



UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
(LPPM)

Sekretariat : Jalan Kamboja No. 11 A Denpasar Telp./Fax (0361) 227019
<http://lp2m.unmas.ac.id/>, E-mail : lp2m@unmas.ac.id



KONTRAK HIBAH INTERNAL
PENELITIAN DASAR UNGGULAN UNMAS DENPASAR
Tahun Anggaran 2022

Nomor : K.104/B.01.01/LPPM-Unmas/V/2022

Pada hari ini Rabu tanggal 11 bulan Mei tahun Dua ribu dua puluh dua, kami yang bertandatangan dibawah ini :

- 1. Dr. Ir. I Made Tamba.,MP** : Ketua LPPM Universitas Mahasaraswati Denpasar, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Universitas Mahasaraswati yang berkedudukan di Jl. Kamboja No. 11 A Denpasar untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA;**
- 2. Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S., M.Hum** : Dosen Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar, dalam hal ini bertindak sebagai Ketua Pelaksana Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar Tahun Anggaran 2022 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA.**

PIHAK PERTAMA dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Kontrak Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar Tahun Anggaran 2022 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

Pasal 1
Ruang Lingkup Kontrak

PIHAK PERTAMA memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Program Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar " Fenomena Perbandingan Tingkat Tutur Bahasa Jepang Dan Sor Singgih Basa Bali"

Pasal 2
Dana Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 adalah sebesar Rp.22.000.000,- (Dua Puluh Dua Juta Rupiah) sudah termasuk pajak.
- (2) Dana Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bersumber pada Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- (3) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** ke rekening sebagai berikut:

Nama : Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S., M.Hum
NomorRekening : 0407495854
Nama Bank : BNI

- (4) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data pelaksana, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

Pasal 3 **Target Luaran**

PIHAK KEDUA berkewajiban untuk mencapai target luaran berupa artikel publish di **Jurnal Internasional yang terindeks pada database bereputasi (Q3) sesuai yang dijanjikan dalam proposal.**

Pasal 4 **Hak dan Kewajiban Para Pihak**

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:
- PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** luaran Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3;
 - PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3).
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
- PIHAK KEDUA** berhak menerima dana Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1);
 - PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** berupa laporan kemajuan paling lambat **tanggal 31 Oktober 2022**, laporan akhir paling lambat **tanggal 31 Desember 2022**, dan rekapitulasi penggunaan anggaran paling lambat **tanggal 31 Desember 2022** sesuai dengan jumlah dana yang diberikan oleh **PIHAK PERTAMA** yang tersusun secara sistematis sesuai pedoman yang ditentukan oleh **PIHAK PERTAMA**.
 - PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar sebagaimana dimaksudkan dalam pasal 3 paling lambat **tanggal 11 Mei 2024**.
 - PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk Menerapkan Prokes secara ketat dalam pelaksanaan Penelitian ;
 - Laporan hasil Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar sebagaimana tersebut pada ayat 2 (b) Harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - Bentuk/ukuran kertas A4
 - Dibawah bagian cover ditulis:

Dibiayai oleh :
Universitas Mahasaraswati Denpasar
Sesuai dengan Kontrak Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar
Nomor : K.104/B.01.01/LPPM-Unmas/V/2022

Pasal 5 **Monitoring dan Evaluasi**

PIHAK PERTAMA dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar.

Pasal 6

Penilaian Luaran

1. Penilaian luaran Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar dilakukan oleh Penilai/ *Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran yang tidak tercapai maka dana yang sudah diterima oleh peneliti harus disetorkan kembali ke kas Universitas Mahasarakswati Denpasar.

Pasal 7

Sanksi

- 1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar ini telah berakhir, namun **PIHAK KEDUA** belum menyelesaikan tugasnya, terlambat mengirim laporan Kemajuan, dan/atau terlambat mengirim laporan akhir, maka **PIHAK KEDUA** dikenakan sanksi administratif berupa penghentian pembayaran dan tidak dapat mengajukan proposal Penelitian Hibah Internal Unmas Denpasar dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.
- 2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat mencapai target luaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dalam jangka waktu dua tahun sejak ditandatangani kontrak, maka pihak kedua harus mengembalikan seluruh dana ke Kas Unmas Denpasar.

Pasal 8

Pembatalan Perjanjian

- (1) Apabila dikemudian hari terhadap judul Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 ditemukan adanya duplikasi dengan Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar lain dan/atau ditemukan adanya ketidak jujur, itikad tidak baik, dan/atau perbuatan yang tidak sesuai dengan kaidah ilmiah dari atau dilakukan oleh **PIHAK KEDUA**, maka perjanjian Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar ini dinyatakan batal dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar yang telah diterima kepada **PIHAK PERTAMA**.

Pasal 9

Pajak-Pajak

Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggung jawab **PIHAK KEDUA** dan harus dibayarkan oleh **PIHAK KEDUA** ke kantor pelayanan pajak setempat sesuai ketentuan yang berlaku.

Pasal 10

Penyelesaian Sengketa

Apabila terjadi perselisihan antara **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum.

Pasal 11

Lain-lain

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa Penelitian Dasar Unggulan Unmas Denpasar dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikuti sertakan pada Pendanaan hibah penelitian internal Unmas Denpasar maupun oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.

- (2) Segala sesuatu yang belum cukup diatur dalam Perjanjian ini dan dipandang perlu diatur lebih lanjut dan dilakukan perubahan oleh **PARA PIHAK**, maka perubahan-perubahannya akan diatur dalam perjanjian tambahan atau perubahan yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh PARA PIHAK pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 2 (dua) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.



PIHAK PERTAMA

Dr. Ir. I Made Tamba.,MP
NIP.196312311992031020



PIHAK KEDUA

Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S., M.Hum
NIDN. 0812058101



KWITANSI

Nomor Kontrak : K.104/B.01.01/LPPM - Unmas/V/2022

Jenis Kontrak : Hibah Internal Penelitian Dasar Unggulan Tahun Anggaran 2022

No	Uraian	Kredit (Rp)	Debet (Rp)	Jumlah Diterima (Rp)
1	Nilai Kontrak	22,000,000		
2	Pajak (2,5 %)		550,000	
3	Jumlah Pembayaran			21,450,000

Terbilang : Dua Puluh Satu Juta Empat Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah



Yang Membayar
Ketua LPPM

Dr. Ir I Made Tamba, MP
NIP.: 19631231 199203 1 020

Denpasar, 21 Mei 2022

Yang Menerima
Ketua Pelaksana

Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S., M.Hum
NIDN . 0812058101

Prodi: Sastra Jepang FBA Unmas Denpasar

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DASAR UNGGULAN UNMAS
DENPASAR



FENOMENA PERBANDINGAN TINGKAT TUTUR
BAHASA JEPANG DAN SOR SINGGIH BASA BALI

TIM PENELITI

Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S.M.Hum
NIDN: 0812058101

Ida Ayu Putri Gita Ardiantari, S.S., M.Hum.
NIDN: 0813088603

Dr. Wayan Nurita, S.S.M.Hum
NIDN: 0814058201

Dibiayai oleh Universitas mahasaraswati Denpasar
Nomor Kontrak K.104/B.01.01/LPPM-Unmas/V/2022

UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR

Nopember 2022

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENELITIAN**

Judul Penelitian : Fenomena Perbandingan Tingkat Tutur Bahasa Jepang dan Sor Singgih Basa Bali

Ketua Peneliti:
a. Nama Lengkap : Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S., M.Hum.
b. NIDN : 0812058101
c. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
d. Program Studi : Sastra Jepang
e. Nomor HP : 0818557516
f. Alamat surel (e-mail) : agungdianjepang@unmas.ac.id

Anggota Peneliti (1)
a. Nama Lengkap : Ida Ayu Putri Gita Ardiantari, S.S., M.Hum.
b. NIDN : 0813088603

Anggota Peneliti (2)
a. Nama Lengkap : Dr. Wayan Nurita, S.S., M.Si.
b. NIDN : 0814058201

Jumlah Mahasiswa yg terlibat : 2 orang
Sumber Dana Penelitian : Universitas Mahasaraswati Denpasar
Biaya Penelitian : Rp25.000.000,00

Denpasar, 10 Desember 2022

Mengetahui,
Ketua LPPM

(Dr. Ir. I Made Tamba, M.P.)
NIP.196312311992031020

Ketua Peneliti,



(Dr. Anak Agung Ayu Dian Andriyani, S.S., M.Hum.)
NIDN. 0812058101

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadapan tuhan yang maha esa ida sang hyang widhi wasa karena berkat rahmat-nyalah maka laporan dapat terselesaikan tepat waktu. Laporan ini memberikan suatu gambaran tentang perbandingan tingkat tutur bahasa jepang dan bahasa bali dalam ranah perdagangan antara penjual dan pembeli dilihat dari bahasa layanan atau disebut dengan hospitality. Penggunaan tingkat tutur merupakan salah satu wujud implementasi dari kesantunan berbahasa. Kesantunan sebagai dasar utama untuk berinteraksi sosial di masyarakat apalagi dalam ranah perdagangan. Karena dengan kesantunan yang benar dan tepat maka, interaksi dapat terjalin dengan baik hubungan serta hubungan diantara peserta tutur dapat berjalan dengan harmonis. Namun yang menjadi kendala ketika kesantunan yang diterapkan ketika berinteraksi dengan konsumen menjadi suatu kendala terbesar dalam dunia kebahasaan sehingga melalui pendekatan etnopragsmatik mampu mengkaji etnografi dan linguistik. Adapun tujuan khusus penelitian ini merupakan hasil pengembangan dari renstra universitas yaitu, mengeksplorasi fenomena kesantunan dalam berbagai ranah, namun dalam penelitian ini mengambil objek penelitian di lingkungan kemasyarakatan ranah jual beli sebagai wujud dari hospitality. Hasil penelitian ini dapat menjadikan suatu pengetahuan tentang perbandingan tingakt tutur bahasa Bali dan Jepang dalam interaksi yang terjadi sebagai bagian dari hospitality. Novelty dari penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada semua pemangku kepentingan khususnya pembelajar bahasa Jepang mengenai perbedaan tingkat tutur bahasa Jepang dan bahasa Bali.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	4
RINGKASAN	5
BAB 1 PENDAHULUAN	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
BAB 3 METODE PENELITIAN	9
BAB 4 HASIL YANG DICAPAI	11
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	42
STATUS LUARAN	45
KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN	46
RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA	47
DAFTAR PUSTAKA	47

RINGKASAN

Tingkat tutur bahasa merupakan wujud dari adanya kesantunan berbahasa. Dengan adanya tingkat tutur maka peserta tutur diharapkan memahami tata cara mengimplementasikan dalam interaksi sosial di masyarakat. Dengan menerapkan kesantunan maka diharapkan dapat terjalin hubungan harmonis dalam berkomunikasi di berbagai ranah kehidupan masyarakat. Tidak banyak negara di dunia yang memiliki tingkat tutur bahasa. Namun salah satu bahasa yang mengenal tingkat tutur honorific language adalah bahasa Jepang, membagi menjadi tingkat tutur yaitu, tingkat tutur biasa ‘futsugo’ dan keigo berfungsi sebagai ragam hormat yang terbagi menjadi tiga jenis, sonkeigo, kenjougo dan teineigo. Di Jepang Faktor sosial seperti tachiba ‘posisi’, usia dan lokasi menjadi dasar untuk menentukan penggunaan tingkat tutur. Berbeda dengan tingkat tutur dalam bahasa Bali, selain faktor sosial seperti di Jepang juga ditentukan secara tradisional yaitu karena faktor kelahiran dari golongan bangsawan ataupun tidak. Oleh karenanya maka faktor-faktor yang menentukan tingkat tutur bahasa Bali diklasifikasi secara tradisional menurut kelahiran dan secara modern berdasarkan pada status sosial masyarakat. Di Bali startifikasi masyarakat baik secara tradisional maupun modern menjadikan suatu kendala besar bagi masyarakat untuk menggunakan sor singgih basa Bali. Kondisi ini juga sama terjadi dalam kehidupan masyarakat Jepang karena penggunaan tingkat tutur tidak diajarkan dalam kehidupan rumah tangga melainkan saat seseorang akan masuk dalam dunai kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan tentang fenomena Perbandingan Tingkat Tutur Bahasa Jepang dan Sor Singgih Basa Bali. Perbandingan tingkat tutur bahasa Jepang dengan bahasa Bali menggunakan pendekatan sosiopragmatik. Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiopragmatik. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, merekam, menyimak, mencatat dan wawancara tidak terstruktur. Data dalam penelitian ini adalah tingkat tutur yang terjadi di lokasi restoran atau warung makan Jepang dan Bali di Bali. Dengan adanya penelitian ini dapat menjadikan suatu pengetahuan tentang perbandingan tingkat tutur bahasa Jepang dan Bali dengan konteks beda budaya berdasarkan pada konsep ingrup ‘uchi’ outgrup ‘soto’ bagi masyarakat Jepang dan falsafah Tri Hita Karana bagi masyarakat Bali sehingga dengan memahami perbandingan tingkat tutur maka diharapkan dapat hidup harmonis dan selaras berdasarkan konsep hidup dari masing-masing negara. Novelty dari penelitian ini dapat memberikan rekomendasi kepada semua pemangku kepentingan khususnya pengajar dan pembelajar bahasa Jepang mengenai perbandingan tingkat tutur bahasa yang dimiliki oleh Jepang maupun Bali dengan konsep interaksi yang berbeda-beda sehingga nantinya mampu membandingkan serta memahami tingkat tutur dari masing-masing negara. Skim penelitian ini adalah Penelitian Dasar Unggulan dengan luaran yang diharapkan dari penelitian ini dapat melengkapi bahan ajar pada mata kuliah bahasa Jepang Bisnis serta dapat mempublikasikan hasil penelitian dalam bentuk artikel pada jurnal internasional terindeks Scopus yaitu, pada Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication. Scopus Q3, dipublikasikan pada jurnal ilmiah nasional terindeks Sinta 4 pada Jurnal Prasasti UNS, serta menghasilkan satu prosiding seminar Nasional atau internasional . TKT penelitian ini termasuk TKT dalam skala nomor 1 – 3.

Kata Kunci: Sosiopragmatik, Tingkat tutur, bahasa Jepang, Sor singgih

I. PENDAHULUAN

Tingkat tutur bahasa menjadi dasar untuk peserta tutur mampu berkomunikasi dengan mempertimbangkan status sosial dari mitra tuturnya. Secara umum bahasa di dunia tidak seluruhnya menganut adanya tingkat tutur bahasa. Berbeda dengan Jepang dan beberapa pulau di Indonesia seperti Jawa dan Bali mengenal tingkat tutur bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi. Dalam bahasa Jepang tingkat tutur bahasa disebut dengan honorific language yang terdiri dari futsuugo dan keigo. Futsuugo adalah tingkat tutur tanpa mengandung raham hormat sedangkan keigo dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu, sonkeigo untuk meninggikan, kenjougo berfungsi untuk merendahkan dan teineigo mengandung makna netral. Faktor posisi mitra tutur sangat menentukan penggunaan tingkat tutur basa ditambah dengan adanya konsep uchi soto dalam kehidupan masyarakat Jepang. Jepang dapat dilihat pada kehidupan masyarakat Jepang berdasarkan dua aturan yang mengikat yaitu, aturan linguistik berhubungan dengan penggunaan tata bahasa dengan sistem yang mengatur tingkat kesantunan berbahasa disebut dengan keigo 'bahasa hormat' dan aturan berperilaku sesuai dengan norma (Ide, 1982:367; 1986:25). Keigo adalah bahasa hormat yang digunakan Pn dalam berkomunikasi dengan mitra tutur ditentukan oleh posisi mitra tutur, setting, suasana, dan jabatan serta ditentukan oleh faktor usia, atasan, senior dan tempat (Suzuki, 1998:23). Sebagai ragam hormat (keigo) digunakan berdasarkan hubungan Pn (O1), MT (O2) dan orang yang menjadi pokok pembicaraan (O3) (Rahayu, 2013:62).

Penggunaan tingkat tutur basa Bali atau disebut dengan Sor Singgih Basa Bali. Tingkatan Sor Singgih Bahasa Bali digunakan oleh suku Bali sebagai alat komunikasi mencerminkan tingkatan penutur bahasa tersebut (Narayana, 1984:19). Penggunaan Sor Singgih Basa Bali sangat memperhatikan posisi mitra tutur karena dengan mengetahui identitas dan status seseorang, maka Pn akan mampu dengan mudah memilih penggunaan tingkat tutur yang tepat (Tinggen, 1994:1). Pemilihan dan penggunaan tingkat tutur yang tepat disesuaikan dengan konteks yang mengikuti setiap tuturan tersebut agar tidak mengancam muka mitra tutur. Masyarakat Bali dengan filosofi konsep Tri Hita Karana mengandung makna bahwa masyarakat Bali ingin menjalin hubungan yang seimbang baik dengan pencipta, alam sekitar dan sesama manusia. Oleh karena itu, sangat memperhatikan status mitra tutur agar tidak terjadi tindakan pengancam muka ketika bertutur. Dalam interaksi, masyarakat Bali wajib memahami penggunaan sor singgih Basa Bali guna menjalin interaksi dengan baik. Menurut pandangan (Suwendi, 2016), fungsi dari bahasa Bali sebagai alat komunikasi yang digunakan dalam situasi baik formal maupun nonformal. Kehidupan dengan berbagai kegiatan adat dan keagamaan serta menganut sistem stratifikasi atau pelapisan masyarakat secara tradisional berdasarkan garis keturunan kelahiran yang disebut dengan istilah Wangsa. Mengharuskan penggunaan sor singgih basa secara tepat agar terhindar dari kesalahpahaman. (Adnyana, 2014) menjelaskan klasifikasi masyarakat berdasarkan wangsa terbagi menjadi empat, yaitu Brahmana, Ksatria, Wesya dan Sudra. Berbeda dengan pelapisan masyarakat secara modern dapat dilihat berdasarkan status pendidikan, kepangkatan, keahlian, dan kekuasaan Penggunaan Sor Singgih Basa Bali sangat ditentukan oleh status sosial baik penutur maupun mitra tutur menurut stratifikasi masyarakat secara tradisional maupun modern. Implementasi dari Sor Singgih Basa dapat diketahui melalui pilihan kata yang digunakan penutur kepada mitra tutur. Dalam kehidupan masyarakat Bali khususnya, wajib menggunakan bahasa Bali sebagai alat komunikasi apalagi dalam upacara adat. Penggunaan bahasa Bali yang baik apabila sesuai dengan sistem Anggah-ungguhing basa Bali. Bahasa tersebut dikatakan benar apabila sesuai dengan kaidah atau norma kebahasaan yang berlaku dalam bahasa Bali (Suwendi, 2016).

Hal ini memberikan suatu gambaran bahwa penggunaan Sor Singgih Basa Bali sangat bervariasi.

Bahasa Bali mengenal adanya tingkatan bahasa sama dengan bahasa Jawa dan juga Jepang. Namun tingkatan bahasa Bali sangat ditentukan oleh stratifikasi sosial masyarakat secara tradisional, yang diklasifikasikan menjadi masyarakat golongan atas dan golongan bawah dan modern berdasarkan kekuasaan, pendidikan, dan status sosial (Kersten, 1970: 4; Tika, Suastra, Seri Malini, Darmasetiyawan, 2015). Dalam kasus penelitian ini, peneliti dan tim akan membuktikan dan membandingkan perbedaan tingkat tutur yang ada pada bahasa Jepang dan basa Bali dengan berfokus di lokasi restoran atau rumah makan khas Jepang dan khas Bali di Bali. Alasan dipilihnya lokasi penelitian ini karena dipastikan adanya peristiwa tutur yang menggunakan tingkat tutur antara pelayan dan tamu restoran.

Menurut para peneliti sebelumnya istilah tingkatan bahasa dipadankan menjadi berbagai istilah yaitu diantaranya, tingkatan bahasa dipadankan menjadi warna-warna bahasa (Kersten, 1970) berfungsi untuk menunjukkan perilaku berbahasa masyarakat Bali selaku penutur kepada mitra tutur maupun pihak ketiga sebagai objek tuturan yang menggunakan ragam bahasa basa kasar, basa alus, basa singgih, dan basa ipun, tingkatan bahasa yang dipadankan dengan istilah mabasa, masor-singgih basa (Bagus, 1977; Tinggen, 1986; Suarjana, 2010) artinya digunakan oleh penutur ketika berkomunikasi untuk menunjukkan kesopansantunan dalam berbahasa menurut aturan speech level dalam bahasa Bali. Selain itu dapat dipadankan dengan unda usuk (Bagus, 1979), kemudian anggah-ungguhing basa Bali (Naryana, 1983:30) dan rasa basa bahasa Bali (Suasta, 2003).

Sementara itu, Bagus (1977) menggunakan istilah mabasa maupun masor-singgih basa untuk menyatakan norma sopan santun berbahasa (speech level) dalam masyarakat Bali. Istilah mabasa secara lebih spesifik diartikan cara berbahasa sesuai dengan sistem budaya yang berlaku dalam kehidupan masyarakat Bali berdasarkan wangsa (1977: 91). Wangsa adalah gelar kebangsawanan yang diperoleh sejak lahir berdasarkan faktor keturunan. Wangsa dalam stratifikasi masyarakat Bali dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu brahmana, ksatria, dan wesya. Dalam interaksinya, seorang penutur yang bukan berasal dari golongan catur wangsa wajib menggunakan bentuk hormat (halus) kepada mitra tutur yang memiliki wangsa tinggi. Berbeda dengan mereka yang terlahir bukan dari golongan Tri wangsa atau disebut dengan golongan sudra atau jaba dalam tuturannya seorang penutur tidak wajib menggunakan bahasa alus namun tetap menyesuaikan status sosial dari mitra tutur atau pihak ketiga sebagai golongan jaba (Kersten, 1970: 91; Tika, Suastra, Seri Malini, Darmasetiyawan, 2015). Proses penggunaan tingkat tutur basa Bali dapat dikatakan mengalami gradasi dan ditentukan oleh stratifikasi sosial masyarakat secara tradisional maupun modern. Sedangkan di Jepang, tingkat tutur speech level tidak digunakan sebagai pedoman dalam berkomunikasi sehari-hari, tetapi lebih dominan digunakan dalam domain bisnis. Dalam domain bisnis di Jepang, penggunaan penanda tingkat tutur bukan berdasarkan stratifikasi masyarakat secara tradisional seperti yang berlaku di Bali yang masih tetap lestari berdasarkan wangsa, tetapi di Jepang stratifikasi masyarakat sudah modern. Artinya, dalam domain bisnis penutur dalam menentukan penggunaan penanda tingkat tutur sangat memperhitungkan posisi. Ketika posisi mitra tutur lebih tinggi dibandingkan penutur secara otomatis pilihan penanda tingkat tutur adalah bentuk sonkeigo. Keunikan dalam perbandingan kebahasaan dua negara ini menjadi suatu temuan yang sangat menarik untuk dikaji lebih dalam. Tingkat tutur dari bahasa Jepang dengan bahasa Bali menggunakan pendekatan sosipragmatik. Sosiopragmatik merupakan satu pendekatan hasil dari penggunaan bahasa di kehidupan sebagai kajian sosiolinguistik serta pragmatik. Urgensi penelitian ini

adalah memberikan sumbangan pemikiran dalam dunia akademis, khususnya tentang perbandingan tingkat tutur bahasa Jepang dan Bali. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian sosiopragmatik dan menunjukkan adanya temuan dalam penggunaan tingkat tutur pada masing-masing negara yaitu Jepang dan Indoensia yang diwaliki oleh daerah Bali yang sama-sama memiliki stratifikasi penggunaan tingkat tutur basa.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menjadi acuan dasar untuk mendapatkan GAP. Adapun prosedur yang dilakukan adalah mendeskripsikan berbagai hasil penelitian para peneliti sebelumnya, yang serumpun meskipun menggunakan teori maupun data yang berbeda, sehingga dapat dengan mudah mendapatkan kebaharuan dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Topik unggulan sudah disesuaikan dengan rencana strategis penelitian Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Penelitian terfokus pada bidang pendidikan dan kebahasaan dengan membahas fenomena tingkat tutur yang terjadi pada bahasa Jepang dan basa Bali ditinjau dari sudut pandang sosiopragmatik. Bbanyak penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian tingkat tutur bahasa serta telah menghasilkan temuan yang bervariasi. Berbagai hasil temuan tentang fenomena kebahasaan tentu dapat menambah khasanah penelitian bidang linguistik. Adapun hasil penelitian tersebut diantaranya, penelitian komparatif tingkat tutur bahasa Jawa dan bahasa Jepang (1), penggunaan tingkat tutur ‘keigo’ melalui media sosial dipengaruhi adanya lintas budaya yang berbeda (2), tingkat tutur bahasa jepang memiliki bentuk serta sistem pengungkap yang disesuaikan dengan penanda-penanda (3) sehingga dengan fenomena ini dapat memberikan suatu hasil temuan berupa perbandingan tingkat tutur jepang dan jawa (4)

Hasil temuan tersebut berbeda dengan rencana penelitian karena memfokuskan pada tingkat tutur yang digunakan dalam bahasa pelayanan di tempat makan. Tingkat tutur telah memberikan suatu hasil temuan yang sangat bervariasi karena juga dapat ditemukan dalam penggunaan tingkat tutur dalam ranah agama pada interaksi yang terdapat dalam Alquran (5). Secara umum penerapan sistem honorifik (hormat) baik dalam tataran leksikal, sintaksis, dan morfologis, mengikuti aturan sosial secara mutlak merupakan wujud dari Kesantunan Jepang (7). Ragam bahasa hormat ‘keigo’ yaitu ungkapan yang menunjukkan bahasa hormat pada Pn dan MT serta pihak ke tiga topik pembicaraan (6). Penelitian Haugh dan Obana menghasilkan temuan bahwa setiap masyarakat Jepang mulai dari level sosial rendah maupun tinggi wajib memahami posisi sosial seseorang (10).

Penelitian ini menggunakan interdisipliner sociolinguistik dan pragmatik atau disebut dengan pendekatan sosiopragmatik. Sosiopragmatik merupakan ilmu yang erat kaitannya dengan penggunaan bahasa dalam kehidupan masyarakat sedangkan pragmatik adalah merupakan ilmu yang tentang penggunaan bahasa manusia yang terikat dengan konteks masyarakatnya (8). Pandangan ini sesuai dengan Thomas (11) bahwa ilmu pragmatik memiliki dua sudut pandang sosial yaitu pragmatik dengan makna Penutur (speaker meaning) dan sudut pandang kognitif dalam interpretasi tuturan (utterance interpretation). Yule menyimpulkan pragmatik mengkaji makna dari para peserta tutur yang terikat dengan konteks Menurut Mey konteks yang berada di lingkungab Penutur sangat berpengaruh terhadap proses interaksi karena konteks bersifat dinamis (12). Capaian penelitian yang telah dilakukan yaitu,

menghasilkan temuan-temuan yang relevan, diantaranya pengaruh lintas budaya tingkat tutur hormat keigo melalui media sosial antara driver guide dan wisatawan Jepang di Bali, Analysis of Original Japanese 'Uchisoto' Concept Used by Indonesian Speaker as Tourism Actors in Bali, Pola interaksi Strategi Kesantunan Antara Pelaku Pariwisata dengan Wisatawan Jepang di Bali. Hasil penelitian menunjukkan adanya temuan baru yaitu pola interaksi adanya pergeseran strategi kesantunan berbahasa dari negatif ke semi positif yang akhirnya akan menjadi strategi kesantunan positif, itu artinya tingkat tutur berbahasa Jepang akan mengalami pergeseran pula tergantung dari tingkat kedekatan, posisi, tempat maupun usia. Temuan penelitian yang juga ditemukan adanya gradasi penanda tingkat tutur hormat 'keigo' bahasa Jepang pelaku pariwisata di Bali juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yang menjadi dasar penggunaan tingkat tutur.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian Ini mengungkap adanya perbedaan tingkat tutur bahasa Jepang dengan bahasa Bali. Fenomena kebahasaan dalam mengkaji tingkat tutur bahasa Jepang dan Bali tergolong penelitian deskriptif kualitatif karena memfokuskan penelitian pada kondisi interaksi yang terjadi di masyarakat Jepang dan Bali dalam mengimplementasikan tingkat tutur berbahasa. Pendekatan sosiopragmatik digunakan untuk menggambarkan perbandingan tingkat tutur berbahasa Jepang dan Bali, bertujuan untuk menemukan fenomena kebahasaan dua tingkat tutur beda negara yaitu, Jepang dan Bali. Metode observasi dengan teknik pengumpulan data dengan cara merekam, menyimak dan mencatat didukung oleh teknik mewawancarai orang Jepang dan orang Bali. Adapun langkah- langkah operasional dalam pengumpulan data terdiri atas,

- 1) Melihat situasi yang baik kapan sebaiknya melakukan perekaman atau wawancara ketika berada di warung makan maupun restoran yang intensitas kunjungan orang Jepang tinggi serta warung makan ciri khas Bali yang dominan pengunjung adalah masyarakat Bali.
- 2) Mentranskripsikan data yang sudah direkam secara tersembunyi guna mendapatkan data secara alami.
- 3) Memahami data yang sudah ditranskripsikan
- 4) Melakukan reduksi data terhadap data yang tidak relevan dengan permasalahan kemudian data yang telah diperoleh diklasifikasikan berdasarkan pada konteks penggunaannya.

Tahapan proses pengumpulan data tingkat tutur bahasa Jepang pada sepuluh tempat makan Jepang yang masih aktif, mengingat masih banyak orang Jepang tinggal di Bali dan data bahasa Bali pada lima tempat makan masakan Bali yang intensitas masyarakat Bali dominan datang ke tempat tersebut. Teknik merekam dengan seksama dengan cara merekam dialog Pada tiap kabupaten mengambil lima keluarga yang dilakukan secara random sampling. Adapun Uji validitas data dilakukan menggunakan dua teknik triangulasi yaitu menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Data primer berupa dialog antara penjual yaitu pekerja lokal dengan pembeli dari Jepang dan masyarakat Bali, oleh peneliti langsung di lokasi penelitian. Teknik analisis data dilakukan melalui langkah-langkah konkret di

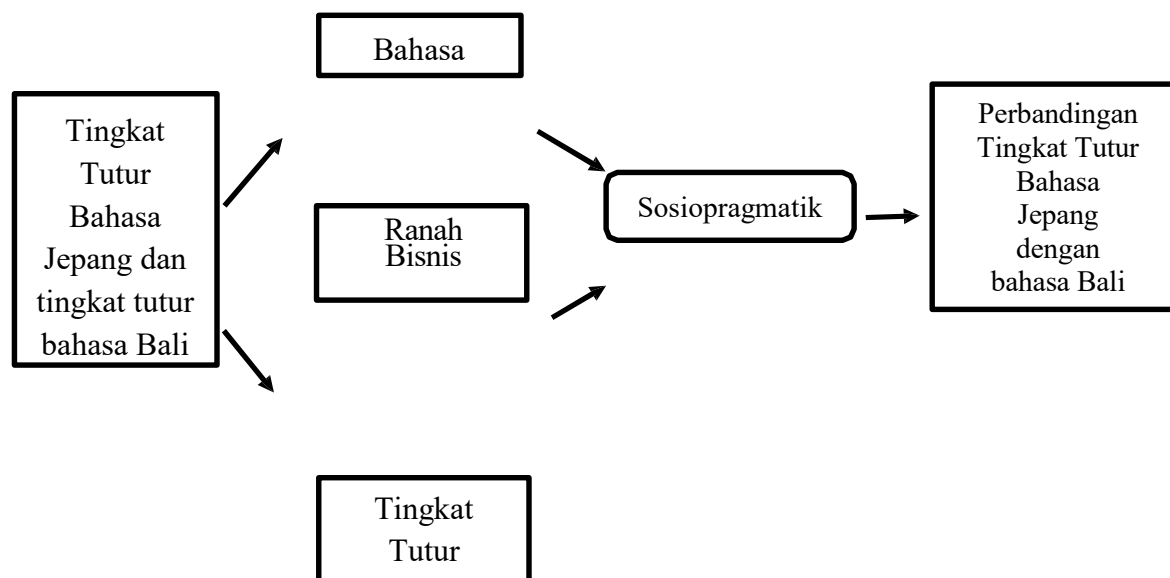
antaranya:

- a) Mengidentifikasi data dilakukan dengan tujuan untuk menemukan tingkat tutur yang digunakan sebagai wujud bentuk hormat terhadap mitra tutur
- b) Mengklasifikasi data berguna untuk membuat beberapa jenis kategori berdasarkan kelas-kelas pada tingkat tutur penutur Jepang dan Bali,
- c) Menginterpretasi data untuk memaknai berbagai jenis tingkat tutur tutur yang digunakan oleh penutur Jepang maupun Bali pada strata sosial budaya masyarakat Bali.

Hasil analisis data pada penelitian ini disajikan dengan menggunakan metode penyajian informal berupa perumusan dengan kata-kata biasa yang berisi rincian hasil analisis data yang telah diperoleh. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian sosiopragmatik.

Penelitian Dasar Unggulan dengan luaran yang diharapkan dari penelitian ini dapat melengkapi bahan ajar pada mata kuliah bahasa Jepang Bisnis serta dapat mempublikasikan hasil penelitian dalam bentuk artikel pada jurnal internasional terindeks Scopus Q3 yaitu, pada Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication. Scopus Q3, dipublikasikan pada jurnal ilmiah nasional terindeks Sinta 4 pada Jurnal Prasasti, serta menghasilkan satu prosiding seminar Nasional atau internasional.

TKT penelitian ini termasuk TKT dalam skala nomor 1 – 3.



Gambar 3. Bagan Alir Penelitian

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 PENGANTAR

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menemukan Strategi kesantunan pada interaksi konsumen dan staf di restoran Jepang. Sumber data primer berupa dialog yang terjadi saat interaksi antara staf dengan wisatawan baik lokal maupun mancanegara dalam perannya sebagai konsumen dilakukan di sepuluh restoran Jepang yang ada di Kota Denpasar dengan jumlah intensitas dari kunjungan pembeli sangat tinggi. Adanya implementasi dari strategi kesantunan negatif berfokus pada penggunaan ragam hormat pada awal pertemuan tanpa memandang konsumen lokal maupun internasional serta tuturan yang santun serta sikap hormat dan adanya strategi kesantunan positif dengan mendekatkan jarak melalui pelayanan yang ramah, memberikan perhatian kepada wisatawan yang berkunjung. Selain itu, budaya interaksi Jepang dalam wujud *hospitality* sangat diterapkan sehingga pelayanan yang diberikan memberikan kenyamanan kepada konsumen seolah-olah berada di Jepang. Fenomena ini memberikan suatu gambaran bahwa penerapan strategi kesantunan yang tepat di restoran Jepang merupakan satu wujud implementasi dari *hospitality* kepada konsumen.

Ranah pariwisata menjadikan *hospitality* point penting dalam memberikan pelayanan jasa. Salah satu bagian dari implementasi *hospitality* adalah menerapkan kesantunan dalam berinteraksi diantara peserta tutur. Kesantunan merupakan etika, aturan, tata cara maupun sebagai dasar utama bagi makhluk sosial dalam berinteraksi (Yule, 1996). Dalam ranah pariwisata kesantunan menjadi point penting untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen dan guna menciptakan dan memelihara hubungan baik saat berkomunikasi (Sibarani, 2004). Penutur secara bebas dapat memilih dan menentukan strategi kesantunan yang tepat menurut konteks situasinya masing (Andriyani; Sundayra & Permana, 2021). Kesantunan dapat memberikan pedoman bagi peserta tutur untuk dapat berinteraksi dengan baik dan bisa menjaga muka konsumen sebagai pihak mitra tutur dengan baik. Meskipun budaya di setiap negara berbeda dan mengimplementasikan budaya juga tidak sama (Ciubancan; Magdalena, 2015).

Perbedaan cara pandang karena beda budaya mengakibatkan terjadi berbagai kesalahpahaman. Contohnya ketika pramusaji mengalami kesalahan dalam menyapa wisatawan, meskipun dianggap sederhana namun sangat berakibat fatal (Pastini, 2021). Jepang merupakan salah satu negara yang sangat mementingkan pelayanan. Menurut Budaya Jepang *hospitality* atau disebut dengan *omotenashi*, menjadi point penting dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. *Hospitality* merupakan sikap ramah-tamah, kesediaan untuk menerima tamu dengan memberikan pelayanan secara maksimal kepada siapaun yang membutuhkan (Sujatno, 2011) sejalan dengan konsep ini *omotenashi* Jepang memiliki suatu pandangan tentang *ichigo ichie* yang mengandung makna menghargai dalam setiap kesempatan (Genshitsu & Shoshitsu, 2014). Kehidupan ranah pariwisata sebagai wujud penerapan *hospitality*, salah satunya dengan mengkolaborasikan konsep *tachiba* & Tri Hita Karana (Andriyani, 2022). Tidak saja dalam ranah pariwisata yang menjadikan konsumen sebagai hal penting dalam bidang pelayanan namun sebagai makhluk sosial, manusia sangat terikat oleh sesama di lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu secara umum, manusia sebagai peserta tutur wajib untuk memahami peran dan fungsi dari mitra tutur. Sehingga dengan adanya pemahaman diantara peserta tutur niscaya dapat terjalin komunikasi yang harmonis. Manusia memiliki dua muka yang wajib dipahami

bersama, dengan kata lain muka positif berkaitan erat dengan seseorang ingin dihargai sedangkan muka negatif identik dengan manusia tidak ingin direndahkan (Brown and Levinson, 1978; Jumanto, 2011). Oleh karenanya wajib saling menjaga muka (Yule, 1996; Mulyani, 2012; Nadar, 2009). Salah satu tindakan yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan tindak penyelamatan muka melalui penerapan strategi kesantunan diantaranya a) strategi tutur tanpa basa-basi, b) strategi dengan kesantunan positif, c) strategi dengan kesantunan negatif, d) strategi bertutur secara tidak langsung dan e) strategi diam. Dalam kajian pragmatik strategi kesantunan diterapkan dengan memperhatikan konteks situasi tutur yang tepat. Hal ini dikarenakan dengan konteks peserta tutur dapat memahami serta menafsirkan maksud yang tersirat dari ucapan tutur yang disampaikan (Mulyani, 2012:6; Andriyani, 2019). Maksud tersebut erat kaitannya dengan peserta tutur siapa saja, tutur ditujukan kepada siapa, jarak sosial, tingkat pembebanan dalam bertutur serta kekuasaan yang dimiliki oleh peserta tutur (Leech, 1983:13-14).

4.2 FENOMENA RAGAM BAHASA JEPANG SEBAGAI IMPLEMENTASI DARI HOSPITALITY RANAH PARIWISATA DI RESTORAN JEPANG

Beberapa restoran khas Jepang yang dipakai obyek penelitian dengan tindak kesopanan bertutur dalam memberikan pelayanan terhadap para wisatawan baik wisatawan domestik maupun manca negara khususnya wisatawan Jepang dapat dijabarkan sebagai berikut di bawah ini.

Restoran Sushi Kyuden (Jalan Sunset Road No.99, Kuta, Kecamatan. Kuta, Kabupaten Badung, Bali saat salah satu staf atas nama Virda diamati tindak tanduk dalam melayani wisatawan pada Senin, 16 Mei 2022, dia mengucapkan kata “*irasshaimase*” dengan arti selamat datang. Ujaran diucapkan sambil berjalan mengantar pengunjung ke tempat duduk yang tersedia. Setelah ujaran diucapkan diikuti dengan tangan kanan yang digerakkan untuk mempersilakan pengunjung ke tempat duduk tersebut. Beberapa karyawan lainnya juga melakukan hal yang sama setiap tamu yang datang. Salah satunya adalah Made (*waiter*) yang *stand by* di titik tertentu di ruangan dan ikut menyambut pengunjung dengan ujaran “*irasshaimase*” saat pengunjung dan saya (informan) berjalan melewatinya. Ketika pengunjung hendak pulang dari restoran, para karyawan tidak mengucapkan terima kasih menggunakan salam Jepang, melainkan hanya menggunakan bahasa Indonesia saja dengan ujaran “terima kasih”.

Situasi di atas jelas menggambarkan suasana pelayanan oleh staff restoran yang bernuansa keJepangan. Pelayanan terhadap wisatawan di beberapa restoran Jepang pada umumnya baik di Jepang maupun yang ada di Bali, standar pelayanan mengikuti kaidah kaidah keJepangan itu sendiri. Hal ini meliputi: sikap badan secara keseluruhan, mimik wajah, gestur, dan kecakapan berkomunikasi. Pada konteks di atas, walaupun wisatawan yang datang bukan orang Jepang namun para staff menggunakan ungkapan bahasa Jepang berupa “*irasshaimase*” yang artinya selamat datang.

Salah satu tujuan nuansa keJepangan yang ditimbulkan oleh staff restoran Sushi Kyuuden adalah untuk meyakinkan para tamu bahwa kelas restoran yang dikunjungi adalah kelas menengah ke atas yang juga tentunya dengan selera masakan kelas tinggi. Kenyataan ini kalau dilihat dari sudut pandang bagaimana bahasa dan lingkungan sekelilingnya sebagai representasi suatu komunitas ataupun produk maka orang-orang yang terlibat di dalam produk atau komunitas tersebut digiring untuk memahami unsur budaya yang ada. Hal ini sejalan dengan pendapat Jendra, (2007: 22) yang menyatakan bahwa bahasa adalah alat kebudayaan yang sekaligus sebagai unsur kebudayaan yang tidak terpisahkan. Dalam hubungan bahasa

sebagai alat atau media kebudayaan lebih memungkinkan sebuah bahasa menjadi media lebih dari satu kebudayaan dibandingkan dengan keadaan sebaliknya. Hal itu dapat dipahami karena bahasa sesungguhnya merupakan kunci suatu masyarakat. Selain itu, bahasa juga merupakan alat utama dalam proses enkulturasi (belajar) khususnya dalam mempelajari kebudayaan.

Pengamatan pada restoran The Aburi Sushi Bali (Jalan Sunset Road Nomor 108A, Kuta, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali) saat diamati pada hari Selasa, 17 Mei 2022 salah satu staff atas nama Wirma mengucapkan kata “*douzo irrashaimase*”, “*arigatou gozaimasu*” yang artinya selamat datang dan terima kasih. Ujaran diucapkan sambil berjalan mengantar pengunjung ke tempat duduk yang tersedia. Setelah ujaran diucapkan diikuti dengan tangan kanan yang digerakkan untuk mempersilakan pengunjung ke tempat duduk tersebut. Beberapa karyawan lainnya juga melakukan hal yang sama setiap tamu berdatangan. Akan tetapi, karyawan lain mengucapkan “*Irasshaimase*” setelah terdapat aba-aba “*Douzo*” dari salah satu yang mengantar tamu tersebut. Salah satu karyawan lain yang mengucapkan “*Irasshaimase*” adalah Suma (*waiter*). Ketika pengunjung hendak pulang dari restoran, para karyawan lain mengucapkan “*Arigatou gozaimasu*” dan beberapa dari mereka mengucapkan “*Terima kasih*”, hanya saja, terdapat kesalahan pengucapan oleh staff, di mana ia mengucapkan “*Arigatou gozaimashou*”.

Melihat situasi di atas dapat dikatakan bahwa bahasa yang dikuasai staff restoran tidaklah sempurna entah itu karena tidak belajar secara benar atau hanya meniru tanpa melihat teks yang benar sesuai kaidah pelayanan terhadap wisatawan berbahasa Jepang. Di luar kemampuan berbahasa, para staff menunjukkan rasa hormat atau respek terhadap para tamu dengan gerakan atau ekspresi tubuh dan raut muka. Hal ini juga merupakan perwujudan pelayanan terhadap para pengunjung untuk memberikan kesan perhatian bahwa para pengunjung adalah “raja” yang perlu diperlakukan dengan sebaik baiknya. Tanpa pengunjung maka restoran tidak akan bertahan. Salah satu faktor penentu keberlangsungan sektor jasa adalah pelayanan, yang tentunya berkaitan dengan fasilitas, sarana dan prasarana, produk, dan pelayanan yang di dalamnya salah satunya komunikasi. Kaitan dengan komunikasi yang diberikn staff restoran The Aburi Sushi Bali, selain menggunakan bahasa Jepang, namun hal penting lainnya mereka telah melaksanakan sikap berbahasa sesuai pandangan Anderson (Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. (2004: 153) bahwa sikap berbahasa ada dua macam, yaitu (1) sikap kebahasaan, dan (2) sikap nonkebahasaan, seperti sikap politik, sikap sosial, sikap estetis, dan sikap keagamaan. Kedua jenis sikap ini (kebahasaan dan nonkebahasaan) dapat menyangkut keyakinan atau kognisi mengenai bahasa. Maka dengan demikian, menurut Anderson, sikap bahasa adalah tata keyakinan atau kognisi yang relatif berjangka panjang, sebagian mengenai bahasa, mengenai objek bahasa, yang memberikan kecenderungan kepada seseorang untuk bereaksi dengan cara tertentu yang disenangi).

Kalau dilihat lagi bahwa para staff di Aburi Sushi Bali, mereka tidak merasa perlu untuk menggunakan bahasa secara cermat dan tertib, mengikuti kaidah yang berlaku. Mereka cukup merasa puas asal bahasanya dimengerti lawan tuturnya dalam hal ini para pengunjung. Tidak adanya kesadaran akan adanya norma bahasa membuat orang-orang seperti itu tidak merasa kecewa dan malu kalau bahasa yang digunakannya kacau balau. Bila ditegur, mereka malah akan mengatakan, "norma-norma adalah urusan para guru dan ahli bahasa, bukan urusan kita, orang awam".

Kunjungan berikutnya pada Rabu, 18 Mei 2022 di Restoran Marugame Udon (Simpang 6, Jl. Teuku Umar No.141, Dauh Puri Klod, Denpasar Barat, Denpasar City, Bali) mengamati dan berkomunikasi

dengan staff pada umumnya. Di restoran ini para pelayan tidak melayani pengunjung dengan ujaran maupun gestur orang Jepang. Pengunjung dan para pengunjung lainnya yang datang tidak pula disambut di pintu depan, melainkan langsung berbaris di depan karyawan yang menyiapkan makanan (semacam seperti sistem makan di kantin). Salah satu karyawan yang menyiapkan makanan adalah Sugi Arsana, yang juga memproses orderan dengan bahasa Indonesia sepenuhnya. Setelah itu, para pengunjung membawa makanan yang telah dipesan untuk dibayar di kasir yang dijaga oleh Ema (*cashier*), yang juga melayani dengan bahasa Indonesia sepenuhnya. Ketika pengunjung hendak pulang dari restoran, para karyawan tidak mengucapkan apapun.

Situasi pelayanan di atas nampaknya kalau melihat nama restoran yang bernuansa Jepang maka bayangan kita pelayanannya juga berkhias Jepang dengan segala identitas yang ditampilkan seperti: bahasa, sikap, mimik wajah, dan bahkan lingkungan seperti sound sistem juga bernuansa Jepang. Namun kenyataannya tidaklah demikian, justru yang nampak adalah situasi seperti tipe prasmanan yang memilih makanan sendiri. Melihat kenyataan ini bisa dikatakan bahwa restoran ini hanya menggunakan nama bernuansa Jepang hanya untuk identitas dengan tujuan promosi, dalam hal ini wacana kejepangan yang dimunculkan hanya untuk menarik pengunjung. Hal lainnya yang memegang peranan penting dalam pelayanan adalah adanya komunikasi. Dalam hal ini para staff perlu berkomunikasi baik dari penyambutan kedatangan pengunjung, sampai mereka meninggalkan restoran. Tanpa komunikasi yang baik maka selain tidak tercapainya kesamaan pandangan akan suatu hal, dalam hal ini akan menimbulkan kesan yang kurang bagus terhadap restoran itu sendiri.

Berkenaan dengan komunikasi, Kuserdyana, (2013: 28) menegaskan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan pesan atau makna dari pengirim kepada penerima. Manusia dapat menggunakan berbagai sarana atau alat untuk mengungkapkan atau mengkomunikasikan pikiran, perasaan dan keinginannya kepada manusia lain. Sarana tersebut dapat dilakukan melalui komunikasi verbal ataupun nonverbal. Setiap budaya memiliki aturan tentang cara masyarakatnya melakukan komunikasi tersebut, baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal. Bahasa merupakan alat utama yang digunakan budaya untuk menyalurkan kepercayaan, nilai, dan norma. Bahasa merupakan alat bagi setiap orang untuk berinteraksi dengan orang-orang lain dan juga sebagai alat untuk berpikir. Maka, bahasa berfungsi sebagai suatu mekanisme untuk berkomunikasi dan sekaligus sebagai pedoman untuk melihat realitas sosial. Sangat jelas pandangan Kuserdyana di atas mengenai pentingnya komunikasi. Apabila dalam suatu jasa khususnya restoran tanpa adanya komunikasi yang baik, berupa verbal maupun non verbal, bisa jadi selanjutnya para pengunjung tidak lagi ke tempat yang sama walaupun misalnya rasa dan harga di suatu restoran bisa diterima.

Senin, 23 Mei 2022 mengadakan penelitian di Okinawa Sushi Bali (Jalan Mohammad Yamin V, Kelurahan Panjer, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali). Salah satu pelayan atas nama Markus mengucapkan “*onegaishimasu*”, “*irasshaimase*”, dan “*arigatou*” yang artinya mohon, selamat datang, dan terima kasih. Informan membuka pintu dan mempersilakan pengunjung untuk masuk sambil mengucapkan “*Onegaishimasu*”. Setelah informan memberikan aba-aba “*Onegaishimasu*” tersebut, para karyawan lain beramai-ramai menyambut pengunjung dengan mengucapkan “*Irasshaimase*” dengan nada suara yang bersemangat. Ketika pengunjung hendak pulang dari restoran, beberapa karyawan mengucapkan “*Arigatou*” dan beberapa karyawan lainnya mengucapkan “*Terima kasih*”. Sama halnya

seperti saat pengunjung tiba, para karyawan menunjukkan gestur yang bersemangat ketika pengunjung hendak meninggalkan restoran.

Situasi di restoran Okinawa Shushi Bali, baik dari sikap dan bahasa yang digunakan para staff dalam bertindaktutur mencerminkan adanya nuansa kejepangan. Salah satu tujuan dari penciptaan nuansa kejepangan tersebut adalah kepuasan dan kesan yang ingin ditinggalkan kepada para pengunjung. Hal ini penting karena salah satu penyebab kedatangan pelanggan adalah pelayanan yang meninggalkan kekhasan dan kesan baik. Bisa juga menjadi salah satu alat promosi untuk memberikan testimoni kepada calon pengunjung selanjutnya.

Para staff di Okinawa Sushi Bali selain menampilkan komunikasi verbal dengan beberapa ungkapan bahasa Jepang, mereka juga menampilkan komunikasi non-verbal sebagai wujud pelayanan berupa tindak tutur dari sikap untuk meninggalkan kesan positif terhadap pengunjung. Berkaitan dengan komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh staff Okinawa Sushi Bali melalui sikap mereka dikuatkan oleh pandangan Kuserdyana, (2013: 34) yang menyatakan bahwa komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi yang menyiratkan pesan disampaikan tidak dengan menggunakan kata-kata melainkan menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata, penggunaan pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas-modalitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Para ahli di bidang komunikasi nonverbal biasanya menggunakan definisi "tidak menggunakan kata" dengan ketat, dan tidak menyamakan komunikasi nonverbal dengan komunikasi lisan.

Lebih lanjut Kuserdyana, (2013: 54) memberikan contoh bahwa orang Jepang ketika melakukan pembicaraan tidak melihat mata lawan bicara, tetapi melihat leher atau hidung lawan bicaranya. Contoh perilaku ini bukan berarti semua orang Jepang seperti itu ketika berbicara, bisa saja dan sangat mungkin ada juga orang Jepang yang selalu menatap mata lawan bicaranya secara tajam kepada lawan bicaranya ketika berbicara atau berkomunikasi. Tetapi karena orang tersebut lahir dalam budaya tertentu yang mengajarkan cara tertentu dalam berperilaku, termasuk komunikasi nonverbalnya, kita dapat menjadi yakin bahwa suatu budaya memang menunjukkan ciri-ciri umum komunikasi nonverbalnya.

Restoran lainnya dikunjungi pada hari Selasa, 24 Mei 2022 ke Ryoshi Japanese Restaurant Sanur (Jalan Danau Tamblingan No.186, Sanur, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali). Para pelayan tidak melayani pengunjung dengan ujaran maupun gestur orang Jepang ketika para pengunjung bukan orang Jepang. Pelayan yang melayani pengunjung ketika tiba adalah Widya (*waitress*), yang menunjukkan gestur mempersilakan masuk, namun tidak mengucapkan kata-kata apapun. Selama melayani, Widya (*waitress*) menggunakan bahasa Indonesia dan pun halnya ketika pengunjung hendak meninggalkan restoran, Widya (*waitress*) mengucapkan “*Terima kasih*” dalam bahasa Indonesia.

Penggunaan bahasa sesuai dengan situasi dibarengi gestur yang dilakukan oleh staff restoran Ryoshi merupakan salah satu implementasi sikap penutur yang berbeda berdasarkan konteks dan situasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Jendra, (2007: 62) bahwa bahasa sebagai salah satu subsistem kebudayaan juga memiliki aturan-aturan dalam pemakaiannya. Karena adanya aturan berbahasa itulah melahirkan sikap penutur yang berbeda pada setiap situasi yang dihadapinya. Situasi pembicaraan yang sering disingkat situasi wicara (*speech situation*) meliputi faktor-faktor waktu, tempat, masalah yang dibicarakan, dan

peserta^pembicaraan. Perilaku wicara yang dilakukan oleh seseorang tentu memakai tata krama disesuaikan dengan tempat, waktu, masalah yang dibicarakan, dan melihat pula siapa yang diajak bicara. Dengan kata lain, setiap peristiwa wicara disesuaikan dengan situasi pembicaraan.

Ranah pariwisata, dalam konteks interaksi yang terjadi di restoran Jepang ketika berkomunikasi dengan wisatawan Jepang sangat memperhatikan tata cara pelayanan menurut standar budaya Jepang (Palandi, 2019). Sedangkan sistem pelayanan di warung tradisional mempunyai sistem berjualan yang berbeda karena tidak memfokuskan pada pelayanan namun langsung fokus pada pelayanan cepat agar konsumen mendapatkan apa yang diinginkan. Kondisi ini memberikan perbedaan secara jelas perbedaan pelayanan antara Warung tradisional dengan Minimarket (Wijayanti dan Wiranto, 2011: 2; Dewi; Astawa & Suditha, 2014). Sedangkan interaksi dalam ranah perdagangan tradisional terjalin interaksi sosial yang sangat tinggi tanpa basa-basi karena secara alami diantara peserta tutur telah tumbuh rasa persaudaraan, nilai gotong-royong saling menghargai, menghormati, empati dan simpati diantara peserta tutur (Syarifuddin, 2018). Berbeda dengan penggunaan strategi kesantunan ranah pendidikan terlihat secara jelas interaksi guru dengan murid menggunakan strategi kesantunan positif karena guru dapat berfungsi sebagai model kesantunan berbahasa dalam interaksi sosial di sekolah (Pramujiono & Nurjati, 2017). Selain itu dalam ranah pendidikan, kata ganti nama diri meskipun sebagai aspek kecil dalam bahasa melayu khususnya namun memiliki implikasi besar dalam proses komunikasi sehingga penggunaan kata ganti nama diri pada interaksi guru dan murid dapat digunakan sebagai bentuk strategi kesantunan berbahasa dalam berbagai etnik (Hamid; Abu & Zulkifley, 2015). Pembahasan di atas telah memberikan suatu gambaran bahwa strategi kesantunan berbahasa memiliki hubungan yang sangat erat dalam kualitas pelayanan kepada wisatawan dalam ranah pariwisata. Berdasarkan fenomena di atas maka perlu diteliti secara mendalam implementasi dari strategi kesantunan berbahasa staf restoran Jepang kepada wisatawan.

Penelitian dengan mengambil obyek penelitian berupa dialog antara staf restoran dengan wisatawan Jepang merupakan penelitian bersifat deskriptif kualitatif karena bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kesantunan berbahasa sebagai bentuk implementasi dari hospitality. Sumber data primer berupa dialog antara staf restoran dengan wisatawan selaku konsumen di sepuluh restoran Jepang berlokasi di kota Denpasar dengan intensitas pembeli sangat tinggi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dengan teknik pengumpulan data yaitu, merekam, menyimak dan mencatat, serta mewawancarai sepuluh staf restoran yang berada di Kota Denpasar. Penelitian ranah pariwisata ini merupakan penelitian kualitatif yang mendeskripsikan adanya fenomena penggunaan strategi kesantunan berbahasa Brown & Levinson (1978) pada dialog antara staf restoran Jepang dengan wisatawan. Strategi kesantunan yang tepat digunakan disesuaikan menurut konteks situasi masing-masing tutur merupakan bagian dari pelayanan ranah pariwisata. Artinya bahwa dengan strategi kesantunan dapat menghindari tindak pengancaman muka dari penutur yaitu staf restoran kepada wisatawan selaku mitra tutur. Sehingga strategi kesantunan dapat memberikan kenyamanan, terhindar dari konflik saat berinteraksi serta mampu memberikan perhatian dan pelayanan jasa secara maksimal. Tindakan ini merupakan bagian dari pelayanan jasa yang wajib dilakukan apalagi ketika berada di restoran Jepang yang memiliki etika pelayanan kepada konsumen yang sangat baik.

Lokasi penelitian berada di tiga kabupaten yang dominan kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara tinggi untuk menikmati makanan Jepang di restoran Jepang. Meskipun tidak berada di

Jepang, namun para penikmat masakan Jepang akan diberikan pelayanan seolah-olah berada di Jepang. Hal ini dikarenakan sistem pelayanan yang diberikan kepada konsumen disesuaikan dengan konsep omotenashi Jepang. Berdasarkan pada teori Brown dan Levinson, strategi kesantunan berbahasa positif menjadi satu poin dasar dalam memberikan pelayanan karena staf restoran berusaha untuk mendekatkan jarak dengan memberikan perhatian agar konsumen merasa nyaman dan kebutuhan makanan yang diinginkan dapat tersaji secara cepat dan aman.

4.3 IMPLEMENTASI STRATEGI KESANTUNAN DALAM WUJUD RAGAM HORMAT BAHASA JEPANG

Berikut adalah strategi kesantunan berbahasa yang ditemukan pada dialog antara staf restoran dan konsumen.

Konteks Situasi Tutur (1) :

Penutur : Waiter

Mitra Tutur : Wisatawan Jepang

Lokasi : Restoran Jepang

Waktu : 19:30 PM

Data Tuturan (1) :

Waiter : *Irrashaimase, onegai shimasu.*

“ Selamat datang, silakan”.

(Waiter lainnya) : *Irrashaimase.*

“Selamat datang”.

Wisatawan Jepang : *Hai konbanwa.*

Iya, Selamat Malam

Waiter : *San nin desu ne.*

Untuk tiga orang khan ya.

Wisatawan Jepang : *Hai sou desu.*

Iya Benar.

Waiter : *Achira ni goannai shimasu, haik douzo.*

	Akan saya antarkan menuju arah sana, silakan
Wisatawan Jepang	: <i>Arigatou gozaimasu.</i>
	Terima kasih
(Situasi Setelah selesai makan)	
Wisatawan Jepang	: <i>Sumimasen, oshiaharai wa genki de onegaishimasu.</i>
	Maaf, tolong pembayarannya menggunakan cash.
Waiter	: Hai, kashikomarimashita.
	Iya, Baiklah....
Wisatwan Jepang	: <i>Mata kimasu, gochisousamadeshita.</i>
	Datang lagi, terima kasih untuk makanan hari ini.
Waiter	: <i>Arigatou gozaimashita.</i>
(Waiter/waitress)	: <i>Arigatou gozaimashita</i>
	Terima kasih banyak.
Dialog pada data tuturan (1) merupakan interaksi antara waiter dengan wisatawan Jepang yang datang ke restoran tersebut. Pada awal pertemuan, waiter satu dan lainnya ikut menyambut dengan sangat ramah dan antusias. Kondisi ini merupakan wujud dari strategi kesantunan positif karena berusaha untuk mendekatkan jarak dan memberikan keramahan agar wisatawan merasa nyaman apaagi datang pertama kali ke restoran itu. Situasi di restoran tersebut. baik dari sikap dan bahasa yang digunakan para staf dalam bertindak dan bertutur mencerminkan adanya nuansa keJepangan. Salah satu tujuan dari penciptaan nuansa kejepangan tersebut adalah kepuasan dan kesan yang ingin ditinggalkan kepada para pengunjung. Hal ini penting karena salah satu penyebab kedatangan pelanggan adalah pelayanan yang meninggalkan kekhasan dan kesan baik. Bisa juga menjadi salah satu alat promosi untuk memberikan testimoni kepada calon pengunjung selanjutnya. Para staf di restoran selain menampilkan komunikasi verbal dengan beberapa ungkapan bahasa Jepang, mereka juga menampilkan komunikasi non-verbal sebagai wujud pelayanan berupa tindak tutur dari sikap untuk meninggalkan kesan positif terhadap pengunjung. Berkaitan dengan komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh staff <i>restoran</i> melalui sikap mereka dikuatkan oleh pandangan Kusherdyana, (2013: 34) yang menyatakan bahwa komunikasi nonverbal adalah proses komunikasi yang menyiratkan pesan disampaikan tidak dengan menggunakan kata-kata	

melainkan menggunakan gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, dan kontak mata, penggunaan pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas-modalitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. Selain itu strategi kesantunan negatif dapat ditemukan pada penanda kesantunan berbahasa menggunakan ragam hormat *sonkeigo* Tujuannya untuk menunjukkan rasa hormat secara langsung dengan cara meninggikan konsumen. Bentuk *sonkeigo* dapat dilihat pada kata *goannai shimasu, dan irasshaimase*. Bentuk *sonkeigo* dituturkan kepada orang yang memiliki kedudukan sosial lebih tinggi dari staf yaitu kepada konsumen dan dituturkan kepada orang yang belum dikenal dan belum memiliki kedekatan. Selain itu ragam hormat bentuk *teineigo* pada tuturan “*onagai shimasu, san nin desu ne, arigatou gozaimasu* digunakan untuk memberikan rasa sopan dalam semua kata-kata agar terdengar santun. Keinginan wisatawan untuk membayar secara cash juga sudah dipahami dengan baik. Bentuk pemahan ini merupakan bagian dari strategi kesantunan positif. Peserta tutur baik staf restoran maupun wisatawan Jepang sama-sama menggunakan tingkat tutur ragam hormat sehingga interaksi dapat berjalan baik sampai akhir interaksi ditutup dengan keinginan wisatawan untuk datang kembali ke restoran itu dan merasa apa yang telah dipesan sesuai harapan.

Konteks Situasi Tutur (2) :

Penutur : Waiter

Mitra Tutur : Wisatawan Lokal dari Jakarta

Lokasi : Restoran Jepang

Waktu : 19:30 PM

Data Tuturan (2) :

Pengunjung : Selamat sore saya mau makan sendiri.

Waitress : Ya selamat sore pak, silahkan lewat sini,
Bapak mau ruangan *non smoking* atau yang *smoking*?

Pengunjung : Saya tidak merokok.

Waitress : Baiklah, mari saya antarkan, silahkan ikuti saya.
Silakan bapak, ini menunya. Nanti kalau sudah fixs
silahkan tekan tombol ini.

Pengunjunga : Set Menu A dua yaaaa

Waitress : Baik Pak, set menu A dua set yaaaa

Pengunjung : iya

Waitress : Baik mohon berkenan menunggu

Silakan dinikmati bapak..... dua set menu A

(Saat pengunjung akan meninggalkan restoran)

Pengunjung : Bayarnya di sana ya?

Waitress : Betul bapak, mari saya antar, mohon dicek lagi agar

tidak ada yang ketinggalan.

Pengunjung : Terima kasih atas pelayannya.

Waitress : Terima kasih banyak bapak, kami

Menunggu kedatangannya lagi.

Konteks situasi tutur (2) merupakan dialog antara pengunjung lokal dan waitress yang berlokasi di salah satu restoran Jepang di Kota Denpasar. Pada awal kunjungan sebelum staf menyapa mengucapkan salam *irassaimase* ‘selamat datang’ tiba-tiba pengunjung datang dan mengatakan ‘saya mau makan sendiri’. Sebagai bentuk pelayanan dengan cepat waitress merespon dengan menyapa dan mempersilahkan pengunjung untuk segera menuju meka makan yang kosong. Respon dengan penuh perhatian ini merupakan salah satu bentuk implementasi dari strategi kesantunan positif, didukung strategi kesantunan negatif pada penggunaan kata ‘Bapak’ sebagai penghormatan kepada pengunjung yang belum dikenal dan menanyakan dengan kalimat interogatif ruangan yang diinginkan. Selain itu, waitress juga memberikan rasa simpati untuk terjalin kerjasama dan keharmonisan antara waitress dengan pengunjung. Hal ini tampak pada situasi waitress mempersilakan pengunjung untuk membuka menu dan memilih sesuai keinginan tanpa ada unsur paksaan. Bentuk perhatian sampai akhir interaksi masih tetap diterapkan waitress kepada pengunjung. Terlihat jelas respon pengunjung akan datang kembali ke restoran ini karena merasa nyaman.

Pada dasarnya restoran ini bernuansa Jepang baik pelayanan dan menunya terdiri dari menu Jepang dan pemiliknya juga orang keturunan Jepang. Dalam pelayanan, para staff menyesuaikan dengan kedatangan pengunjung artinya meskipun pengunjung bukan orang Jepang namun disambut dengan nuansa kejepangan. Walaupun tidak menggunakan bahasa Jepang terhadap pengunjung non-Jepang, namun sikap gertur mereka menunjukkan nuansa kejepangan. Hal ini penting karena selain mempertahankan kualitas pelayanan, juga bertujuan untuk memiliki ciri khas dari restoran ini. Penggunaan bahasa sesuai dengan situasi dibarengi gestur yang dilakukan oleh staff restoran Ryoshi merupakan salah satu

implementasi sikap penutur yang berbeda berdasarkan konteks dan situasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Jendra, (2007: 62) bahwa bahasa sebagai salah satu subsistem kebudayaan juga memiliki aturan-aturan dalam pemakaiannya. Karena adanya aturan berbahasa itulah melahirkan sikap penutur yang berbeda pada setiap situasi yang dihadapinya.

Konteks Situasi Tutar (3) :

Data Tuturan (3):

Penutur : Waiter

Mitra Tutar : Wisatawan Lokal dari Denpasar

Lokasi : Restoran Jepang

Waktu : 19:30 PM

Data Tuturan (3) :

Pelayan : *Irasshaimase*, Maaf, untuk berapa orang?
“selamat datang”.

Pengunjung : Kami berempat, ada meja yang kosong di dalam?

Pelayan : Silakan masuk bu, disebelah sana masih kosong

Pengunjung : Baik.

Pelayan : Ini menunya apakah langsung pesan atau nanti dipilih dulu?

Pengunjung : nanti saya panggil ya

Pelayan : Baik bu

Pengunjung : Permisi, bisa pesan sekarang?

Pelayan : baik silakan mau pesan apa bu?

Pengunjung : Paket tempura satu, paket teriyaki satu dan takoyaki satu

Minumnya : Soft drink coca cola dua dan green tea dua ya

Pelayan : Baik bu, saya ulangi lagi Paket tempura satu, paket teriyaki satu dan takoyaki satu

Minumnya soft drink coca cola dua dan green tea dua ya, silakan ditunggu

(pengunjung menunggu dan tak lama kemudian makan datang)

Pelayan : Permisi.... Silakan dinikmati

Pengunjung (setelah makan tampak memanggil pelayan), Boleh minta bill

Pelayan: Baik bu ditunggu

Silakan totalnya Rp. 245.000 mohon dicek kembali

Pengunjung : saya bayar pakai cash saja...

Pelayan : Baik uangnya pas ya bu, terima kasih banyak, silakan datang Kembali.

Dialog antara pelayan dan pengunjung terjadi di restoran. Pengunjung adalah wisatawan lokal yang berasal dari Denpasar. Situasi restoran ala Jepang sehingga secara tidak langsung pengunjung berpikir bahwa pelayanan yang diberikan juga memiliki ciri khas Jepang dengan segala identitas yang ditampilkan seperti: bahasa, sikap, mimik wajah, dan bahkan lingkungan seperti sound sistem juga bernuansa Jepang. Selain itu, hal lainnya yang memegang peranan penting dalam pelayanan adalah adanya komunikasi. Pada konteks ini staf sangat ramah dan memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung dari penyambutan, sampai mereka meninggalkan restoran. Strategi ini merupakan salah satu contoh penerapan dari strategi kesantunan positif ketika mendekatkan jarak serta memberikan perhatian sebagai wujud pelayanan kepada pengunjung. Strategi ini menjadi acuan dasar untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Komunikasi, menurut pandangan Kusherdyana, (2013: 28) menegaskan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan pesan atau makna dari pengirim kepada penerima. Manusia dapat menggunakan berbagai sarana atau alat untuk mengungkapkan atau mengkomunikasikan pikiran, perasaan dan keinginannya kepada manusia lain. Sarana tersebut dapat dilakukan melalui komunikasi verbal ataupun nonverbal. Setiap budaya memiliki aturan tentang cara masyarakatnya melakukan komunikasi tersebut, baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal. Bahasa merupakan alat utama yang digunakan budaya untuk menyalurkan kepercayaan, nilai, dan norma. Bahasa merupakan alat bagi setiap orang untuk berinteraksi dengan orang-orang lain dan juga sebagai alat untuk berpikir. Maka, bahasa berfungsi sebagai suatu mekanisme untuk berkomunikasi dan sekaligus sebagai pedoman untuk melihat realitas sosial.

Strategi kesantunan ranah pariwisata yang diterapkan di restoran Jepang saat berinteraksi dengan pengunjung baik wisatawan lokal maupun mancanegara, yaitu Jepang, secara umum menerapkan strategi kesantunan positif dalam bentuk perhatian, pelayanan yang ramah dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang baik menurut standar Jepang, diantaranya salam menggunakan bahasa Jepang dengan menerapkan tingkat tutur hormat serta pelayanan cepat. Selain itu ditunjang dengan penggunaan strategi kesantunan negatif dengan menuturkan kata kata hormat, penggunaan kalimat interogatif agar tidak

terkesan memaksa ketika menyapa wisatawan lokal maupun mancanegara dan penggunaan ragam hormat dengan wisatawan Jepang. Meskipun pengunjung yang datang tidak saja berasal dari wisatan mancanegara namun juga dikunjungi wisatawan lokal namun pilihan kata ketika menyambut pengunjung menggunakan salam sapaan Jepang dengan menuturkan ‘irasshaimase’ (selamat datang) agar terkesan berada dalam suasana ketika berada di Jepang. Walaupun tidak menggunakan bahasa Jepang terhadap pengunjung non-Jepang, namun sikap gertur mereka menunjukkan nuansa kejepangan. Hal ini penting karena selain mempertahankan kualitas pelayanan, juga bertujuan untuk memiliki ciri khas dari restoran ini. Tindakan ini merupakan salah satu implementasi dari *hospitality* karena pelayanan merupakan dasar utama untuk menjalin interaksi yang baik kepada konsumen.

4.4 PENGANTAR SOR SINGGIH BASA BALI

Penggunaan sistem bahasa yang memiliki tingkatan atau disebut dengan *Sor Singgih Basa Bali*. Berdasarkan fungsinya sebagai alat komunikasi yang digunakan dalam situasi formal maupun nonformal, Bahasa Bali digunakan oleh masyarakat Bali dalam kegiatan adat dan agama (Suwendi, 2016). Kehidupan masyarakat Bali menganut sistem stratifikasi atau pelapisan masyarakat secara tradisional berdasarkan garis keturunan kelahiran yang disebut dengan istilah *Wangsa*. *Wangsa* di Bali dapat diklasifikasikan menjadi empat, yaitu *Brahmana*, *Ksatria*, *Wesya* dan *Sudra*. Sedangkan pelapisan masyarakat secara modern dapat dilihat berdasarkan status pendidikan, kepangkatan, keahlian, dan kekuasaan (Adnyana, 2014).

Penggunaan *Sor Singgih Basa Bali* sangat ditentukan oleh status sosial baik Pn maupun MT menurut stratifikasi masyarakat secara tradisional maupun modern. Implementasi dari *Sor Singgih Basa* dapat diketahui melalui pilihan kata yang digunakan Pn kepada MT. Dalam kehidupan masyarakat Bali khususnya, wajib menggunakan bahasa Bali sebagai alat komunikasi apalagi dalam upacara adat. Penggunaan bahasa Bali yang baik apabila sesuai dengan sistem *Anggah-ungguhing basa Bali*. Bahasa tersebut dikatakan benar apabila sesuai dengan kaidah atau norma kebahasaan yang berlaku dalam bahasa Bali (Suwendi, 2016). Hal ini memberikan suatu gambaran bahwa bervariasinya penggunaan *Sor Singgih Basa Bali* dalam interaksi mengakibatkan adanya gradasi dalam penggunaan *Sor Singgih Basa Bali* yang disesuaikan oleh konteks situasi dalam bertutur. Misalnya seorang staf berbicara dengan atasannya dalam situasi resmi, maka penanda bahasa yang digunakan adalah *alus singgih Bapak Dekan, jagi lunga kija niki?* ‘Bapak Dekan, hendak pergi kemana?’ Pilihan kata *jagi lunga* ‘hendak pergi kemana’ merupakan bentuk *alus singgih* yang bertujuan untuk menghormati bapak Dekan yang memiliki status kekuasaan lebih tinggi dibandingkan staf. Terjadi gradasi penanda bahasa dari *alus singgih* ke *basa alus madia*, pada respons bapak Dekan *Tiang pacang ka aula* ‘Saya akan ke aula’. *Basa madia* digunakan oleh bapak Dekan yang status sosialnya lebih tinggi ketika bertutur dengan staf yang status sosialnya sebagai staf. Seiring dengan proses interaksi, staf menjawab pertanyaan bapak Dekan menggunakan *alus sor*. Hal ini mempertimbangkan bahwa staf sebagai orang pertama jika berbicara tentang dirinya sendiri akan menggunakan bahasa *Bali alus sor*. Pilihan kata *titiang* ‘saya’ pada kalimat *Inggih malih jebos titiang merika* ‘Ia sebentar lagi saya ke sana’ merupakan salah satu bentuk merendahkan diri dengan tujuan untuk menghormati MT yaitu Bapak Dekan (Suwendi, 2016).

Bahasa Bali mengenal adanya tingkatan bahasa sama dengan bahasa Jawa dan juga Jepang. Namun

tingkatan bahasa Bali sangat ditentukan oleh stratifikasi sosial masyarakat secara tradisional, yang diklasifikasikan menjadi masyarakat golongan atas dan golongan bawah dan modern berdasarkan kekuasaan, pendidikan, dan status sosial (Kersten, 1970: 4; Tika, Suastra, Seri Malini, Darmasetiyawan, 2015).

Menurut para peneliti sebelumnya istilah tingkatan bahasa dipadankan menjadi berbagai istilah yaitu diantaranya, tingkatan bahasa dipadankan menjadi warna-warna bahasa (Kersten, 1970) berfungsi untuk menunjukkan perilaku berbahasa masyarakat Bali selaku penutur kepada mitra tutur maupun pihak ketiga sebagai objek tuturan yang menggunakan ragam bahasa *basa kasar*, *basa alus*, *basa singgih*, dan *basa ipun*, tingkatan bahasa yang dipadankan dengan istilah *mabasa*, *masor-singgih basa* (Bagus, 1977; Tinggen, 1986; Suarjana, 2010) artinya digunakan oleh penutur ketika berkomunikasi untuk menunjukkan kesopansantunan dalam berbahasa menurut aturan *speech level* dalam bahasa Bali. Selain itu dapat dipadankan dengan *unda usuk* (Bagus, 1979), kemudian *angguh-ungguhing basa Bali* (Naryana, 1983:30) dan *rasa basa bahasa Bali* (Suasta, 2003).

Sementara itu, Bagus (1977) menggunakan istilah *mabasa* maupun *masor-singgih basa* untuk menyatakan norma sopan santun berbahasa (*speech level*) dalam masyarakat Bali. Istilah *mabasa* secara lebih spesifik diartikan cara berbahasa sesuai dengan sistem budaya yang berlaku dalam kehidupan masyarakat Bali berdasarkan wangsa (1977: 91). Wangsa adalah gelar kebangsawanan yang diperoleh sejak lahir berdasarkan faktor keturunan. Wangsa dalam stratifikasi masyarakat Bali dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu *brahmana*, *ksatria*, dan *wesya*. Dalam interaksinya, seorang Pn yang bukan berasal dari golongan *catur wangsa* ¹wajib menggunakan bentuk hormat (*halus*) kepada MT yang memiliki wangsa tinggi. Berbeda dengan mereka yang terlahir bukan dari golongan *Tri wangsa* atau disebut dengan golongan *sudra* atau *jaba* dalam tuturannya seorang Pn tidak wajib menggunakan bahasa alus namun tetap menyesuaikan status sosial dari MT atau pihak ketiga sebagai golongan *jaba* (Kersten, 1970: 91; Tika, Suastra, Seri Malini, Darmasetiyawan, 2015). Proses penggunaan tingkat tutur basa Bali dapat dikatakan mengalami gradasi dan ditentukan oleh stratifikasi sosial masyarakat secara tradisional maupun modern. Sedangkan di Jepang, tingkat tutur *speech level* tidak digunakan sebagai pedoman dalam berkomunikasi sehari-hari, tetapi lebih dominan digunakan dalam domain bisnis. Dalam domain bisnis di Jepang, penggunaan penanda tingkat tutur bukan berdasarkan stratifikasi masyarakat secara tradisional seperti yang berlaku di Bali yang masih tetap lestari berdasarkan wangsa, tetapi di Jepang stratifikasi masyarakat sudah modern. Artinya, dalam domain bisnis Pn dalam menentukan penggunaan penanda tingkat tutur sangat memperhitungkan posisi. Ketika posisi MT lebih tinggi dibandingkan Pn secara otomatis pilihan penanda tingkat tutur adalah bentuk *sonkeigo*.

4.5 Tingkat Tutur Bahasa Bali

Bahasa Bali merupakan bahasa ibu bagi masyarakat Bali. Bahasa daerah ini digunakan oleh masyarakat Bali sebagai alat komunikasi dalam berbagai aktivitas sosial mencakup berbagai aspek kehidupan pada bidang ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, pertahanan, dan keamanan. Bahasa daerah Bali sebagai cerminan komunitas dari segala aspek kehidupan di Bali yang berlandaskan seni dan budaya Bali. Oleh

karena itu, bahasa Bali masih tetap dilestarikan dan digunakan dalam berkomunikasi sehari-hari. Bahasa Bali mengenal tingkat tutur *basa Bali* yang disebut dengan *Sor Singgih Basa Bali*. Tingkatan *Sor Singgih Bgasa Bali* digunakan oleh suku Bali sebagai alat komunikasi mencerminkan tingkatan penutur bahasa tersebut (Narayana, 1984:19). *Tri wangsa* adalah sistem kebangsawanan yang dibawa oleh seseorang sejak lahir terdiri atas tiga jenis yaitu *brahmana* golongan masyarakat yang berkewajiban pada bidang keagamaan seperti pendeta, sulinggih, *ksatria* merupakan golongan masyarakat yang bertanggung jawab dalam urusan pemerintahan misalnya, raja, pejabat, *wesya* memiliki tanggung jawab urusan kesejahteraan masyarakat seperti pedagang dan *catur wangsa* penggolongannya adalah *tri wangsa* ditambah dengan golongan *sudra* 'golongan kasta bawah yang memiliki tugas sebagai golongan yang membantu golongan *tri wangsa*' (Hardy; Setiawan; Prayitno, 2016). *Sor Singgih basa Bali* adalah tingkatan-tingkatan yang erat kaitannya dengan tinggi rendahnya rasa berbahasa Bali. *Sor singgih basa Bali* lebih dikenal dengan istilah *Anggah Ungguhing Basa Bali*. Penggunaan *Sor Singgih Basa Bali* sangat memperhatikan posisi MT karena dengan mengetahui identitas dan status seseorang, maka Pn akan mampu dengan mudah memilih penggunaan tingkat tutur yang tepat (Tinggen, 1994:1). Pemilihan dan penggunaan tingkat tutur yang tepat disesuaikan dengan konteks yang mengikuti setiap tuturan tersebut agar tidak mengancam muka MT. Masyarakat Bali dengan filosofi konsep *Tri Hita Karana* mengandung makna bahwa masyarakat Bali ingin menjalin hubungan yang seimbang baik dengan pencipta, alam sekitar dan sesama manusia. Oleh karena itu, sangat memperhatikan status MT agar tidak terjadi tindakan pengancam muka ketika bertutur.

Selain budaya, masyarakat Bali memiliki moral yang luhur sehingga masyarakat Bali dikatakan sebagai masyarakat berbudaya yang cinta damai dan tuturannya pun sangat santun. Pada penelitian Sartini (2016), kesantunan berbahasa disampaikan secara verbal, ditemukan bahwa kesantunan verbal bertujuan untuk (a) menciptakan atau memelihara hubungan sosial dengan menggunakan bahasa fatis; (b) melestarikan aturan etika sosial. Oleh karena itu, diaspora orang Bali yang berada di wilayah Jawa Timur, menggunakan berbagai strategi dalam berbahasa Bali. SK berbahasa dipresentasikan lewat SK positif dan kesantunan negatif. Dalam konteks formal, kecenderungannya adalah penggunaan SK negatif. Kesantunan negatif juga ditandai dengan penggunaan *bahasa Bali Alus*. Pemakaian kesantunan (*politeness marker*) berdasarkan pada *sor singgih basa Bali*. Ketidaktahuan dan ketidaktepatan dalam menggunakan *sor singgih basa Bali* akan berdampak dalam kualitas komunikasi yang terjadi. Penggunaan *sor singgih basa* mencerminkan tingkat kesantunan seseorang ketika berkomunikasi (Rai, 2018:1). Berbicara secara santun merupakan strategi komunikasi seseorang untuk dapat menjalin komunikasi harmonis sesuai dengan filosofi *Tri Hita Karana*, salah satunya adalah menjalin hubungan harmonis dengan sesama manusia menggunakan *Sor Singgih Basa Bali* yang tepat menurut konteks situasi yang mengikuti. Penggunaan *Sor singgih basa Bali* dapat diklasifikasikan menjadi lima, yaitu 1) *Basa Kasar*, 2) *Basa Andap*, 3) *Basa Madya*, 4) *Basa Alus*, dan 5) *Basa Mider* (Suarjana, 2008:82-88). *Basa kasar* merupakan tingkatan bahasa Bali paling bawah umumnya digunakan ketika dalam kondisi kesal, marah, dan biasanya dalam bentuk hujatan. Namun, tingkatan bahasa ini memiliki konteks penggunaan yang bergeser dari fungsinya. Sebelumnya *basa kasar* identik dengan makna negatif. Tetapi sekarang, meskipun mengandung kata-kata kasar namun sering dituturkan ketika bercanda dengan teman yang sudah akrab. Berbeda dengan *basa kasar*, tingkatan kedua adalah *basa andap*. Tingkatan *basa andap* umumnya digunakan penutur dalam situasi santai, pergaulan yang hubungannya sudah dekat namun masih mengantung kesantunan. Oleh karena itu, tingkatan bahasa ini lebih dikenal dengan *basa kasar sopan*. Tingkat tutur ini sering digunakan

oleh Pn di Bali yang memiliki status sosial lebih tinggi dibandingkan dengan MT. contohnya, antara orang tua dengan anak, guru dengan murid, serta atasan dengan bawahan.

Tingkatan yang ketiga adalah *basa madia*. Tingkatan basa Bali *madya* tergolong tingkatan menengah tidak kasar dan juga tidak terlalu hormat. Hal ini disebabkan oleh nilai rasa yang terkandung pada tingkatan ini berada diantara *basa Bali andap* dan *basa Bali alus*. *Basa madia* juga bisa digunakan oleh Pn yang status sosialnya lebih tinggi ketika bertutur dengan MT yang status sosialnya lebih rendah. Untuk tingkatan bahasa yang paling santun adalah *basa alus*. Dalam *basa alus* nilai rasa bahasa Pn kepada MT sangat tinggi digunakan dalam situasi resmi pada acara adat keagamaan. Dengan menerapkan *basa alus*, maka Pn dapat dikatakan telah menerapkan norma sopan santun, ramah, serta moral yang tinggi dihadapan MT. Berbeda dengan *basa alus* yang memiliki nilai rasa hormat yang tinggi, pada *basa mider* tidak mengandung tingkatan rasa baik halus maupun kasar sehingga sifatnya netral, bisa dituturkan kepada siapa saja dan dimana saja. Berikut adalah konsep inti dari penggunaan *Sor Singgih Basa Bali*, menurut Suarjana (2008:88-92).

- 1) Posisi penutur sebagai orang pertama (O1) dan mitra tutur sebagai orang kedua (O2) dan yang dibicarakan sebagai pihak ketiga (O3) dan semuanya berasal dari golongan bawah, maka tingkatan yang digunakan oleh pembicara adalah bahasa *Bali Andap*.

Contoh:

I Bapa anak suba adung, keto masih reraman Iluhe.

‘Bapak (saya) sudah sepakat, begitu juga orang tuamu.’

(Suarjana, 2008:88)

- 2) Posisi Penutur sebagai orang pertama (O1) memiliki status golongan bawah, sedangkan mitra tutur selaku pihak ke dua (O2) dan yang dibicarakan atau sebagai pihak ketiga (O3) sama-sama golongan atas, maka bahasa yang digunakan oleh O1 kepada O2 dan bahasa yang digunakan mengenai O3 adalah bahasa *alus singgih* sebaliknya untuk orang pertama jika berbicara tentang dirinya sendiri akan menggunakan bahasa *Bali alus sor*.

Contoh:

Rain idane taler nyarengin lunga makta anaman.

‘Adiknya juga ikut pergi membawa ketupat.’

(Suarjana, 2008:89)

- 3) Posisi Penutur selaku orang pertama (O1) sebagai golongan bawah, sedangkan MT (O2) golongan atas dan yang dibicarakan (O3) sebagai golongan bawah, maka bahasa yang digunakan oleh Pn (O1) kepada MT (O2) adalah bahasa Bali *alus singgih*. Sedangkan jika bertutur mengenai O1 dan O3, maka

bentuk yang digunakan adalah bahasa *Bali alus sor*.

Contoh:

Pianak ipun mangkin sampun mapaumahan.

‘Anaknya sekarang sudah berumah tangga.’

(Suarjana, 2008:91)

- 4) Posisi Penutur selaku orang pertama (O1) sebagai golongan bawah dan MT (O2) juga golongan bawah sedangkan yang dibicarakan (O3) golongan atas, maka bahasa yang digunakan oleh O1 kepada O2 adalah bahasa Bali *andap*. Berbeda halnya jika tuturan tentang O3 maka bahasa yang digunakan adalah bahasa Bali *alus singgih*.

Contoh:

Icang ajak cai sing dadi nulak pikayun Ida

‘Saya dan kamu tidak boleh menolak keinginan beliau.’

(Suarjana, 2008:92)

Konsep *Sor Singgih Basa Bali* dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu golongan atas dan golongan bawah (Kersten, 1976). Penggunaan *Sor Singgih Basa Bali* masih digunakan sampai saat ini namun konsep ini tidak saja berlaku secara tradisional, tetapi berkembang menjadi modern. Berikut ini akan dibahas secara rinci konsep pengelompokan masyarakat Bali.

5) Pengelompokan secara Tradisional

Pengelompokan masyarakat Bali dikatakan secara tradisional yaitu disebabkan oleh faktor keturunan karena Bali menganut patrilineal, sehingga sejak lahir memiliki garis keturunan yang dianut dari pihak laki-laki. Misalnya seorang anak lahir dari keturunan orang tua laki-laki bergolongan Ksatria maka di depan nama anak tersebut menyandang gelar *Anak Agung* begitu seterusnya. Dalam sistem tradisional, golongan teratas terdiri dari kaum yang berstatus *Triwangsa* yakni golongan *Brahmana*, golongan *Ksatria*, golongan *Wesya*, dan kelompok golongan paling bawah yang disebut dengan *Sudra*. Kondisi seperti ini terjadi dalam konteks adat, misalnya upacara adat *manusa yadya* (Menikah, potong gigi) dan upacara lainnya yang erat dengan urusan adat.

6) Pengelompokan secara Modern

Pengelompokan masyarakat Bali dikatakan secara modern apabila golongan atas dan golongan bawah antara *Tri wangsa* dan golongan Sudra memiliki peluang. Kesempatan yang sama dan status hanya diklasifikasikan secara pragmatis, tidak atas dasar kelahiran keturunan seperti dalam pengelompokan secara tradisional. Namun karena faktor kedudukan dan finansial serta jabatan, maka

sistem ini sudah mulai berkembang di Bali dan biasanya terjadi pada situasi formal seperti di perkantoran dan tempat-tempat resmi lainnya (Kersten, 1983; Suarjana 2010:85).

4.6 IMPLEMENTASI SOR SINGGIH BASA BALI DAN CAMPUR KODE PADA DIALOG PENJUAL & PEMBELI DI WARUNG TRADISIONAL

Konteks Situasi : Penjual memberitahukan pembeli tempat minuman dingin

Penutur : Penjual nasi campur

Mitra tutur : Pembeli

Usia Mitra Tutur : 40-45 Tahun

Usia Penutur : 35-45 Tahun

Lokasi : Warung nasi campur

Data Tuturan (1):

Penjual Nasi : Ya buk, berapa bungkus (menyapa pembeli yang baru datang ke warung)

Pembeli : Nasi campur bungkus dua

Penjual Nasi : Ya, tunggu ya...

Pembeli : Ada es batu buk?

Penjual Nasi : Coba liat di *freezer* kemarin masih dua bungkus.

Pembeli : Saya beli satu buk

Penjual Nasi : Nasi campurnya yang berapaan buk?

Pembeli : Rp. 10.000 an dua buk.

Penjual Nasi : (Membungkus nasi yang diminta pembeli), ini buk nasinya
Es batunya jadi?

Pembeli : Iya satu aja....

Penjual Nasi : Nasi dua sama es semuanya Rp. 24.000 aja

Pembeli : Uang Pas buk

Penjual Nasi : Iya, makasei yaaa

Analisis (1):

Data (1) merupakan interaksi antara penjual dan pembeli yang terjadi di warung makan. Saat ini warung makan merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan makanan yang siap untuk disantap. Warung makan tradisional menjual berbagai menu lauk-pauk dengan nasi yang disediakan tidak saja nasi putih namun nasi kuning ataupun olahan nasi misalnya, nasi sela (nasi putih dicampur dengan ketela) atau nasi jagung yang dapat dijumpai pada pagi maupun siang hari. Dialog diawali dengan kalimat sapaan. Penjual dengan sangat ramah menyapa pembeli yang datang. Pembeli meminta penjual untuk membungkus nasi campur. Namun karena penjual masih melayani pembeli sebelumnya maka penjual nasi meminta pembeli untuk menunggu. Ketika pembeli menanyakan es batu, penjual langsung meminta untuk melihat di *Freezer*. Kata *freezer* merupakan kosakata dalam Bahasa Inggris yang merujuk pada istilah “lemari pendingin”. Kosakata ini digunakan oleh penjual kepada pembeli karena selain sulit mencari padanan yang tepat, kosakata tersebut telah lazim diketahui oleh banyak dan secara umum sering digunakan dalam berinteraksi. Penggunaan kosakata Bahasa Inggris meskipun satu kata sekalipun, maka dapat dikatakan penjual nasi telah menggunakan campur kode ke luar karena telah menyisipkan unsur Bahasa asing dalam tuturannya. Kondisi ini sesuai dengan pandangan Nababan (1993:32) & Kridalaksana (1993:55) bahwa Ketika kondisi tindak bahasa terdapat percampuran ragam Bahasa maka dapat dikategorikan telah menerapkan campur kode.

Konteks Situasi (2):

Konteks Situasi : Penjual Nasi kuning melayani pembeli

Penutur : Penjual nasi kuning

Mitra tutur : Pembeli seorang perempuan dari kalangan Ksatria

Usia Peserta Tutur : 30-40 Tahun

Usia Penutur : 40-50 Tahun

Lokasi : Warung nasi kuning

Data Tuturan (2):

Penjual : (Sedang melayani pembeli sebelumnya)

Pembeli : Buk, nasi kuning bungkus **kalih nggih**

Penjual : Yee, bu gung, kirain siapa, tunggu dulu **nggih**

Pembeli : **Nggih**

Penjual : Nasi kuning yang brapaan **tiang** bungkus **niki nggih**?

Pembeli : Rp. 5000 an empat bungkus buk

Penjual : Oh, nggih. **Niki, sampun** (menyerahkan empat bungkus nasi).

Pembeli : Rp. 20.000 ribu **nggih**

Penjual : **Matur Suksma nggih** Bu Gung

Pembeli : **Nggih**

Analisis (2):

Interaksi antara penjual dan pembeli pada data (2) di atas terjadi di warung tradisional yang mengkhusus menjual nasi kuning. Warung ini sangat terkenal karena selain harganya murah, rasa masakan yang enak dan menuanya sangat bervariasi. Didukung dengan aneka camilan seperti krupuk ataupun kripik. Konteks situasi ini merupakan fenomena yang sering terjadi di Bali khususnya. Karena nasi kuning menjadi incaran para pekerja, siswa sekolah maupun ibu rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan sarapan pagi. Di awal tuturan, pembeli menuturkan kebutuhannya untuk membeli nasi bungkus sebanyak dua. Tuturan ini dapat ditunjukkan pada frasa *kalih nggih* yang mengandung makna “dua ya”. Frasa *kalih nggih* merupakan Bahasa Bali yang tergolong basa Alus madia yang umumnya digunakan kepada mitra tutur yang belum dikenal dengan baik serta kepada mitra tutur yang tergolong pada tri wangsa. Pembeli bernama bu Agung dalam klasifikasi tri wangsa ~ agung termasuk pada golongan wangsa ksatria. Sehingga pilihan kata “tiang, niki dan nggih” pada tuturan respon merupakan kosakata Bahasa Bali alus madia. Begitu pula kata “sampun” dan frasa “matur suksma”. Penggunaan Bahasa alus madia kepada mitra tutur dalam konteks ini disebabkan karena adanya stratifikasi masyarakat secara tradisional berdasarkan kelahiran atau disebut dengan Tri wangsa yang terdiri dari golongan Brahmana, Ksatria dan Wesya. Saat ini mengalami perkembangan sehingga stratifikasi masyarakat tidak saja secara tradisional namun secara modern berdasarkan pada status sosial ekonomi, pendidikan, keahlian serta kekuasaan (Kersten, 1970; Adnyana, 2014; Tika, Suastra, Seri Malini, Darmasetiyawan, 2015; Suwendi, 2016). Kata ~ agung merupakan panggilan kepada orang yang posisinya berada pada golongan Ksatria. Pada konteks situasi ini, penjual berada pada posisi Jaba wangsa sehingga penggunaan Bahasa Bali yang digunakan adalah termasuk Bahasa Bali alus sesuai dengan sor singgih Basa Bali. Kondisi ini memberikan suatu gambaran bahwa campur kode yang digunakan Ketika konteks situasi ini terjadi dominan menggunakan campur kode ke dalam yaitu, menyisipkan Bahasa Bali Ketika bertutur kepada pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa status mitra tutur juga dapat menentukan penggunaan campur kode ke dalam ketika berinteraksi.

Konteks Situasi (3):

Konteks Situasi : Penjual Nasi soto Sapi melayani salah satu konsumen (tetangga)

Penutur : Penjual Nasi soto Sapi

Mitra tutur : Pembeli seorang Laki-laki yang berasal dari Jawa Timur

Usia Mitra Tutur : 30-40 Tahun

Usia Penutur : 30-35 Tahun

Lokasi : Warung nasi soto sapi

Data Tuturan (3):

Penjual : Ye, ? (kaget) Mas Nono mau beli apa?

Pembeli : Nasi soto..... makan sini buk!.

Penjual : Nasi kukus ini mas, nasi yang di *Majic Jar* tidak buat

Pembeli : *Sing kenken* buk (tertawa)

“Tidak apa apa buk”

Penjual : *Seken ya sing kenken* (tertawa), *minumne* apa mas?.

Bene ya tidak apa-apa, minumannya apa mas?

Pembeli : Jeruk hangat aja buk

Penjual : *Misi Gule? Biasane* khan tidak suka manis.

Berisi gula? Biasanya khan tidak suka manis.

Pembeli : *Misi Bedik* aja buk.

Berisi dikit aja buk

Penjual : Ya...

Analisis (3)

Data tuturan (3) adalah interaksi antara penjual dengan pembeli yang sudah akrab karena pembeli merupakan tetangga. Meskipun pembeli bukan orang Bali namun mampu berkomunikasi menggunakan Bahasa Bali yang sederhana karena sudah lama tinggal di Bali. Campur kode yang ditemukan pada dialog di atas adalah campur kode campuran, yaitu terdiri dari Bahasa Inggris pada kata *Majic Jar*, Bahasa Bali pada frasa **Sing kenken** “Tidak apa apa”, Misi Gule “Berisi gula” serta frasa Misi Bedik ‘berisi sedikit serta adanya penggunaan pada kata **Seken ya “beneran ya”, minumne** ‘minumnya dan kata Biasane “biasanya”, didukung oleh tuturan berbahasa Indonesia. Kata *majic jar* pada konteks situasi Ketika penjual menjelaskan keadaan nasi yang dijualnya adalah nasi kukus sehingga tidak hangat karena tidak ada di dalam *majic jar*. Kata *majic jar* tidak memiliki padanan kata yang tepat. Namun karena pengetahuan yang di miliki oleh peserta tutur sama sehingga interaksi tersebut dapat berjalan dengan baik. Selain itu, pembeli mengutarakan humor dengan merespon menggunakan Bahasa Bali karena sudah memiliki kedekatan yang baik sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Meskipun penjual bukan asli orang Bali namun berusaha menggunakan Bahasa Bali ditambah dengan tuturan humor yang ditunjukkan dengan tertawa juga bertujuan untuk mendekatkan jarak diantara peserta tutur. Faktor yang melatarbelakangi penggunaan campur kode pada dialog di atas selain tidak ada padanan kata juga dipengaruhi oleh istilah yang lebih populer karena telah diketahui oleh masyarakat umum. Selain itu, campur kode untuk menyatakan humor agar terjalin hubungan yang lebih akrab (Suandi, 2014:147; Simatupang; Rohmadi & Saddhono, 2018).

Konteks Situasi (4):

Konteks situasi : (langganan) akan membeli jus mangga

Penutur : Pembeli seorang Laki-laki yang berasal dari Banyuwangi

Mitra tutur : Penjual Jus buah

Usia Mitra Tutur : 45-50 Tahun

Usia Penutur : 30-40 Tahun

Lokasi : Warung jus buah

Data Tuturan (4):

Pembeli : Bu Wayan....

Penjual : Gimana mas, beli apa

Pembeli : Jus mangga satu buk

Penjual : Hari ini tidak jualan, *blendernya* rusak

Pembeli : Oh begitu bu?

Penjual : *Sesuk wae tuku mas*

“Besok aja beli mas”

Pembeli : *Sesuk wes dadi* buk? Beli baru?

“Besok sudah bener buk?”

Penjual : Iya nanti saya mau keluar beli *blender* baru dulu

Pembeli : Jangan lama lama buk

Analisis (4):

Interaksi yang terjadi pada data (4) antara pembeli dengan penjual terjadi di warung jus buah. Warung tradisional tidak saja hanya menjual makanan dan lauk pauk, warung tradisional juga ada yang khusus menjual beraneka minuman. Pada konteks situasi di atas, pembeli sudah memiliki kedekatan diantara peserta tutur karena sudah saling mengenal satu sama lain. Pembeli adalah pelanggan jus buah yang sudah sering kali datang ke warung jus sehingga interaksi sudah tidak mengenal jarak sosial diantara kedua belah pihak. Pembeli langsung menyapa penjual dengan memanggil bu Wayan. Penjual pun merespon dengan sangat ramah dan menayakan kebutuhan pembeli. Namun keinginan untuk minum jus manga tidak dapat dipenuhi karena *blender* rusak. Kata *blender* merujuk pada alat atau mesin untuk membuat jus, kata ini merupakan kosakata Bahasa Inggris yang tidak memiliki padanan dalam bentuk satu kata Bahasa Indonesia. Konteks situasi ini memberikan gambaran bahwa penjual menggunakan campur kode ke luar karena telah menyisipkan kosakata dari Bahasa asing yaitu, Bahasa Inggris. Penjual menawarkan pilihan hari untuk membeli jus sebagai pengganti. Penjual menggunakan pilihan campur kode ke dalam saat bertutur dengan pembeli menggunakan Bahasa Jawa pada tuturan *Sesuk wae tuku mas* “Besok aja beli mas” untuk mengakrabkan suasana dan memberikan kesan humor. Dengan penggunaan campur kode ke dalam dapat mencairkan suasana dan menambah kesan akrab, meskipun pembeli kecewa karena tidak dapat membeli jus manga. Konteks situasi pada dialog di atas menggambarkan satu topik telah menerapkan penggunaan campur kode campuran dengan tujuan humor, situasi formal dan faktor kedekatan. Penggunaan campur kode selain dalam tataran klausa juga tataran frasa maupun kata banyak dijumpai pada interaksi (Suandi, 2014).

Konteks Situasi (5):

Konteks situasi : Pembeli datang untuk memesan nasi lawar sapi

Penutur : Pembeli seorang perempuan dari luar Bali

Mitra tutur : Penjual nasi lawar sapi

Usia Mitra Tutur : 60-65 Tahun

Usia Penutur : 40-45 Tahun

Lokasi : Warung nasi lawar sapi

Data Tuturan (5):

Penjual : (Diam sambil membungkus nasi pesanan pembeli sebelumnya)

Pembeli : Buk, masih?

Penjual : Nggih, Kari, bungkus napi ajeng driki?

“Iya, masih, dibungkus atau makan disini”?.

Pembeli : Bungkus dua Rp. 10.000 an

Penjual : Tunggu nggih. Masih banyak yang pesen.

“Tunggu ya”.

Pembeli : Iya buk.

(Setelah menyelesaikan pesanan sebelumnya, pedagang kembali bertanya)

Penjual : Ibuk tadi apa nggih?

“Ibuk tadi apa ya”?

Pembeli : Nasi lawar bungkus dua buk

Penjual : buk, nasinya medaging pedes?

“buk nasinya berisi pedas”?

Pembeli : Iya

Penjual : Niki buk

“Ini buk”.

Pembeli : Makasei buk

Analisis (5):

Dialog antara penjual dan pembeli di warung nasi lawar sapi pada data (5) merupakan interaksi ketika pembeli yang berasal dari luar Bali memesan nasi lawar kepada penjual yang usianya sudah senior dan berasal dari Bali. Bahasa Indonesia digunakan pembeli ketika memesan nasi lawar. Namun karena faktor kebiasaan konsumen yang membeli rata-rata berasal dari Bali serta komunikasi sehari-hari menggunakan bahasa Bali sehingga ibu penjual nasi lawar menggunakan bahasa Bali alus madia sebagai alat komunikasi. Pada tuturan “ bungkus napi ajeng driki?” meskipun pembeli tidak memahami makna tuturan secara keseluruhan, namun pilihan kata “bungkus” dalam bahasa Indonesia sudah mewakili maksud dari penjual. Disamping itu penjual dalam tuturannya telah mengimplementasikan campur kode ke dalam karena pada setiap akhir tuturan menambahkan kata ‘nggih’ yang bertujuan untuk mengkonfirmasi. Kata *nggih* merupakan pilihan ragam bahasa alus madia yang digunakan kepada mitra tutur yang belum dikenal ataupun kepada golongan Tri wangsa. Tuturan selanjutnya tidak saja menggunakan bahasa Indonesia namun didukung dengan frase bahasa Bali yaitu, *medaging pedes?* mengandung makna berisi pedas. Campur kode ke dalam sering digunakan penjual karena disebabkan oleh faktor kebiasaan berkomunikasi menggunakan bahasa Bali dan konsumen yang berkunjung rata-rata masyarakat lokal. Hal ini dikarenakan makanan tradisional yang dijual ibu tersebut adalah ciri khas masakan Bali. Pada konteks tersebut, berdasarkan hasil wawancara kepada pembeli selaku konsumen yang bukan berasal dari Bali namun telah menikah dengan laki-laki Bali sehingga makanan ini sudah terbiasa untuk dinikmati. Namun karena kemampuan berkomunikasi bahasa Bali sangat kurang sehingga dalam berinteraksi memilih menggunakan bahasa Indonesia. Meskipun penjual berkomunikasi dengan pembeli menggunakan bahasa Indonesia, namun beberapa kata tidak bisa dilepaskan dalam tuturannya. Hal ini membuktikan bahwa kebiasaan dan topik tuturan memegang peran yang sangat penting.

Konteks Situasi (6):

Konteks situasi : Pembeli datang bersama anak kecil yang mengenakan seragam sekolah untuk memesan nasi campur

Penutur : Pembeli bukan orang yang berasal dari Bali

Berkomunikasi dengan anak menggunakan Bahasa Jawa

Mitra tutur : Penjual nasi campur

Usia Mitra Tutur : 25-30 Tahun

Usia Penutur : 40-45 Tahun

Usia Anak : 5 Tahun

Lokasi : Warung nasi campur Bali

Data Tuturan (6):

Penjual : Nggih bu, bungkus napi ajeng

Napi ajeng driki?.

Iya bu, dibungkus atau makan

Makan di sini?.

Pembeli : Bungkus tiga ya bu, tidak pakai

Pakai sayur san sambel, lauknya

Abon ayam dan perkedel jagung

Penjual : Oh, *nggih*, tiga bungkus ya?

“Oh, iya, tiga bungkus ya?”.

(penjual membungkus nasi campur yang dipesan oleh pembeli)

Anak Pembeli: Ibuk...*iwak e* abon ayam

“Ibuk.... Lauknya abon

ayam”.

Pembeli (ibu) : *Meneng to, wes* dibungkus

“Diam dong, sudah

dibungkus”.

Penjual : *Iwak* abon enak,

senang to?.

Lauk abon enak, senang

ya”?.

Wes dibungkus (sambil

Tertawa)

“sudah dibungkus”.

Pembeli : (Tertawa)

Penjual : Ini bu, Rp. 30.000 ribu aja

Pembeli : Makasei ya bu

Penjual : Sama-sama (sambil melambaikan tangan tanda perpisahan kepada anak kecil)

Analisis (6) :

Dialog yang terjadi di warung nasi campur Bali merupakan interaksi antara penjual dan pembeli yang belum kenal sama sekali. Ketika itu pembeli datang Bersama dengan anak perempuan yang memesan nasi campur berisi lauk abon ayam. Mengawali interaksi penjual menyapa pembeli karena rata rata konsumen yang datang adalah orang Bali. Ketika penjual telah melayani pembeli sebelumnya, langsung mengarah kepada pembeli yang mengajak anak kecil tersebut dengan menggunakan Bahasa Bali. Penjual menuturkan Nggih bu, bungkus napi ajeng napi ajeng driki? “Iya bu, dibungkus atau makan di sini?”. Karena pembeli bukan orang yang berasal dari Bali sehingga tidak bisa berkomunikasi menggunakan Bahasa Bali. Pembeli selaku konsumen langsung menjelaskan menggunakan Bahasa Indonesia. Mendengar respon tersebut penjual pun langsung merespon menggunakan Bahasa Indonesia. Namun Ketika penjual mendengar interaksi yang terjadi antara ibu dan anak menggunakan Bahasa Jawa maka ibu penjual nasi campur pun menyapa anak perempuan kecil menggunakan Bahasa Jawa dengan menuturkan kalimat pengulangan yang telah dituturkan anak kecil tersebut. Tuturan Iwak abon enak, seneng to?. “Lauk abon enak, senang ya”?. Wes dibungkus “sudah dibungkus (sambil tertawa). Suasana semakin mendekat karena ibu penjual menyapa anak kecil menggunakan bahasa Jawa sambil tertawa. Dialog tersebut mendiskripsikan bahwa terjalin hubungan saling hormat-menghormati diantara kedua belah pihak. Mengawali tuturan ibu penjual menggunakan Bahasa Bali Ketika menyapa pembeli karena intensitas pembeli rata-rata berasal dari Bali sehingga Bahasa Bali alus Meskipun penjual adalah orang dari Bali namun penggunaan campur kode dapat memberikan suasana semakin harmonis. Campur kode pada penggunaan kata *nggih* merupakan wujud dari campur kode ke dalam karena mencampur bahasa Indonesia dengan Bahasa daerah Bali. Disamping itu mencampur Bahasa Indonesia dengan daerah Jawa terlihat pada tuturan *Iwak abon enak, seneng to?*. Tuturan tersebut hanya kata “enak” dan “senang” merupakan kosakata Bahasa Indonesia. Campur kode ke dalam pada penyisipan Bahasa Jawa bertujuan untuk humor kepada konsumen sehingga terjalin komunikasi dan saling kenal. Disamping itu, penjual menghargai konsumen yang bukan orang dari Bali. Menggunakan kata-kata berbahasa Jawa dalam tuturan sebagai wujud menghargai serta menghormati konsumen. Konteks situasi ini memberikan suatu gambaran

bahwa pilihan kata dengan menyisipkan Bahasa daerah baik Bahasa Bali dan Bahasa Jawa sangat ditentukan oleh konteks situasi serta tujuan dari penutur itu sendiri. secara umum tujuannya adalah untuk menjalin interaksi yang baik dan harmonis diantara peserta tutur.

Konteks Situasi Tutur (7) :

Penutur: Dagang Nasi Lawar Sapi (Perempuan)

Mitra Tutur : Pembeli Nasi Campur Lawar Sapi (perempuan)

Pukul: 16:30 Wita

Lokasi : Warung Nasi Lawar Sapi Denpasar Timur

Konteks : situasi warung ramai, Pembeli datang untuk membeli nasi lawar campur dibungkus

Data Tuturan (7) :

Pedagang : (Diam, karena senang fokus membungkus nasi untuk pembeli sebelumnya)

Pembeli : (Diam, menunggu pedagang selesai membungkus)

Pedagang : ibu, napi aturin? Ajeng driki napi bungkus?

Pembeli : bungkus tiga bu nasi campur

Pedagang: Nggih, medaging lawar putih napi merah

Pembeli : lawar putih manten buk

Pedagang : nggih (setelah selesai membungkus makanan, pedagang menyerahkan kepada pembeli)

Pembeli : Aji kude nika bu?

Pedagang : Rp. 30.000 ribu manten (mengambil uang pas)

Suksma bu...

**Dok (1) : Penjual Nasi lawar sedang melayani
konsumen**



Analisis Data (7):

Dialog yang dituturkan oleh peserta tutur pada data (1) terjadi di warung makan nasi lawar Kesiman. Warung ini menyediakan berbagai kuliner tradisional Bali diantaranya adalah nasi bubur Bali dan Nasi lawar sapi dengan citarasa ala masakan Bali. Para pembeli rata-rata orang Bali yang berada disekitar warung sehingga saling kenal dan pembeli diluar area penjual. Interaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli rata-rata menggunakan bahasa Bali karena menurut hasil wawancara pembeli adalah orang lokal (orang Bali) yang sudah dikenal maupun belum dikenal, sehingga komunikasi yang digunakan adalah bahasa Bali alus. Warung ini buka pada pukul 16:00 sampai habis. Pembeli rata-rata membeli nasi lawar dan bubur serta ada juga yang dimakan disana. Citarasa yang enak dan harga yang murah membuat warung ini selalu ramai. Karena penjual fokus mencampur bahan lawar dan sayur mengakibatkan para pembeli yang datang tidak disambut dengan cepat namun pembeli langsung menyatakan keperluan pembeli kepada penjual. Meskipun tidak direspon namun pembeli dengan setia menunggu. Setelah selesai membungkus pesanan pembeli sebelumnya satu persatu penjual bertanya kepada pembeli dengan

menuturkan “Ibu, napi aturin? Ajeng driki napi bungkus?” tuturan tersebut telah mengimplementasikan bahasa Bali alus dengan pilihan kata napi aturin. Penjual meskipun menggunakan tuturan pendek namun pelayanan cepat merupakan salah satu bagian dari hospitality penjual di warung kepada pembeli. Pembeli menggunakan Bahasa Indonesia namun penjual tetap menggunakan Bahasa Bali alus madia dengan pilihan kata ‘nggih dan “medaging”. Fenomena ini memberikan suatu gambaran bahwa penggunaan Bahasa Bali alus madia karena bersifat netral dengan tujuan untuk menghormati pembeli sebagai konsumen.

Kehidupan masyarakat Bali juga sangat terikat dengan kesantunan yang dapat diimplementasikan dengan penggunaan tingkatan bahasa atau disebut dengan sor singgih basa. *Sor Singgih Basa Bali* merupakan tingkat tutur yang digunakan oleh masyarakat Bali sebagai alat komunikasi dalam kegiatan adat dan agama baik pada situasi formal maupun nonformal. Penggunaan sor singgih basa merupakan wujud kesantunan yang berperan sebagai norma sosial (Seken, 2013). Kaidah atau norma kebahasaan sebagai dasar bertutur dalam kehidupan masyarakat Bali (Suwendi, 2016). Kehidupan masyarakat Bali mengenal adanya stratifikasi secara tradisional menurut garis keturunan kelahiran yang disebut dengan istilah *Wangsa*, diklasifikasikan menjadi empat, yaitu *Brahmana*, *Ksatria*, *Wesya* dan *Sudra*. Berbeda dengan stratifikasi secara modern dapat ditentukan menurut status pendidikan, kepangkatan, keahlian, dan kekuasaan (Kersten, 1970; Adnyana, 2014; Tika, Suastra, Seri Malini, Darmasetiyawan, 2015; Suwendi, 2016).

Stratifikasi sosial yang dimiliki oleh masyarakat sangat menentukan penggunaan tingkat tutur bahasa. Fenomena ini juga dapat ditemukan pada sistem kemasyarakatan Jepang, Namun yang membedakannya adalah Jepang mengenal adanya konsep uchi dan soto. Konsep *uchi* yaitu orang-orang yang sudah mempunyai hubungan dekat. Misalnya hubungan antarteman, antarkeluarga, antartetangga, hubungan dalam satu kelompok. Sedangkan konsep *soto* adalah orang-orang yang mempunyai hubungan yang tidak begitu dekat dengan orang lain. Misalnya hubungan dengan orang yang baru dikenal dan hubungan dengan kelompok lain (Lebra; Sugiyama & William, 1974; Lebra Sugiyama, 1976; Nakane Chie, 1998; Santoso, 2013). Dalam konsep uchi soto, penggunaan tingkat tutur sangat memperhatikan posisi seseorang dengan melihat status penutur, dengan siapa berbicara, dan siapa yang dibicarakan. Sehingga penggunaan tingkat tutur bahasa Jepang ragam hormat ‘keigo’ dominan digunakan dalam ranah bisnis (Santoso, 2013; Kurniawati, 2019; Rahayu & Hartati, 2020). Penggunaan ragam hormat merupakan salah satu bentuk implementasi dari strategi kesantunan berbahasa yang menjadikan muka sebagai dasar penutur untuk berkomunikasi guna menghindari tindak pengancaman muka. Strategi negatif menjadi pilihan yang tepat saat berkomunikasi dengan mitra tutur yang belum dikenal, memiliki status sosial lebih tinggi serta usia yang lebih senior dibandingkan penutur. Strategi kesantunan negatif merupakan strategi untuk menjaga muka negatif mitra tutur yang mengacu pada citra diri setiap orang secara rasional bahwa ingin dihargai dan tidak ingin harga dirinya dijatuhkan serta bebas melakukan semua tindakannya (Brown & Levinson, 1978). Penggunaan tingkat tutur merupakan penciri dari strategi kesantunan negatif yang digunakan oleh tidak saja Jepang namun juga Bali sebagai wujud penghormatan kepada mitra tutur. Namun penggunaan tingkat tutur di Bali berbeda dengan Jepang karena di Bali tidak mengenal konsep uchi soto sehingga terdapat pemahaman yang berbeda. Hal ini dapat dibuktikan dengan penutur dari golongan wangsa Brahmana maupun ksatria menggunakan ragam hormat kepada pihak keluarga serta meninggikan posisi keluarga sendiri ketika bertutur dengan orang lain yang wangjanya lebih rendah dari

penutur. Sedangkan di Jepang penggunaan tingkat tutur sangat memperhatikan konsep uchi soto. Umumnya, komunikasi dalam keluarga tidak menggunakan tingkat tutur hormat dan meninggikan pihak keluarga sendiri dihadapan orang lain karena dianggap akan memiliki jarak sosial diantara satu sama lain. Selain itu, apabila menggunakan ragam hormat maka interaksi tidak dapat berjalan dengan baik akibat adanya tingkatan status sosial dalam keluarga. Penggunaan bahasa oleh masyarakat merupakan salah satu bagian dari kajian etnografi yang mengklasifikasikan menjadi tiga yaitu, *cultural knowledge*, *cultural behavior*, dan *artifact* dan perilaku budaya dapat diimplementasikan dalam budaya di dunia salah satunya adalah Jepang dengan Bali. kajian ini mampu mengupas adanya perbedaan budaya dalam mengimplementasikan strategi kesantunan berbahasa ranah keluarga antara Jepang dan Bali (Crock,

Berbagai hasil penelitian telah mengkaji kesantunan dalam berbagai ranah, diantaranya, ranah pariwisata menemukan adanya gradasi dan Pergeseran Strategi Kesantunan Berbahasa ketika Pelaku Pariwisata berkomunikasi dengan Wisatawan Jepang (Andriyani, 2019). Selain itu dalam ranah keluarga hasil perkawinan antar bangsa, strategi kesantunan juga dapat diterapkan dengan baik karena bertujuan untuk menjalin komunikasi yang harmonis diantara peserta tutur (Andriyani; Sundayra; Meidariani & Santika, 2022). Kesantunan linguistik dalam ritual sangat ditentukan oleh jarak sosial penutur dan mitra tutur, situasi tutur yang terjadi dalam peristiwa tutur (Wardani, 2020) dengan adanya penggunaan tingkatan bahasa seperti bahasa Jepang, bahasa Jawa maupun bahasa Bali (Santoso, 2013). Hasil penelitian terdahulu masih mendeskripsikan strategi kesantunan yang digunakan saja namun belum secara spesifik mengkaji lebih dalam tentang penggunaan strategi kesantunan beda budaya antara Jepang dan Bali. Fenomena perkawinan campur Jepang-Bali menjadi salah satu contoh bentuk kerukunan yang terjalin antara masyarakat Bali dengan orang Jepang. Terjadinya fenomena ini tentu saja melahirkan suatu kondisi budaya dalam ranah bahasa, munculnya pola kesantunan berbahasa perkawinan campur antara warga kebangsaan Jepang dengan warga masyarakat lokal akibat adanya migrasi. Interaksi mereka umumnya menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Bali maupun bahasa Jepang. Keunikan fenomena perkawinan campur yang terjadi antara Jepang dan Bali karena adanya suatu bentuk komunikasi yang sama-sama mengenal adanya tingkat tutur baik bahasa Jepang maupun bahasa Bali. Perbedaan konsep budaya akan sangat berdampak pada penentuan strategi.

Stratifikasi masyarakat secara tradisional berdasarkan garis keturunan kelahiran yang disebut dengan istilah *Wangsa*, diklasifikasikan menjadi empat, yaitu *Brahmana*, *Ksatria*, *Wesya* dan *Sudra* sedangkan modern berdasarkan pada status pendidikan, kepangkatan, keahlian, dan kekuasaan (Adnyana, 2014; Suwendi, 2016). Sedangkan di Jepang stratifikasi dapat dikelompokkan menurut konsep uchi 'ingroup' dan soto 'outgrup'. Secara umum penggunaan ragam hormat dalam bahasa Jepang ditentukan oleh posisi mitra tutur. Pola interaksi yang terjadi ketika perempuan Jepang menikah dengan laki-laki Bali dari keluarga tri wangsa atau bukan dengan menerapkan stratifikasi masyarakat secara tradisional. Meskipun berbanding terbalik dengan konsep uchi soto namun strategi kesantunan yang digunakan sesuai dengan konteks situasi. Pola yang ditemukan ketika Ibu Jepang berkomunikasi ranah keluarga.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPUAN

Bahasa Bali merupakan bahasa ibu bagi masyarakat Bali yang digunakan sebagai alat interaksi (Santika; Andriyani & Winarta, 2022). Meskipun saat ini banyak menjadikan bahasa Indonesia menjadi bahasa Ibu yang mengakibatkan banyak anak-anak tidak bisa berkomunikasi menggunakan bahasa Bali dengan baik dan benar. Keberadaan lapisan masyarakat Bali yang meliputi lapisan masyarakat Bali *purwa* (tradisional) dan masyarakat Bali *anyar* (modern), inilah yang menyebabkan sampai sekarang masyarakat Bali berbicara sesuai *tata linggih* yang disebut *masor singgih basa* atau berbicara sesuai dengan *angguh-ungguh basa* Bali karena adanya *pabinayan linggih* (perbedaan kedudukan) masyarakat Bali (Naryana, 1983; Tinggen; 1984; Suarjana, 2011; Suwija, 2014).

Faktor sosial yang sangat menentukan pilihan ragam bahasa yang digunakan di Bali adalah status mitra tutur ditentukan oleh stratifikasi sosial secara tradisional berdasarkan kelahiran sehingga menyandang gelar bangsawan dan stratifikasi modern ditentukan oleh status sosial dari sudut pandang status sosial jabatan, ekonomi, usia serta tempat interaksi terjadi. Penggunaan *Sor Singih Basa Bali* sangat ditentukan oleh status sosial baik Pn maupun MT menurut stratifikasi masyarakat secara tradisional maupun modern. Implementasi dari *Sor Singih Basa* dapat diketahui melalui pilihan kata yang digunakan Pn kepada MT. Dalam kehidupan masyarakat Bali khususnya, wajib menggunakan bahasa Bali sebagai alat komunikasi apalagi dalam upacara adat. Penggunaan bahasa Bali yang baik apabila sesuai dengan sistem *Angguh-ungguhing basa Bali*. Bahasa tersebut dikatakan benar apabila sesuai dengan kaidah atau norma kebahasaan yang berlaku dalam bahasa Bali (Suwendi, 2016).

Tabel 1: Pola Interaksi Penjual & Pembeli

Stratifikasi masyarakat Bali	Posisi wangsa	Mitra tutur	Sor singgih Basa	Konsep ingrup & outgrup	Strategi kesantunan
Stratifikasi tradisional	Penjual golongan jaba wangsa	- Pembeli tri wangsa		Menerapkan konsep uchi soto) Penjual sebagai penutur menggunakan ragam hormat kepada pihak luar	- Strategi kesantunan negatif - strategi kesantunan positif

		- Pembeli tidak diketahui statusnya			
Stratifikasi tradisional	Penjual golongan Triwangsa	- Pembeli golongan Jawa wangsa - Pembeli golongan Triwangsa - Pembeli tidak diketahui statusnya	Alus madia, Alus mider, Alus sor Alus madia, Alus mider, Alus madia, Alus mider,	Penjual sebagai penutur menggunakan ragam hormat kepada pihak luar dan dalam keluarga	Strategi kesantunan negatif, strategi kesantunan positif
Stratifikasi Modern	Penjual golongan Triwangsa maupun bukan Tri Wangsa	- Pembeli golongan Jawa wangsa - Pembeli golongan Triwangsa - Pembeli tidak diketahui	Alus madia, Alus mider Bahasa Indonesia	Penjual sebagai penutur menggunakan ragam hormat kepada pihak luar dan dalam keluarga	Strategi kesantunan negatif, strategi kesantunan positif

		statusnya			
Stratifikasi Modern	Penjual golongan Tri wangsa maupun bukan Tri Wangsa	- Pembeli golongan Jaba wangsa - Pembeli golongan Tri wangsa - Pembeli tidak diketahui statusnya	Alus madia, Alus mider Bahasa Indonesia	Penjual sebagai penutur menggunakan ragam hormat kepada pihak luar dan dalam keluarga	Strategi kesantunan negatif, strategi kesantunan positif

Tabel 2: Pola Interaksi Penjual & Pembeli

Lokasi Tuturan	Jenis Kalimat	Tujuan	Tingkat Tutur
Restoran Jepang	Kalimat Interogatif Kalimat Perintah Kalimat berita	Untuk menunjukkan rasa hormat secara langsung dengan cara meninggikan MT ataupun pihak ketiga. <i>Rei: [o/ go ~ ni narimasu]</i> <i>[o yomi ni narimasu]</i> <i>[Irasshaimasu]</i> <i>[Kakareru]</i>	<i>Sonkeigo guru-pu</i> 尊敬語グループ ‘kelompok sonkeigo’
Restoran Jepang	Kalimat Interogatif Kalimat Perintah Kalimat berita	Untuk diri sendiri. Tujuannya untuk menunjukkan rasa hormat secara langsung dengan cara merendahkan diri sendiri. <i>Rei : [o/go ~ shimasu/ itashimasu]</i>	<i>Kenjougo guru-pu</i> 謙譲語グループ ‘kelompok kenjougo’

		<i>[o kiki shimasu]</i> <i>[orimasu]</i>	
Restoran Jepang	Kalimat Interogatif Kalimat Perintah Kalimat berita	digunakan untuk memberikan rasa sopan dalam semua kata-kata agar terdengar sopan di telinga MT atau pihak ketiga yang dijadikan topik pembicaraan. <i>Rei: [desu],[masu], [~degozaimasu]</i> <i>[otegami], [go renraku]</i>	<i>Teinei go guru-pu</i> 丁寧語グループ ‘Kelompok <i>teinei</i> ’

2. Saran Penelitian

Saran penelitian selanjutnya adalah mengholaborasikan tingkat tutur bahasa Jepang, Bali dan Jawa ranah kajian sosiolinguistik. Karena hasil penelitian ini juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai sarana pembelajaran atau pengetahuan dalam kajian cross culture antara Jepang dan Bali dan jawa yang sama –sama memiliki tingkat tutur.

STATUS LUARAN

Status luaran dari penelitian ini dapat dijabarkan secara terperinci. Penelitian telah menghasilkan beberapa luaran diantaranya adalah :

- Published pada jurnal terakreditasi Sinta 4 ‘ Jurnal Kredo’



Num :593/B.23/UDN-04/XI/2023
Subject : Notification of abstract acceptance

6 October 2022

Anak Agung Ayu Dian Andriyani

Dear Esteemed Author(s),

On behalf of the Organizing Committee of the STRUKTURAL International Seminar 2022, which will be hosted by Faculty of Humanities, Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) Semarang, Indonesia, on 5 November 2022, we are very pleased to inform you that your abstract:

Abstract Title:

Politeness Strategies As form of Hospitality in The Field of Tourism in Japanese Restaurants has been reviewed and accepted for presentation at the above Seminar.

You are now kindly requested to:

1. Write your full paper by referring to the suggested template available on <http://struktur.dinus.ac.id> and submit it to email struktur@fih.dinus.ac.id by 21 October 2022.
2. Pay your seminar fees according to the following rates:

Indonesia Presenters (lecturers/researchers/practitioners)	: IDR 250.000
Indonesian Students Presenters (S1/S2/S3)	: IDR 100.000

*) Payment for a student presenter should be accompanied with a copy of student identity card.
Transfer the seminar fees to the bank account:
Bank Name : Bank Mandiri
Branch : KCP Candi Baru
Account Number : 136.000.5359.200
Account Holder : Universitas Dian Nuswantoro
3. Fill out the registration form and upload the proof of seminar fee payment through the link <http://bit.do/Struktural2019Payment>.
4. Prepare your paper presentation slides for 10 minutes.
5. Full paper for proceeding publication **must be written in English**. (Language for national journals follow the journal requirements)
6. The language for presentation are in English, Japanese, or Bahasa Indonesia.

Should you have any queries on the seminar, please do not hesitate to contact our contact persons: Mrs. Agnes Erliva (+62 852-2618-8053) or Mr. Budi Utomo (+62 812-4729-7015).

We look forward to seeing you in the Seminar.



With warm wishes

Dr. Neni Kurniawati S.S., M.Hum.
Chair of the Committee

FAKULTAS ILMU BUDAYA
Universitas Dian Nuswantoro
Jl. Imam Bonjol 207 Semarang | Telp. 3560582, 3564647

- Draf artikel berjudul : “IMPLEMENTASI HONORIFIC LANGUAGE ANTARA PENJUAL DAN PEMBELI DI WARUNG TRADISIONAL “yang akan di submitt pada jurnal Internasional Terakreditasi Scopus Q1 jurnal JSSER

DAFTAR PUSTAKA

1. Andriyani, A. A. A. D. Gradasi dan pergeseran strategi kesantunan berbahasa pelaku pariwisata terhadap wisatawan jepang di bali (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University)). 2019.
2. Andriyani, A. A. A. D. Kesantunan dalam bergosip pedagang di pasar tradisional. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 8(1), 131-142. 2022.
3. Andriyani, A. A. A. D. Kesantunan dalam bergosip pedagang di pasar tradisional. *Kembara: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 8(1), 131-142. 2022.
4. Andriyani, A. A. A. D., & Hum, S. S. M. Kolaborasi konsep tachiba & tri hita karena dalam upaya meningkatkan kualitas hospitality pariwisata di bali. In *Prosiding Seminar Sastra Budaya dan Bahasa (SEBAYA)* (Vol. 2, pp. 31-38). 2022.
5. Andriyani, A. A. A. D., Sundayra, L., & Permana, I. W. S. A. Kesantunan berbahasa hasil unggahan motivator merry riana. In *Prosiding Seminar Sastra Budaya Dan Bahasa (SEBAYA)* (Vol. 1, No. 01, pp. 43-49). 2021.
6. Andriyani, A. A. A. D., Sundayra, L., Meidariani, N. W., & Santika, I. D. A. D. M. Kesantunan ranah keluarga perkawinan antar bangsa jepang dan bali. *Diglossia: Jurnal Kajian Ilmiah Kebahasaan dan Kesusastraan*, 13(2), 81-91. 2022.
7. Bambang Sujatno. *Hospitality: secret skills, attitudes, and performances for restaurant manager*. Yogyakarta.CV. Andi Press. 2011.
8. Brown, P. and Levinson, S. C. *Universals in language usage: politeness phenomena*. Cambridge: Cambridge University Press. 1978.
9. Cahyani, D. N., & Rokhman, F. Kesantunan berbahasa mahasiswa dalam berinteraksi di lingkungan Universitas Tidar: *Kajian Sosiopragmatik*. Seloka: *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6(1), 44-52. 2017.
10. Chaer, Abdul dan Leonie Agustina. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. 2004.
11. Chaer, Abdul. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta. 2010.
12. Ciubancan, Magdalena. Principles of communication in japanese indirectness and hedging. *Romanian Economic Business Review* vol. 10. Issue 4. Pages 246-253. 2015.
13. Dewi, I. A. S. R., & Budhi, M. K. S. Analisis pendapatan usaha warung tradisional dengan munculnya minimarket di kota denpasar. *E-Jurnal EP Unud*, 6(12), 2379-2407. 2017.
14. Hamid, Z., Abu, N. Z., & Zulkifley, A. Strategi komunikasi dalam kalangan murid pelbagai etnik. *Jurnal Komunikasi*, 31(1), 171-86. 2015.
15. Haugh dan Obana. Edited Kadar & Mills. *Politeness in East Asia*. New York: Cambridge; University Press. 2011
16. Ide, Sachiko. Japanese sociolinguistic: politeness and women's language. *Lingua* 57 (2/54). Pp. 366-

377. Tokyo: North-Holland Publishing. 1982.
17. Ide, Sachiko. *Wakimae no Goyouron*. Japan: Taishuukanshoten. 2006.
 18. Ide, Sachiko. Sex Difference and Politeness in Japanese'. *International Journal of the Sociology of Language: Sociolinguistics in Japan*. New York. Mouton De Gruyter. (25-36). 1986.
 19. Ide, Sachiko. Formal Form and Dicerment: Two Neglected Aspects of Universals of Linguistic Politeness, *Multilingua* 8 (2-3):223-248. 1989.
 20. Iori, Isao; