The Social Factors Influencing The Interaction Patterns Of Tourism Actors With Japanese Tourists In Bali

A.A.Ayu Dian Andriyani
STIBA Saraswati Denpasar, Jalan Kamboja No : 11 A Denpasar
agungdianstiba@gmail.com

Keywords: *Social factor, Interaction pattern, Tourism actor, Japanese tourist, Bali*

Abstract : *Tourism actor is one main tourism sustainability factor. It is not easy to provide hospitality based on the concept of Japanese culture. Thus, this study aims examining the social factors influencing the interaction patterns between the tourism actors and Japanese tourists, especially in the context of formal situations. The research is conducted in Badung regency as one destination most visited by the Japanese tourists. The data are collected using observation, listening, writing, and in-depth interview supported with the recording technique. The data are in the form of dialogues or verbal speeches between the tourism actors and Japanese tourists. This research employs data source and method triangulation. The research data are then analyzed using domain, taxonomic, componential, and cultural thematic analysis. The result shows that the social factors influencing the interaction patterns of tourism actors with Japanese tourists are greatly determined by the relationship between participants, relationship level with the hearer, situation, locations, speaker' to the hearer and conversation topics. The result of this research is expected to become a reference for the Indonesia tourism guides Association in Bali, tourism travel agencies, and hotels to provide training programs both for the tourism guides and staffs to learn further related to the social factors based on the Japanese Culture in tourism domain to improve their services.*

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya proses komunikasi dikatakan berhasil apabila mitra tutur memahami maksud dari penutur. Kedua pihak tidak hanya harus sepakat atas informasi yang dikirimkan, tetapi juga bersepakat atas makna informasi tersebut (Guffey, Rhodes, Rogin, 2006:15). Proses komunikasi ini berlaku dimana saja dan berbagai bahasa di dunia. Begitu pula berlaku pada komunikasi yang terjadi dimasyarakat tutur Jepang, sangat dipengaruhi oleh aturan sosial. Penutur dalam interaksinya wajib memperhatikan posisi mitra tutur maupun orang yang menjadi pokok pembicaraan. Selain itu, konteks tutur, kondisi, dan suasana juga memegang peranan penting dalam peristiwa tindak tutur. Berlakunya aturan tentang penggunaan penanda tingkat tutur (selanjutnya disingkat TT) bentuk hormat sebagai cerminan sikap hormat penutur terhadap mitra tutur memberikan suatu tingkatan penanda dalam bahasa Jepanag yang diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu, TT dalam bahasa Jepang terdiri dari *futsuugo* 'bahasa biasa' dan *keigo* 'bahasa hormat'. *Keigo* dibagi lagi menjadi *sonkeigo* 'bahasa hormat', *kenjougo* 'bahasa merendah'dan *teineigo* 'bahasa santun'.

Hal ini sesuai dengan pandangan Rahayu (2013) bahwa TT dalam bahasa Jepang terdiri atas *keigo* dan *futsuugo.* Bentuk hormat *Keigo* merujuk pada penggunaan bahasa hormat dengan perubahan secara leksikal, maupun morfologi sedangkan *futsuugo* adalah penanda TT bentuk biasa. Suzuki (1998:23)., Rahayu, (2013)., Andriyani (2017) menjelaskan bahwa *keigo* adalah bahasa hormat yang digunakan Pn dalam berkomunikasi dengan MT ditentukan oleh posisi MT, setting, suasana, dan jabatan serta ditentukan oleh faktor usia, atasan, senior dan tempat Sebagai ragam hormat (*keigo*) digunakan berdasarkan hubungan Pn (O1), MT (O2) dan orang yang menjadi pokok pembicaraan (O3).

Pada faktor kebahasaan khususnya TT *keigo* bahasa Jepang dianalisis berdasarkan penanda leksikal, morfologi dan sintaksis. Sedangkan pada nonkebahasaan penggunaan TT bahasa Jepang didasarkan pada faktor sosial yang terdiri atas hubungan antar partisipan tempat, situasi formal dan nonformal, faktor *uchi* dan *soto*, usia, posisi, kedekatan Andriyani (2017). Berbagai hal

yang berkaitan dengan ini disebut faktor-faktor nonkebahasaan atau bisa juga disebut dengan faktor-faktor sosial. Faktor sosial menjadi dasar seseorang untuk berinteraksi dengan mitra tutur dalam menentukan bentuk kesantunan sebagai penghormatan terhadap mitra tutur yang diimplementasikan salah satunya dengan penggunaan TT dan strategi kesantunan berbahasa yang digunakan untuk menghindari tindak pengancaman muka. Faktor sosial untuk berinteraksi dalam kehidupan masyarakat Jepang sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya, 人間関係 *ningenkankei* 'hubungan antarpartisipan, 場 *ba* 'tempat' atau 場面 *bamen* 'tempat', 意識 *ishiki* 'kesadaran', 内容 *naiyou* 'isi' dan 景色 *keishiki* 'bentuk' (Kabaya, 2009:3-12).

Berbagai hasil penelitian tentang Dyah et al (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi ungkapan perintah dalam bahasa Jepang dipengaruhi oleh hubungan keakraban dengan mitra tutur, gender, usia, hubungan sosial, status sosial, keanggotaan grup serta situasi tutur. Penelitian yang mengambil data dengan teknik studi pustaka. Penelitian ini mengambil metode yang berbeda dengan penelitian Dyah (2018) serta obyek kajian yang digunakan berbeda. Namun referensi yang digunakan untuk mengungkap adanya faktor nonkebahasaan dapat dijadikan referensi pendukung penelitian ini.

Penelitian lain yang mengkaji tentang faktor –faktor nonkebahasaan erabt kaitannya dengan penerapan kesantunan berbahasa dalam kehidupan masyarakat Jepang. Menurut pandangan Mizutani dan Mizutani (1987), Andriyani (2017) faktor nonkebahasan dalam mempengaruhi seorang penutur untuk berkomunikasi dengan mira tutur sebagai bentuk implementasi dari kesantunan dipengaruhi oleh tujuh fator yang terdiri atas, a) hubungan keakraban antara penutur dengan mitra tutur yang erat kaitannya dengan intensitas pertemuan, b) usia erat kaitannya dengan kesantunan berbahasa karena apabila seorang penutur mempertimbangkan usia mitra tutur. Apabila usia penutur lebih tua dibandingkan mitra tutur maka, cara berkomunikasi bersifat lebih familiar dengan penanda bahasa yang tidak menekankan pada bentuk penghormatan tetapi masih santun, c) hubungan sosial umumnya berkaitan dengan hubungan antara pembeli (kustomer) dan penjual (host), serta d) status sosial yang bisa mempengaruhi cara berkomunikasi seseorang. Disamping itu juga, e) gender tentang jenis kelamin karena tuturan akan lenih familiar apabila memiliki kesamaan gender, f) faktor keanggotaan dalam grup mencangkup konsep *uchisoto*, dipengaruhi oleh g) situasi tuturan dalam situasi formal maupun nonformal.

Faktor sosial yang mendominasi pada tindak tutur memohon dalam drama Jepang menemukan bahwa tindak tutur memohon dipengaruhi oleh tiga faktor sosial diantaranya adalah hubungan antara penutur dengan mitra tutur, status sosial yang terjadi pada interasi sosial serta usia (Susanti, 2008). Berdasarkan hasil temuan tersebut dapat dijadikan suatu gambaran bahwa faktor-faktor sosial sangat menentukan suatu komunikasi dan hal ini juga tidak menutup kemungkinan berlaku dalam domain pariwisata. Apabila peserta tutur dalam domain pariwisata tidak memahami faktor sosial sebagai dasar pertimbangan dalam berbahasa yang diwujudkan dalam penggunaan penanda TT maupun strategi kesantunan berbahasa sebagai bentuk penghormatan kepada mitra tutur apalagi dalam domain pariwisata sebagai bentuk pelayanan 'hospitality. Apabila tidak dipahami oleh pelaku pariwisata maka akan berakibat pada keberlangsungan komunikasi. Oleh karena itu, faktor-faktor sosial sebagai penentu dalam pola interaksi antara pelaku pariwisata terhadap wisatawan Jepang (selanjutnya disingkat WJ) dengan harapan mampu memberikan pelayanan dengan baik sehingga meninggalkan kesan yang selalu diingat sehingga dapat berdampak pada kunjungan berikutnya. .

Pola interaksi dalam domain pariwisata dengan peserta tutur yang terdiri atas pelaku pariwisata terhadap WJ sangat ditentukan oleh faktor-faktor sosial yang melatarbelakangi agar komunikasi dapat berjalan sesuai harapan. Perbedaan pemahaman budaya karena kurangnya pemahaman tentang berbagai faktor sosial yang mempengaruhi pola interaksi antara pelaku pariwisata terhadap wsiatawan Jepang di Bali mengakibatkan kesalahan dapat dilakukan secara tidak sengaja yang

mengakibatkan kesalahan dalam bekomunikasi sehingga interaksi menjadi gagal. Berdasarkan alasan tersebut penelitian ini akan mendeskripsikan faktor – faktor sosial yang mempengaruhi pola interaksi pelaku pariwisata terhadap WJ di Bali agar nantinya sebagia dasar acuan bagi pelaku parwisata dalam berinterkasi dengan WJ khususnya dalam domain pariwisata.

2. METODE

Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif ini memfokuskan obyek penelitian pada domain pariwisata. Lokasi penelitian berada di pulau Bali yaitu, kabupaten Badung dan Gianyar dengan intensitas kunjungan WJsangat tinggi berdasarkan data tingkat penghunian kamar (Statistik propinsi Bali, 2018). Data penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan oleh peneliti dari lokasi penelitian secara langsung berupa tuturan lisan dalam bentuk dialog antara PP dengan WJ dengan Sumber data lisan berupa dialog yang telah direkam dari interaksi antara PP dengan WJ saat melakukan interaksi verbal di bidang pariwisata. Sumber data peristiwa diperoleh dari berbagai interaksi kebahasaan yang terjadi antara PP atau orang disekelilingnya dengan WJ ketika terjadinya interaksi. Sedangkan sumber data tempat mendapatkan berbagai informasi mengenai kondisi dari lokasi penelitian, tempat terjadinya interaksi yang dilakukan oleh PP kepada WJ. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, didukung oleh teknik rekam, yaitu merekam pemakaian bahasa lisan secara spontan dialog PP dengan WJ ketika bertutur, direkam menggunakan alat rekam berupa *tape recorder*. Didukung oleh teknik simak dengan cara menyimak tuturan PP dengan WJ secara alami (ansih) dan segera mencatat data yang relevan sesuai dengan tujuan dan sasaran penelitian, sedangkan teknik wawancara, peneliti berusaha membuat situasi menjadi akrab, menyenangkan atau sering disebut dengan istilah *grand tour question*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah data-data tuturan berupa dialog antara PP terhadap WJ pada situasi formal yang terjadi di biro perjalanan wisata dan kantor depan Spa yang intensitas kunjungan WJ sangat tinggi.

Konteks Situasi Tutur :	
Pelaku Tuturan:	
PP	: Staf GRO (24 Tahun/L)
MT	: WJ (65 Tahun/P)
Topik Percakapan:	Memesan *shuttle bus* menuju hotel
Waktu	: 15:00 PM

Tuturan (1):

Gro : いらしゃいませ。
Irasshaimase.
'Selamat datang.'
なにかご案内いたしましょうか。
Nanika goannai itashimashouka.
'Ada yang bisa saya bantu?'

