place*”-nya, untuk menekankan kekhasan lokal dan menguntungkan pengunjung dan penduduk. Berkaitan dengan taman bumi, disebutkan kriteria untuk pengembangan taman bumi menurut rekomendasi *European Geoparks Network (EGN)* dan UNESCO (Farsani, dkk., 2012), yakni: (i) *Size and setting* ‘Ukuran dan pengaturan’; (ii) *Management and local involvement* ‘manajemen dan keterlibatan komunitas lokal’; (iii) *Economic development* ‘Pembangunan ekonomi’; (iv) *Education* ‘pendidikan’; (v) *Protection and conservation* ‘Perlindungan dan konservasi’; dan (vi) *Global Network* ‘Jaringan global’.

Landasan teori yang telah dikemukakan di atas digunakan untuk menjawab permasalahan yang dibahas dalam tulisan ini: bagaimanakah sistem *appraisal* digunakan untuk mengevaluasi geowisata di Taman Bumi Gunung Batur, Bali dalam *travel blog* berbahasa Prancis?

## METODE PENELITIAN

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, diperlukan metode dan metodologi yang tepat. Pertama-tama yaitu dengan menentukan macam dan sifat penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian analitis (*analytical research*). Menurut Kothari (2004), untuk sifat penelitian semacam ini, peneliti harus menggunakan fakta-fakta atau informasi yang sudah tersedia dan menganalisisnya untuk membuat evaluasi kritis dari materinya. Penelitian analitis ini termasuk ke dalam macam penelitian aplikatif (*applied research*) sebab bertujuan untuk menemukan solusi dari permasalahan yang ada di masyarakat, dalam hal ini *attitude* yang digunakan *travel blogger* melalui informasi di dalam *travel blog* untuk mengevaluasi geowisata di Gunung Batur Bali. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan alasan bahwa penelitian ini berkaitan dengan fenomena kebahasaan dalam *travel blog* secara kualitatif, artinya bahwa fenomena kebahasaan yang diteliti berkaitan dengan tingkah laku masyarakat dan keadaan alam yang digambarkan di dalam data. Dengan kata lain, dapat dikatakan pula bahwa penelitian ini adalah *empirical research* sebab berkaitan dengan pengalaman dan observasi *travel blogger* di dalam blog yang dipublikasikannya.

Seperti telah dikatakan sebelumnya, sumber data dalam penelitian ini adalah *travel blog* atau catatan perjalanan yang dilakukan oleh *travel blogger* yang bernama Merabet (2016), yang berkebangsaan Prancis. Tulisannya ini dipublikasikan melalui laman <https://lesacados.com/-ascension-mont-batur-bali> dengan judul “*Mont Batur retour d’expérience de l’ascension et conseils*” pada tahun 2016. *Travel blog* ini dipilih karena di dalamnya terdapat 15 komentar

dari pembaca, empat di antaranya berisi ketertarikan untuk pergi ke Gunung Batur, enam komentar berbagi pengalaman saat mereka melakukan pendakian ke Gunung Batur, dan lima komentar lainnya berupa jawaban atas pertanyaan-pertanyaan umum yang berkaitan dengan perjalanan ke Gunung Batur dan Bali. Dari komentar-komentar tersebut, dapat dikatakan bahwa penilaian yang dilakukan *blogger* tersebut memiliki dampak terhadap pariwisata di Gunung Batur dan menarik calon wisatawan untuk melakukan hal yang sama dengan *blogger* tersebut. Dari sumber data tersebut, didapatkan frasa dan klausa yang mengandung sistem *appraisal* atau penilaian yang bersifat evaluatif dalam subsistem *attitude* sebanyak tujuh belas data.

Teknik penyediaan data dilakukan dengan metode observasi yang merupakan *unstructured observation* sebab penelitiannya bersifat analitis. Metode observasi yang dilakukan bersifat *non-participant observation*. Menurut Kothari (2004), observasi non-partisipan ini dilakukan ketika peneliti tidak terlibat langsung dalam penyediaan data dan murni hanya sebagai pengamat. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati data sebagai informasi apa adanya.

Dalam melakukan analisis, penulis menggunakan metode padan referensial dan metode agih. Metode padan referensial digunakan sebab alat penentu analisis berada di luar, terlepas, dan bukan bagian dari bahasa (Sudaryanto, 2015). Metode padan ini dilakukan dengan teknik dasar berupa teknik pilah unsur penentu (PUP) dengan daya pilah sebagai pembeda referen dan daya pilah sebagai pembeda sifat dan watak aneka *langue*. Penulis menuliskan data dalam kartu-kartu klasifikasi berdasarkan jenis-jenis *attitude*, yakni *affect*, *judgment*, dan *appreciation* berdasarkan teori dari Martin & White (2005). Lalu teknik ini dilanjutkan dengan teknik lanjutan berupa teknik hubung banding membedakan (HBB) dan teknik hubung banding menyamakan hal pokok (HBSP). Dengan teknik ini, penulis melakukan analisis berupa evaluasi terhadap geowisata di Taman Bumi Gunung Batur Bali melalui hasil analisis data dengan menggunakan sistem *appraisal*. Setelah analisis, penyajian hasil analisis data dilakukan dengan menggunakan metode informal (Sudaryanto, 2015).

## PEMBAHASAN

Pada bagian ini, analisis dimulai dengan tahap-tahap sebagai berikut: (1) analisis sistem *appraisal* dengan subsistem *attitude*. Tahap ini dibagi menjadi tiga analisis, yaitu (a) analisis *affect*, (b) analisis *judgment*, dan (c) analisis *appreciation*; dan (2) analisis prinsip-prinsip geowisata. Berikut adalah paparan data secara mendalam. Dalam menganalisis makna, kamus yang digunakan adalah *Le Petit Robert de la langue française* (Rey-Debove & Rey, 2004).

### Analisis Sistem Appraisal dengan Subsistem Attitude

Pada tahap pertama, analisis lebih ditekankan pada unsur linguistik di dalam data. Data menunjukkan bahwa terdapat tujuh belas unsur *attitude*, terdiri atas tiga *affect*, empat *judgment*, dan sepuluh *appreciation*.

#### Analisis Subsistem Affect

*Affect* berkaitan dengan pengungkapan perasaan secara positif dan negatif. Dalam data, perasaan yang dimaksud dituliskan oleh *travel blogger* sebagai ungkapan rasa khawatir dan rasa puas ketika melakukan perjalanan ke Gunung Batur Bali. Ungkapan rasa puas, seperti dapat dilihat pada data (1a) dan (2a), memuat *affect* positif, sedangkan rasa khawatir yang dituliskan oleh *blogger* di dalam ceritanya memuat *affect* negatif (data (3a)). Ketiga data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.

*Affect* dalam Travel Blog Geowisata berbahasa Prancis di Gunung Batur Bali

Penanda Appraisal	Data	Keterangan
Affect positif	(1a) <i>J'ai admiré la vue panoramique sur le lac Batur et Gurung Abung</i> 'Saya <b>mengagumi</b> pemandangan ke Danau Batur dan Gurung Abung'	proses
	(2a) <i>Mais je <b>contemplais</b> tellement les alentours que je ne m'en suis pas rendu compte</i> 'Tetapi saya benar-benar <b>merenungkan</b> sekeliling saya sehingga saya tidak menyadarinya'	proses
Affect negatif	(3a) <i>ça m'a surpris</i> 'hal itu <b>mengejutkan</b> saya'	reaksi terhadap pemicu emosional

Data (1a) mengandung verba *admirer*, yang dikonjugasikan dalam kala lampau (*passé composé*), bermakna “*considérer avec étonnement*” ‘memperhatikan dengan takjub’ atau secara ringkas berarti ‘mengagumi’. Klausa pada data ini menggambarkan kondisi ketika *blogger* sedang berada di puncak Gunung Batur pada saat matahari mulai terbit. Saat itu, langit cerah sehingga ia dapat melihat pemandangan berupa Danau Batur dan Gurung Abung (Gunung Abang – gunung yang berada di tengah Danau Batur). Hal ini menunjukkan bahwa *blogger* memproses keadaan tersebut dengan kegiatan ‘mengagumi’. Menurut Martin & White (2005), kondisi tersebut dapat digolongkan ke dalam ‘proses mental’ yang menunjukkan ‘kepuasan’. Kondisi ini menyebabkan data tersebut tergolong ke dalam *affect* positif

Pada data (2a), *blogger* menggunakan verba *contempler*, yang dikonjugasikan dalam kala lampau (*imparfait*). Verba tersebut bermakna “*considérer attentivement*” ‘memperhatikan dengan cermat’, atau dapat dikatakan ‘merenungkan’. Klausa pada data ini menggambarkan keadaan ketika *blogger* sedang dalam perjalanan turun dari puncak gunung. Perjalanan pulang berbeda dengan perjalanan ketika menuju puncak, jaraknya lebih jauh sehingga waktu tempuhnya lebih lama. Namun demikian, *blogger* tidak merasa demikian karena pemandangan di sekelilingnya dirasakan sangat indah. Sama seperti data (1a), kondisi tersebut dapat digolongkan ke dalam ‘proses mental’ yang menunjukkan ‘kepuasan’.

Data (3a) memunculkan ‘reaksi terhadap pemicu emosional’ dengan penggunaan verba *surprendre* yang dikonjugasikan dalam kala lampau (*passé composé*). Verba ini bermakna “*prendre, saisir à l'improviste*” ‘secara tiba-tiba’. Dengan kata lain dapat juga berarti ‘mengejutkan’. Data (3a) ini menggambarkan keadaan pada saat *blogger* menerima informasi bahwa ada yang disebut dengan “*une espèce de mafia des guides*” atau ‘oknum mafia pemandu wisata’ yang menghalang-halangi wisatawan untuk dapat naik ke puncak Gunung Batur tanpa menggunakan jasa mereka. Informasi tersebut dianggap tidak wajar oleh *blogger* sehingga ia bereaksi secara terkejut. Kondisi ini memunculkan ‘kekhawatiran’ atau *insecurity* dari pihak wisatawan.

Dari hasil analisis ketiga data, *affect* diungkapkan dengan cara positif, dengan memunculkan proses mental yang menunjukkan kepuasan dari *blogger* atas keindahan alam di Gunung Batur, namun juga memunculkan *affect* negatif dengan menunjukkan kekhawatiran terhadap oknum pemandu wisata sebagai reaksi emosional terhadap informasi yang diterima oleh *blogger* mengenai mafia pemandu wisata yang memaksa wisatawan pergi ke Gunung Batur dengan ditemani pemandu wisata.

### Analisis Subsistem Judgment

Subsistem *judgment* di dalam sistem *appraisal* berkaitan dengan sikap kita terhadap orang-orang dan cara mereka bertingkah laku. Di dalam data, *judgment* dilakukan oleh *blogger* sebagai evaluasi terhadap sikap masyarakat di sekitar Taman Bumi Gunung Batur Bali. Penilaian pada keyakinan terhadap suatu kelompok (data (1b)), kepercayaan terhadap orang-orang tertentu (data (2b)), dan penilaian terhadap kemampuan berorganisasi sekelompok orang (data (3b)), memuat *judgment* positif, sedangkan penilaian terhadap kearoganan sekelompok orang (data (4b)) memuat *judgment* negatif. Berikut tabel datanya:

Tabel 2.

*Judgment* dalam Travel Blog Geowisata berbahasa Prancis di Gunung Batur Bali

Penanda Appraisal	Data	Keterangan
<i>Judgment</i> positif	(1b) <i>Elles sont certe très convaincantes, [...]</i> 'Mereka tentu sangat <b>meyakinkan</b> , [...]	kapasitas
	(2b) <i>[...] même si elles sont fiables et bien organisée, [...]</i> '[...] bahkan jika mereka <b>dapat diandalkan</b> dan terorganisasi dengan baik, [...]	kegigihan
	(3b) <i>[...] même si elles sont fiables et bien organisée, [...]</i> '[...] bahkan jika mereka dapat diandalkan dan <b>terorganisasi dengan baik</b> , [...]	kapasitas
<i>Judgment</i> negatif	(4b) <i>[...] il existerait une espèce de mafia des guides qui vous empêche d'accéder au mont sans être accompagné.</i>	etika

*Judgment* yang berkaitan dengan 'kapasitas' terdapat pada data (1b) dan (3b). Pada data (1b) *blogger* menggunakan adjektiva *convaincant(es)* yang bermakna "qui est propre à convaincre" 'meyakinkan'. Adjektiva tersebut dilekati adverbial *très* yang termasuk ke dalam adverbial intensitas yang menandai superlatif, atau dapat dikatakan bermakna 'sangat', sehingga frasa adjektival tersebut bermakna 'sangat meyakinkan'. Pada data ini, *judgment* kapasitas menandakan kemampuan *les petites agences* 'agen-agen pariwisata kecil' untuk dapat meyakinkan para wisatawan yang hendak pergi mendaki ke Gunung Batur menggunakan jasa mereka. *Judgment* kapasitas juga terdapat pada data (3b). Pada data ini *blogger* menggunakan adjektiva *organisé(e)* yang bermakna 'terorganisasi' yang dilekati adverbial *bien* 'baik' sehingga menjadi frasa adjektival *bien organisé(e)* 'terorganisasi dengan baik'. *Judgment* kapasitas pada data ini menandakan bahwa agen-agen pariwisata kecil ini mampu memberikan jasa seperti agen-agen lainnya meskipun tidak mengenal banyak pemandu wisata. Dari kedua data ini, 'kapasitas' yang dievaluasi oleh *blogger* adalah *les petites agences* 'agen-agen pariwisata kecil' yang dapat memberikan jasa kepada wisatawan meskipun ada keterbatasan. Kedua evaluasi ini termasuk ke dalam *judgment* positif.

Pada data (2b), *blogger* menggunakan adjektiva *fiable(s)* yang bermakna "auquel on peut se fier" 'dapat diandalkan'. Data ini menunjukkan adanya *judgment* 'kegigihan' sebab *blogger* menceritakan bahwa *les petites agences* 'agen-agen pariwisata kecil' itu memiliki kegigihan dalam memberikan jasa kepada para wisatawan meskipun ada agen pariwisata yang lebih besar dan pelayanannya lebih lengkap. Pada data ini, *judgment* kegigihan (*tenacity*) termasuk ke dalam *judgment* positif.

Data (4b) merupakan contoh dari *judgment* negatif. Terdapat frasa nominal *espèce mafia des guides* yang terdiri atas nomina *espèce*, *mafia*, dan *guides*. Nomina *mafia* bermakna



“*Association secrète servant des intérêts privés par des moyens plus ou moins illicites*” Asosiasi rahasia yang melayani kepentingan pribadi dengan cara yang kurang lebih ilegal’. Nomina *espèce* adalah “*personne ou chose qu’on ne peut définir précisément et qu’on assimile à une autre par approximation*” ‘orang atau hal yang tidak dapat didefinisikan secara tepat dan kita asimilasikan dengan orang lain yang serupa’. Nomina *guides* berarti “*personne qui accompagne (quelqu’un) pour montrer le chemin, renseigner*” ‘orang yang menemani (seseorang) untuk menunjukkan jalan, untuk memberi informasi’. Jadi, dapat dikatakan bahwa frasa tersebut memiliki arti ‘oknum mafia pemandu wisata’. Dikatakan bahwa ada *espèce mafia des guides* ‘oknum mafia pemandu wisata’ yang memaksa para wisatawan untuk naik ke puncak Gunung Batur dengan menggunakan jasa mereka. Tanpa pemandu, para wisatawan tersebut tidak dapat berangkat ke Taman Bumi Gunung Batur. Hal yang diceritakan oleh *blogger* tersebut menandakan adanya pelanggaran ‘etika’ sebab seharusnya tidak ada paksaan bagi wisatawan untuk tidak menggunakan jasa pemandu wisata agar dapat mendaki ke puncak Gunung Batur.

Keempat data *judgment* di atas menunjukkan bahwa terdapat dua kemungkinan *judgment* digunakan di dalam *travel blog*, yakni *judgment* positif dan *judgment* negatif. *Judgment* positif ditunjukkan oleh *blogger* dengan penggunaan adjektiva yang menandakan kapasitas dan kegigihan agen wisata kecil dalam memberikan pelayanan kepada para wisatawan meskipun terdapat keterbatasan. *Judgment* negatif ditunjukkan dengan penggunaan nomina yang menandakan adanya pelanggaran etika dari oknum mafia pemandu wisata yang memaksakan jasanya kepada para wisatawan.

### Analisis Subsistem Appreciation

*Appraisal* dengan subsistem *appreciation* dimaksudkan untuk mengevaluasi objek, fenomena alam, dan sebagainya. Melalui tulisannya, *blogger* berusaha mengevaluasi objek-objek yang ditemuinya selama melakukan perjalanan di Taman Bumi Gunung Batur, Bali. Evaluasi tersebut seluruhnya tertuang ke dalam *appreciation* positif, seperti bentuk reaksi atas kualitas keindahan yang ditawarkan Gunung Batur (data (1c), (3c), (6c), dan (7c)), dampak dari keindahan yang ada di lokasi (data (5c)), komposisi yang tidak terlalu kompleks (data (2c)), dan *valuation* atau penilaian terhadap keadaan yang sangat indah, baik di puncak gunung, maupun di perjalanan menuju dan dari puncak (data (4c), (8c), (9c), dan (10c)). Kesepuluh data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.

*Appreciation* dalam *Travel Blog* Geowisata berbahasa Prancis di Gunung Batur Bali

Penanda <i>Appraisal</i>	Data	Keterangan
<i>Appreciation</i> positif	(1c) <i>Un trek de quelques heures vraiment sympathique et très accessible</i> ‘Trek yang <b>sangat menyenangkan</b> dan sangat mudah diakses yang berlangsung beberapa jam’	Reaksi – kualitas
	(2c) <i>Un trek de quelques heures vraiment sympathique et très accessible</i> ‘Trek yang sangat bagus dan <b>sangat mudah diakses</b> yang berlangsung beberapa jam’	Komposisi – kompleksitas
	(3c) <i>L’ascension fut agréable, [...]</i> ‘Pendakian itu <b>menyenangkan</b> , [...]	Reaksi – kualitas
	(4c) <i>[...], c’était une belle nuit étoilée, le lac Batur non loin de là</i> ‘[...] itu adalah malam <b>indah berbintang</b> , Danau Batur tidak jauh dari sana’	Penilaian
	(5c) <i>[...] a fait de cette excursion un moment inoubliable</i>	Reaksi – dampak

Penanda Appraisal	Data	Keterangan
	‘[...] membuat perjalanan ini momen <b>yang tak terlupakan</b> ’	
(6c)	<i>Arrivée au sommet, la vue était tout simplement magnifique</i> ‘Tiba di puncak, pemandangannya <b>sangat mengagumkan</b> ’	Reaksi – kualitas
(7c)	[...] <i>le soleil levant m’a offert un spectacle magnifique</i> ‘[...] matahari terbit memberi saya tontonan yang <b>luar biasa</b> ’	Reaksi – kualitas
(8c)	<i>Le ciel était tellement bien dégagé que j’ai pu voir le mont Rinjani sur l’île de Lombok</i> ‘Langit <b>begitu jernih</b> sehingga saya bisa melihat Gunung Rinjani di Pulau Lombok’	Penilaian
(9c)	<i>Le sommet est un véritable paradis terrestre pour les passionnés de photo</i> ‘Puncak ini adalah <b>surga nyata</b> bagi penggemar foto’	Penilaian
(10c)	<i>Ou vous avez tout simplement envie de découvrir de nouveaux horizons et vivre de folles aventures au coeur des beautés naturelles de Bali</i> ‘Atau Anda hanya ingin menemukan cakrawala baru dan menjalani petualangan menakjubkan di <b>jantung keindahan alami Bali</b> ’	Penilaian

Kelompok *appreciation* positif pertama terkandung pada data yang memuat bentuk ‘reaksi atas kualitas’ keindahan yang ditawarkan Gunung Batur. Terdapat empat data pada kelompok ini. Pada data (1c), reaksi terhadap kualitas di Gunung Batur ditandai dengan penggunaan adjektiva *sympathique* yang dilekati adverbial *vraiment*. Adjektiva *sympathique* pada data ini termasuk ke dalam kata familiar yang maknanya sama dengan “*très agréable*” ‘sangat menyenangkan’. Adverbial *vraiment* berfungsi untuk “*souligner une affirmation*” ‘menggarisbawahi sebuah afirmasi’, dalam hal ini sebagai penegas dari adjektiva *sympathique*. Adjektiva *sympathique* tersebut digunakan untuk menggambarkan bahwa trek (jalur pendakian) menuju puncak Gunung Batur merupakan jalur yang sangat menyenangkan untuk dilalui. Kualitas yang ditunjukkannya jelas, demikian halnya dengan reaksi yang diberikan oleh *blogger*. Pada data (3c) reaksi terhadap kualitas pendakian hampir serupa dengan data (1c) sebab diungkapkan dengan menggunakan adjektiva *agréable* ‘menyenangkan’.

Untuk menggambarkan ‘kualitas’ yang dapat dinikmati di puncak, pada data (6c) *blogger* menggunakan adjektiva *magnifique* yang dilekati adverbial *tout simplement*. *Magnifique* memiliki makna “*qui a une beauté, une somptuosité pleine de grandeur et d’éclat*” ‘yang memiliki kecantikan, kemewahan yang penuh keagungan dan cahaya’ atau dalam bahasa sederhananya, “mengagumkan” atau “luar biasa”. Adverbial yang melekat pada adjektiva *magnifique* yaitu adverbial *tout simplement* yang definisinya “*d’une manière simple*” ‘secara sederhana’. Dalam hal ini adverbial tersebut dapat dimaknai sebagai “sangat”. Jadi, *blogger* mengungkapkan reaksi terhadap kualitas keindahan di puncak gunung dengan menggunakan frasa adjektival *tout simplement magnifique*. Adjektiva *magnifique* juga digunakan pada data (7c) saat *blogger* menikmati terbitnya matahari di puncak Gunung Batur. Reaksi yang diungkapkannya tersebut menunjukkan kualitas keindahan di Gunung Batur.

Data (5c) menunjukkan kelompok kedua pada *appreciation* positif, yakni memuat bentuk ‘reaksi terhadap dampak’ dari keindahan yang ada di lokasi. Pada data ini, *blogger* menggunakan adjektiva *inoublisable* yang bermakna “*que l’on ne peut oublier*” ‘hal yang tak dapat kita lupakan’. Adjektiva *inoublisable* digunakan untuk menggambarkan reaksi dari dampak pendakian yang sangat menyenangkan bagi *blogger*, yaitu menempatkannya menjadi sebuah momen yang tak terlupakan.

Kelompok ketiga *appreciation* positif terdapat pada data (2c) yang memuat ‘komposisi kompleksitas’. Data (2c) ditulis dengan adjektiva *accessible* yang dilekati adverbial *très*. Adjektiva *accessible* memiliki makna “*où l’on peut accéder, arriver, entrer*” ‘tempat yang dapat diakses, didatangi, dimasuki’, dan adverbial *très* ‘sangat’. Jadi, frasa adjektival *très accessible* ‘sangat mudah diakses’ menandakan bentuk komposisi *appreciation* yang lebih menekankan maknanya pada kompleksitas, bahwa jalur pendakian yang dimaksud oleh *blogger* sangat mudah diakses. Kompleksitas yang dimaksud pada sistem *appreciation* ini menjawab pertanyaan “*was it hard to follow?*” (Martin & White, 2005), dan jawaban dari pertanyaan tersebut adalah bahwa jalur pendakian “mudah” untuk ditempuh/diakses. Oleh karena itu, data ini termasuk ke dalam *appreciation* positif.

*Appreciation* positif kelompok keempat terkandung pada data yang memuat bentuk ‘penilaian (*valuation*)’, seperti pada data (4c), (8c), (9c), dan (10c). Pada data (4c), *blogger* menggunakan frasa nominal *belle nuit étoilée*, dengan dua adjektiva, yaitu *belle* dan *étoilée* untuk menerangkan nomina *nuit*. *Nuit* dalam bahasa Prancis adalah nomina yang bermakna “*espace de temps qui s’écoule depuis le coucher jusqu’au lever du soleil*” ‘ruang waktu yang membentang dari matahari terbenam hingga matahari terbit’. Dengan kata lain disebut juga ‘malam hari’. Nomina *nuit* di dalam data diberi keterangan berupa adjektiva *belle* (bentuk feminin dari adjektiva *beau*) yang bermakna “*chose de belle qualité*” ‘hal yang memiliki kualitas bagus’ dan adjektiva *étoilée* yang bermakna “*semé d’étoiles*” ‘penuh dengan bintang’. Jadi, frasa nominal *belle nuit étoilée* dapat dimaknai sebagai ‘malam indah berbintang’. Penggambaran tersebut menunjukkan adanya *valuation* terhadap keindahan langit di puncak Gunung Batur sehingga tercipta *appreciation* positif. Penilaian terhadap keindahan langit juga dinyatakan *blogger* dengan frasa adjektival *tellement bien dégagé* pada data (8c) dengan unsur utamanya adalah adjektiva *dégagé*. Adjektiva tersebut bermakna “*qui n’est pas recouvert, encombré*” ‘yang tidak tertutup, penuh sesak’. Secara sederhana dapat juga diartikan ‘bersih’ atau ‘jernih’. Adjektiva tersebut dilekati adverbial *tellement* yang memiliki makna “*à un degré si élevé, d’une manière si intense*” ‘sedemikian tingginya, sedemikian intens’ dan *bien* “*ce qui est avantageux, agréable, favorable, profitable*” ‘hal yang menguntungkan, menyenangkan’. Gabungan kedua adverbial tersebut dapat diartikan ‘benar-benar’ atau ‘amat sangat’. Jadi, frasa adjektival *tellement bien dégagé* bermakna ‘begitu jernih’. Penggambaran langit yang begitu jernih pada data tersebut menunjukkan adanya ‘*valuation*’ terhadap keindahan langit di Gunung Batur.

Pada kelompok keempat ini, data (9c) juga memuat ‘*valuation*’. Data tersebut mengandung unsur metaforis dengan *comparant* (unsur pembandingan) berupa frasa nominal *véritable paradis terrestre* yang dibandingkan dengan nomina *sommet*. Nomina *sommet* adalah “*partie la plus élevée, extrême*” ‘bagian yang paling tinggi, ekstrem’. Di dalam data, nomina *sommet* ini mengacu pada puncak Gunung Batur yang didaki oleh *blogger*. Kata *sommet* dibandingkan dengan frasa *véritable paradis terrestre* yang terdiri atas frasa nominal *paradis terrestre* dan adjektiva *véritable*. *Paradis terrestre* memiliki makna “*jardin, lieu de délices où, dans la Genèse, Dieu plaça Adam et Ève*” ‘taman, tempat kesenangan dalam kisah asal usul manusia, tempat Tuhan menempatkan Adam dan Hawa’, dan *véritable* bermakna “*qui existent réellement, en dépit de l’apparence*” ‘yang benar-benar ada, terlepas dari penampilan’. Dapat dikatakan bahwa *véritable paradis terrestre* berarti ‘surga nyata’. Penggunaan metafora

*véritable paradis terrestre* ini menganalogikan keindahan yang tidak tertandingi di puncak Gunung Batur, terutama bagi orang-orang yang memiliki hobi fotografi. Bentuk penilaian semacam ini menunjukkan bahwa keindahan tersebut sangat berharga.

Data keempat pada kelompok *appreciation* 'valuation' adalah data (10c). Pada data ini, blogger menggunakan frasa nominal *coeur des beautés naturelles de Bali* untuk menggambarkan betapa berharganya keindahan alam Bali. Nomina *beauté* adalah "*les belles choses, les beaux détails d'un lieu, d'un objet, d'une personne, d'une oeuvre*" 'hal-hal yang indah, detail yang indah dari suatu tempat, sebuah objek, seseorang, sebuah karya'. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa *beauté* adalah 'keindahan'. Nomina *beauté* ini diberi pembatas berupa nomina dan adjektiva. Nomina pembatasnya adalah *coeur* yang bermakna "*la partie centrale ou active de quelque chose*" 'bagian tengah atau aktif dari sesuatu', dan adjektiva pembatasnya adalah *naturelles* yang artinya "*qui n'a pas été modifié, traité par l'homme*" 'yang belum dimodifikasi, dirawat manusia'. Jadi, makna dari *coeur des beautés naturelles* pada data ini adalah 'jantung keindahan alami' yang berada di Bali, yaitu mengacu pada Gunung Batur, Bali.

Kesepuluh data yang telah dianalisis di atas menunjukkan bahwa *blogger* sangat mengapresiasi keindahan alam yang dilihatnya pada saat pendakian dan pada saat berada di puncak Gunung Batur. *Appreciation* positif yang diungkapkan oleh *blogger* menandakan reaksi atas kualitas keindahan tersebut, dampak yang ditimbulkan dari keindahan yang dilihatnya, kompleksitas jalur pendakian yang mudah diakses, dan penilaian positif terhadap keindahan alam yang dilihatnya.

### Analisis Prinsip-prinsip Geowisata

Tahap pertama analisis evaluasi geowisata di Gunung Batur, Bali telah dilakukan dengan alat berupa sistem *appraisal* dengan subsistem *attitude* dari sudut pandang *blogger*, yang dalam hal ini adalah wisatawan. Tahap kedua analisis adalah mengevaluasi apakah prinsip-prinsip geowisata di Gunung Batur, Bali telah dilaksanakan. Secara khusus, materi evaluasinya berdasarkan pada subjektivitas penilaian *blogger* di dalam *travel blog*-nya, yakni ujaran-ujaran yang telah dianalisis pada tahap pertama.

Seperti telah dijelaskan, geowisata termasuk juga ke dalam *cultural tourism* atau pariwisata budaya yang berkaitan erat dengan warisan. Prinsip-prinsip yang digunakan sebagai alat ukur adalah piagam yang dicanangkan oleh ICOMOS (ICOMOS International Cultural Tourism Committee, 2002). Hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.**  
Analisis Prinsip-prinsip Geowisata

		Prinsip 1	Prinsip 2	Prinsip 3	Prinsip 4	Prinsip 5	Prinsip 6
<i>Affect positif</i>	proses mental – kepuasan ( <i>satisfaction</i> )			✓			
<i>Affect negatif</i>	reaksi thd pemicu emosional ( <i>insecurity</i> )				✓		
<i>Judgment positif</i>	kapasitas ( <i>capacity</i> )				✓	✓	✓
	kegigihan ( <i>tenacity</i> )				✓	✓	✓
<i>Judgment negatif</i>	etika ( <i>propriety/ethics</i> )				✓		
<i>Appreciation positif</i>	Reaksi – kualitas ( <i>reaction – quality</i> )	✓		✓			
	Reaksi – dampak ( <i>reaction – impact</i> )			✓			
	Komposisi – kompleksitas ( <i>composition – complexity</i> )	✓		✓			
	Penilaian ( <i>valuation</i> )	✓		✓			

Dari tabel di atas, dapat diambil simpulan bahwa hampir seluruh prinsip geowisata telah dipenuhi oleh pengelola Taman Bumi Gunung Batur, Bali melalui ujaran *blogger*. *Affect* positif dengan ujaran berbentuk *satisfaction* telah memenuhi Prinsip ke-3 yang berbicara mengenai ‘kepuasan pengunjung’. Terdapat ujaran dengan *affect* negatif yang berkaitan dengan Prinsip ke-4 mengenai ‘keterlibatan komunitas’. *Affect* negatif berupa *insecurity* dituliskan oleh *blogger* akibat adanya oknum mafia pemandu wisata yang memaksakan kehendaknya kepada para wisatawan. Namun demikian, dari sudut pandang *judgment* positif, *capacity* dan *tenacity* telah memenuhi Prinsip ke-4 tersebut, selain juga memenuhi Prinsip ke-5 ‘memberi manfaat bagi komunitas lokal’ dan Prinsip ke-6 ‘melakukan program promosi’. Ujaran yang dituliskan oleh *blogger* menunjukkan adanya kepercayaan kepada komunitas lokal yang berperan sebagai agen pariwisata sehingga dapat menjadikannya program promosi dari mulut ke mulut di antara para wisatawan. Sayangnya, terdapat pula *judgment* negatif terkait *propriety/ethics* akibat adanya oknum mafia pemandu wisata seperti yang telah disebutkan, sehingga Prinsip ke-4 dapat dikatakan tidak terpenuhi.

Dari sudut pandang *appreciation*, dari sepuluh ujaran *blogger*, seratus persennya bernilai positif. *Appreciation* positif tersebut terutama berkaitan dengan Prinsip ke-1 tentang ‘kesadaran publik akan warisan’ dan Prinsip ke-3 tentang ‘kepuasan pengunjung’. Prinsip ke-1 terpenuhi dengan ujaran mengenai *quality*, *complexity*, dan *valuation* yang menceritakan pendakian yang menyenangkan dan tak terlupakan, serta keindahan alam yang dapat dirasakan pada saat berada di puncak Gunung Batur, sedangkan Prinsip ke-3 terpenuhi dengan ketiga jenis ujaran tersebut yang ditambahi ujaran mengenai *impact*, bahwa pendakian adalah momen yang tak terlupakan.

Pada tabel dapat dilihat bahwa Prinsip ke-2 tidak terwakili oleh ujaran *blogger* di dalam *travel blog*. Prinsip mengenai ‘pengelolaan hubungan dinamis’ antara objek pariwisata yang merupakan warisan budaya ini dapat dikatakan tidak menjadi perhatian wisatawan sebab mereka datang untuk menikmati objek wisata dan bukan untuk menilai pengelolaan objek wisata tersebut.

## PENUTUP

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa dari ketiga subsistem *appraisal – attitude* didapatkan bahwa *appreciation* merupakan subsistem yang paling dominan, yakni berjumlah sepuluh data. Jenis *appreciation* yang digunakan oleh *blogger* adalah *appreciation* positif. Hal ini menandakan bahwa *blogger* sangat mengapresiasi keindahan alam yang ditawarkan oleh Gunung Batur serta jalur pendakian yang menyenangkan dan takkan terlupakan. Di dalam *appreciation* positif tersebut terdapat pernyataan reaksi terhadap kualitas geowisata, reaksi atas dampak dari keindahan tersebut bagi *blogger*, komposisi kompleksitas yang berkaitan dengan jalur pendakian, dan penilaian (*valuation*) terhadap pemandangan yang didapatkan di puncak gunung. Subsistem *affect* dan *judgment* muncul dalam jumlah yang tidak dominan, namun keduanya menunjukkan penanda, yang selain bersifat positif, juga penanda yang bersifat negatif. Hal ini terutama berkaitan dengan rasa khawatir wisatawan terhadap keberadaan oknum pemandu wisata yang bertindak dengan tidak bijaksana.

Hasil analisis sistem *appraisal* tersebut digunakan untuk mengevaluasi kondisi geowisata di Gunung Batur Bali. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa hanya Prinsip ke-2 dari geowisata yang disahkan oleh ICOMOS (ICOMOS International Cultural Tourism Committee, 2002), yakni “pengelolaan hubungan dinamis antara warisan dan pariwisata”, yang tidak terwakili di dalam data. Artinya *blogger* tidak menyatakan ujaran mengenai hal tersebut di dalam *travel blog*-nya. Selain itu, Prinsip ke-4 mengenai ‘keterlibatan komunitas’ untuk subsistem *affect* negatif dan *judgment* negatif tidak sepenuhnya terpenuhi sebab terdapat oknum dari komunitas masyarakat yang berada di Gunung Batur, yaitu yang berprofesi sebagai

pemandu wisata, melakukan tindakan yang meresahkan bagi wisatawan. Prinsip-prinsip geowisata lainnya, secara garis besar dapat dikatakan terpenuhi dengan wajar.

Dari hasil evaluasi tersebut, dapat dikatakan bahwa pengelolaan geowisata di Gunung Batur Bali telah memenuhi prinsip-prinsip geowisata sehingga efeknya dapat dirasakan oleh wisatawan, dalam hal ini *blogger* yang merasa puas akan perjalanannya di lokasi tersebut. Dengan demikian, hasil evaluasi ini dapat dilihat sebagai keberhasilan pengelola dan Indonesia pada umumnya dalam memberikan objek wisata dan pelayanan yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azariah, D. R. (2017). *Tourism, Travel, and Blogging. A discursive analysis of online travel narratives*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315550688>
- Banks, D. (2017). *A Systemic Functional Grammar of French. A Simple Introduction*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315228327>
- Bloom, K. (2011). *Sentiment Analysis Based on Appraisal Theory and Functional Local Grammars*. Illinois Institute of Technology.
- Bolander, B. (2013). *Language and Power in Blogs*. John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/pbns.237>
- Boniface, B., & Cooper, C. (2005). *Worldwide destination. The geography of travel and tourism* (4th ed.). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Bosangit, C., McCabe, S., & Hibbert, S. (2009). What is Told in Travel Blogs? Exploring Travel Blogs for Consumer Narrative Analysis. *Information and Communication Technologies in Tourism 2009, March 2008*, 61–71. [https://doi.org/10.1007/978-3-211-93971-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-211-93971-0_6)
- Caffarel, A. (2006). *A Systemic Functional Grammar of French*. Continuum.
- Chandralal, L., Rindfleish, J., & Valenzuela, F. (2015). An Application of Travel Blog Narratives to Explore Memorable Tourism Experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(6), 680–693. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.925944>
- Chen, A., Lu, Y., & Ng, Y. C. Y. (2015). *The Principles of Geotourism*. Springer/Science Press Beijing. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-46697-1>
- Dezheng, F. (2012). *Modeling Appraisal in Film: A Social Semiotic Approach*. National University of Singapore.
- Dowling, R. K., & Newsome, D. (Eds.). (2006). *Geotourism*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Erfurt-Cooper, P. (2014a). *Volcanic Tourist Destination*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-16191-9>
- Erfurt-Cooper, P. (2014b). Volcano Tourism at Mount Batur in Bali, Indonesia. In P. Erfurt-Cooper (Ed.), *Volcanic Tourist Destinations* (pp. 209–216). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-16191-9\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-642-16191-9_16)
- Farsani, N. T., Celeste, C., Costa, C., & de Carvalho, C. N. (2012). *Geoparks and Geotourism. New Approaches to Sustainability for the 21st Century*. Brown Walker Press.
- Hadidi, Y., & Mohammadbagheri-Parvin, L. (2015). Systemic Functional Linguistics as Interpersonal Semantics: Appraisal and Attitude in the Stylistic Analysis of an English Novel. *International Journal of Linguistics*, 7(1), 129–148. <https://doi.org/10.5296/ijl.v7i1.7199>
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M. (2014). *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203783771>
- ICOMOS International Cultural Tourism Committee. (2002). *ICOMOS International Cultural Tourism Charter. Principles and Guidelines for Managing Tourism at Places of Cultural and Heritage Significance*.
- Istiningdias, D. S., Indrayani, L. M., Tuckyta, E., & Sujatna, S. (2021). Attitudinal Meaning in COVID-19 Local Language Guidelines of Indonesia: A Systemic Functional Linguistic Study. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 10(2), 240–251. <https://doi.org/10.26499/rnh.v10i2.4050>
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology. Methods and Techniques*. New Age International Publisher.
- Martin, J. R., & Rose, D. (2007). *Working with discourse. Meaning beyond the clause*. Continuum.
- Martin, J. R., & White, P. R. R. (2005). *The Language of Evaluation*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9780230511910>
- Matthiessen, C. M. I. M., Teruya, K., & Lam, M. (2010). *Key Terms in Systemic Functional Linguistics*. Continuum International Publishing Group.
- McCabe, S., & Foster, C. (2006). The role and function of narrative in tourist interaction. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 4(3), 194–215. <https://doi.org/10.2167/jtcc071.0>
- Merabet, R. (2016). *Mont Batur retour d'expérience: Ce que vous devez absolument savoir avant l'ascension*. Lesacados, Les Voyages d'un Globetrotteur. <https://lesacados.com/ascension-mont-batur-bali>
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). Why We Blog. *Communications of the ACM*, 47(12), 41–46. <https://doi.org/10.1145/1035134.1035163>

- National Geographic. (2009). *Geotourism*. <http://www.nationalgeographic.com/travel/sustainable/about-geotourism.html>.
- Newsome, D., & Dowling, R. (2006). The scope and nature of geotourism. In R. K. Dowling & D. Newsome (Eds.), *Geotourism* (pp. 3–25). Elsevier Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-6215-4.50009-9>
- Pan, B., MacLaurin, T., & Crotts, J. C. (2007). Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 35–45. <https://doi.org/10.1177/0047287507302378>
- Pencarelli, T. (2019). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22, 455–476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Rey-Debove, J., & Rey, A. (2004). *Le Petit Robert de la langue française*. Dictionnaires Le Robert.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan secara Linguistik*. Sanata Darma University Press.
- Sukma, B. P. (2018). Sistem Appraisal pada Slogan dalam Kain Rentang Kampanye Politik Bakal Calon Kepala Daerah Kabupaten dan Kota Bogor. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 7(2), 132–145. <https://doi.org/10.26499/rnh.v7i2.603>
- Volo, S. (2010). Bloggers' reported tourist experiences: Their utility as a tourism data source and their effect on prospective tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 297–311. <https://doi.org/10.1177/1356766710380884>
- Wenger, A. (2008). Analysis of travel bloggers' characteristics and their communication about Austria as a tourism destination. *Journal of Vacation Marketing*, 14(2), 169–176. <https://doi.org/10.1177/1356766707087525>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>