

ABSTRACT

This study examines the multilingual linguistic landscape of Ubud, Bali, a major tourism destination where English is widely used alongside other foreign languages. While previous studies have shown that English dominates tourism signage, fewer have examined how other emerging tourist languages appear and what social meanings they carry. This research addresses that gap by focusing on the visibility of Russian in Ubud, a phenomenon often associated with popular references to Bali as a “New Moscow” or “*Kampung Rusia*.” Using a mixed-methods approach, the study analyzes 305 bottom-up commercial signs collected from Sri Wedari Street and Raya Pengosekan Street through Google Street View. Quantitative findings show that English remains the most dominant language, appearing in approximately 62.3% of the signage. Russian, by contrast, appears in only 8 signs and is mainly found in food menus, rental advertisements, and small-scale service signs. To better understand how Russian functions in public space, the study applies a geosemiotic analysis focusing on interaction order, visual semiotics, and place semiotics. The analysis shows that Russian is rarely used as the main language of communication. Instead, it serves as a recognition cue, signaling accommodation toward Russian-speaking visitors without replacing English as the primary tourist language. Russian signage is often temporary, appearing on chalkboards, menus, and banners, and is spatially concentrated near specific areas such as the former PARQ Ubud complex. Overall, the findings suggest that linguistic visibility in Ubud’s tourism landscape is shaped by economic interests and spatial context rather than by the size of language communities alone. While English maintains its dominant position, Russian occupies a limited but meaningful role as a selectively accommodated tourist language.

Keywords: Linguistic Landscape, Tourism, Geosemiotics, Russian Signage, Ubud

INTISARI

Penelitian ini mengkaji lanskap linguistik multibahasa di Ubud, Bali, sebagai destinasi wisata utama yang ditandai oleh penggunaan bahasa Inggris bersama berbagai bahasa asing lainnya. Meskipun penelitian sebelumnya telah menunjukkan dominasi bahasa Inggris dalam *signage* pariwisata, masih sedikit kajian yang menelaah kemunculan bahasa-bahasa wisata lain yang bersifat baru serta makna sosial yang dikandungnya. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan memfokuskan analisis pada visibilitas bahasa Rusia di Ubud, sebuah fenomena yang kerap dikaitkan dengan penyebutan Bali sebagai “*New Moscow*” atau “Kampung Rusia.” Menggunakan pendekatan *mixed-methods*, penelitian ini menganalisis 305 papan tanda komersial *bottom-up* yang dikumpulkan dari Jalan Sri Wedari dan Jalan Raya Pengosekan melalui *Google Street View*. Hasil kuantitatif menunjukkan bahwa bahasa Inggris tetap menjadi bahasa paling dominan, muncul pada sekitar 62,3% *signage*. Sebaliknya, bahasa Rusia hanya ditemukan pada 8 *signage* dan terutama muncul dalam menu makanan, iklan sewa properti, serta layanan skala kecil. Untuk memahami fungsi bahasa Rusia dalam ruang publik, penelitian ini menerapkan analisis geosemiotik oleh Scollon & Scollon. Hasil analisis menunjukkan bahwa bahasa Rusia jarang digunakan sebagai bahasa utama komunikasi. Sebaliknya, bahasa ini berfungsi sebagai penanda pengenalan (*recognition cue*) yang menunjukkan akomodasi terhadap wisatawan berbahasa Rusia tanpa menggantikan peran dominan bahasa Inggris. Papan tanda berbahasa Rusia umumnya bersifat temporer, seperti pada papan kapur, menu, dan spanduk, serta terkonsentrasi secara spasial di area tertentu, khususnya di sekitar bekas kompleks PARQ Ubud. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa visibilitas bahasa dalam lanskap pariwisata Ubud lebih dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi dan konteks spasial daripada oleh ukuran komunitas bahasa semata. Meskipun bahasa Inggris mempertahankan posisi dominannya, bahasa Rusia menempati peran yang terbatas namun bermakna sebagai bahasa wisata yang diakomodasi secara selektif.

Kata kunci: Lanskap Linguistik, Pariwisata, Geosemiotika, *Signage* Bahasa Rusia, Ubud