Tamu :ジンバランラインのシャトルバスに乗りたいです。
Jimbaran rain no shattoru basu ni noritai desu.
'Saya ingin naik *shuttle bus* jalur Jimbaran.'

Gro : どちらまでですか。
Dochira made desuka.
'Sampai mana?'

Tamu : X ホテルです。
X hoteru desu.
'Ke hotel X.'

Gro : はい、かしこまりました。
Hai, kashikomarimashita.
'Iya, Baiklah'.

Dialog pada tuturan (1) antara staf gro dengan WJ terjadi di biro perjalanan wisata ketika WJ akan memesan shuttle bus menuju hotel tempat menginap. Pola interaksi yang terjadi secara dua arah karena dalam dialog terjadi komunikasi saling bertanya dan menjawab. Faktor sosial yang menentukan seorang staf bertutur dengan WJ menggunakan penanda hormat '*keigo*' bentuk *kenjougo* dan *teineigo* terdiri atas, a) 人間関係 *ningenkankei* 'Hubungan antar partisipan', artinya proses komunikasi pada masyaarakat Jepang yang memiliki hubungan secara hierarki memiliki aturan secara tidak langsung dan bersifat obyektif. Contoh pada hubungan staf gro selaku pelaku pariwisata, pihak pemberi jasa

layanan terhadap WJ selaku konsumen. Selain itu, dapat ditentukan oleh lamanya interaksi yang terjadi. Pada konteks di atas, staf baru bertemu untuk pertama kali, sehingga tingkat pembebanan untuk bertutur sangat tinggi. Berdasarkan alasan tersebut maka, staf memilih untuk menggunakan penanda TT bentuk *kenjougo* dan *teineigo* yang bertujuan untuk menghormati WJ selaku konsumen, b) 相手レベル *Aite Reberu* 'Level/ tingkat hubungan mitra tutur, ketika bertutur staf gro harus mengetahui posisinya sebagai pemberi jasa layanan kepada WJ sehingga dengan begitu mengetahui tingkat hubungan yang dimiliki. Pada situasi ini karena WJ sebagai konsumen yang baru dikenal untuk pertama kali sehingga tingkat hubungan sangat jauh. Berdasarkan hal tersebut maka, gro staf menggunakan penanda TT *kenjougo* dan *teineigo* yang ditandai dengan penanda ~ *desu* untuk nomina dan ~ *masu* untuk verba dalam setiap akhir kata c) 形式的 *keishikiteki* 'situasi Formal'/不形式的 'situasi informal' d) 場レベル *Ba reberu* 'Faktor tempat/ lokasi sangat menentukan penanda TT yang digunakan staf untuk bertutur. Dengan mempertimbangkan situasi formal karena lokasi tuturan berada di biro perjalanan wisata terbesar di Bali, maka staf mampu memilih penanda yang tepat sebagai dasar untuk bertutur dengan WJ, e) 意識 . いしき . きもち 'Kesadaran penutur terhadap mitra tutur', f) 内容 *naiyou* (*nakami*) 'topik pembicaraan'. Staf dalam bahasa layanannya memiliki maksud yang jelas tentang kebutuhan WJ sebagai bentuk *hospitalty* terhadap konsumen yang dipengaruhi oleh faktor mengapa, untuk apa, dan dengan perasaan yang seperti apa komunikasi dapat dilakukan'.

Tujuan utama digunakan ragam hormat dalam bertutur, selain menghormati MT, juga adanya kesadaran (perasaan) Pn memperhatikan perasaan MT untuk mencapai tujuan komunikasi yang harmonis. Contoh tuturan (1) Dialog di atas juga menunjukkan topik pembicaraan mengarah kepada mitra tutur untuk menghormati kondisi ataupun perbuatan yang ditujukan kepada WJ maka penanda yang tepat adalah bentuk keigo. Staf menggunakan penanda TT bentuk *kenjougo* pada tuturan *Nanika goannai itashimashouka* 'Ada yang bisa saya bantu?. Tuturan ini merujuk pada kebutuhan mitra tutur yaitu WJ yang harus dihormati sehingga gro sfaf sebagai pemberi jasa merendahkan perbuatannya untuk menghormati wisatawan, selain itu staf menggunakan penanda TT bentuk *teineigo* yang diakhiri dengan kopula ~ *desuka* yang mengandung makna pertanyaan tujuan shuttle bus yang ingin dipesan WJ '*Dochira made desuka* 'Sampai mana?'.

Konteks Situasi Tutur	
Pelaku Tuturan:	
PP	: FO Staf (27 Tahun/P)
MT	: 2 WJ (40~45 Tahun/P)
Topik Percakapan:	Memesan *treatment* spa
Waktu	: 18:30 PM

Tuturan (2) :

FO :こんばんは。この度は X スパにいらっゃいませ。X スパにお越しいた だき、まことにありがとうございます。わたくしは X と申します。よろしくお願いいたします。

Konbanwa. Kono tabi wa X supa ni irasshaimase. X supa ni okoshi itadaki, makoto ni Arigatou gozaimasu. Watakushi wa X to mou shimasu. Yoroshiku onegai itashimasu.

'Selamat malam. Selamat datang di X spa. Terimakasih banyak telah hadir di X spa. Nama saya X. Salam kenal.'

失礼いたします、今からカウンセリングいたしますので、カウンセリング セットにお名前をご記入ください。

Shitsurei itashimasu, ima kara kaunseringu itashimasu node, kaunseringu setto ni onamae o gokinyuu kudasai.

'Mohon maaf. Karena sekarang konseling akan dimulai, mohon untuk mengisi nama di konseling set.'

Tamu : はい。（カウンセリングご記入します）

Hai. (kaunseringu gokinnyu shimasu)

'Baik. (mendaftar konseling)'

Dialog pada tuturan (2) terjadi di kantor depan Spa. Staf menyambut kedatangan WJ menggunakan bahasa Jepang dengan sangat santun dan hormat. Sebelum berkomunikasi

dengan WJ, staf mempertimbangkan faktor sosial yang harus dipersiapkan agar komunikasi dapat berjalan dengan baik. Sama dengan dialog pada tuturan (1) faktor sosial mempertimbangkan adanya a) 人間関係 *ningenkankei* 'Hubungan antar partisipan', b) 相手レベル *Aite Reberu* 'Level/ tingkat hubungan mitra tutur, ketika bertutur staf gro harus mengetahui posisinya sebagai pemberi jasa layanan kepada WJ sehingga dengan begitu mengetahui tingkat hubungan yang dimiliki. Pada situasi ini karena WJ sebagai konsumen yang baru dikenal untuk pertama kali sehingga tingkat hubungan sangat jauh. Berdasarkan hal tersebut maka, gro staf menggunakan penanda TT *kenjougo* dan *teineigo* yang ditandai dengan penanda ~ *desu* untuk nomina dan ~ *masu* untuk verba dalam setiap akhir kata c) 形式的 *keishikiteki* 'situasi Formal'/不形式的 'situasi informal', d) 場レベル *Ba reberu* 'Faktor tempat/ lokasi, e) 意識. いしき .きもち 'Kesadaran Pn terhadap mitra tutur'. Interaksi antara staf terhadap WJ yang terjalin secara dua arah, meskipun kedua dialog tersebut sama sama dalam situasi formal yang berbeda adalah lokasi dialog tersebut karena pada tuturan (2) terjadi di kantor depan spa dan tuturan (1) terjadi di biro perjalanan Jepang. Namun situasi dan lokasi sebagai dasar staf untuk bertutur, maka penanda TT yang digunakan tetap sama yaitu, bentuk *kenjougo* sebagai bentuk merendahkan diri sendiri. Faktor sosial lain juga ditentukan oleh f) 内容 *naiyou* (*nakami*) 'topik pembicaraan yang merujuk pada diri sendiri ketika topik pembicaraan staf adalah memperkenalkan diri sendiri serta meminta WJ untuk menulis formulir konseling pada *kaunseringu setto ni onamae o gokinyuu kudasai* 'mohon maaf, karena sekarang konseling akan dimulai, mohon untuk mengisi nama di konseling set', karena merujuk pada WJ, maka staf menggunakan penanda bentuk *sonkeigo* yang ditandai dengan partikel ~ *o* pada awal nomina *namae* 'nama' dan partikel ~ *go* pada verba *kinyuu*.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara PP terhadap WJ agar dapat terjalin dengan baik sebagais alah satu bentuk hospitality 'pelayanan' terhadap WJ sebagai pihak penerima saja, maka faktor-faktor sosial yang mempengaruhi pola interaksi pelaku pariwisata terhadap WJ sangat ditentukan oleh adanya faktor hubungan antarpartisipan, tingkat hubungan dengan mitra tutur, situasi formal dan informal, faktor tempat dan lokasi, kesadaran penutur terhadap mitra tutur serta topik pembicaraan.pada situasi formal pelaku parwiisata yang berada di biro perjalanan maupun reseptionis spa memilih menggunakan penanda TT bentuk *keigo* yang terdiri atas *sonkeigo, kenjougo* dan *teineigo*.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan rasa terimakasih yang mendalam kepada RISTEKDIKTI atas bantuan Hibah Penulisan Disertasi Doktor yang sangat mensupport penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan rencana.

DAFTAR PUSTAKA

Andriyani, Dian. 2017. Gradasi dan Pergeseran Strategi Kesantunan Berbahasa Pelaku Parwisata Terhadap Wisatawan Jepang Di Bali. Draf Disertasi. Surakarta. Universitas Sebelas Maret.

Guffey, Mary., Kathleen, Rhodes., Patricia, Rogin. 2006. *Business Communication*. Salemba 4, Jakarta.

Kabaya, Hiroshi, Kim Dongkyu, Takagi Miyoshi. 2002. *Keigo Hyougen Handbook*. Tokyo: Taishuukan.

Kabaya, Hiroshi. Kim Dongkyu, Takagi Miyoshi 2009. *Keigo Hyougen Handbook*. Tokyo: Taishuukan.

Kabaya, Hiroshi. 2010. *Keigo Komyunikeeshon*. Tokyo: Asakura.

Kamei, Yukiko. 2006. *Uchi/Soto Linguistic Expressions*. NII- Elektronic Library Service. Kwansei Gakuin University.

Kaneko, Hiroyuki. 2014. *Nihongo Keigo Toreeninggu*. Tokyo: PT Ask.

Matsura, Kenji. 1994. *Kamus Bahasa Jepang-Indonesia*. Kyoutou: Sangyou Daigaku Shuupankai.

Mizutani, Osamu & Mizutani Nobuko. 1987. *How to be Polite in Japanese*. Tokyo: The Japan Times L.td.

Rahayu, Triasih. 2013. Sistem dan Fungsi Tingkat Tutur Bahasa Jepang dalam Domain Perkantoran. Disertasi. Universitas Sebelas Maret.

Rita, Susanti. 2008. *Tindak Tutur Memohon dalam Bahasa Jepang (Irai): Analisis Skenario Drama Televisi Jepang Love Story Karya Eriko Kitagawa*. Jurnal Lingua Cultura Vol 2 No. 1. Hlm. 76-88.

Suzuki, Yukiko.1998. *Utsukushii Keigo no Manaa*. Tokyo: Miryoku Bijitsu.

Wahyuning, Dyah; Sudipa I Nengah; Suparwa I Nyoman; 2018. *Pemilihan Ungkapan Perintah Bahasa Jepang dalam Teks Percakapan: Kajian Kesantunan Berbahasa*. Linguistika. Vol.48.No:25. P-ISSN: 0854-9613.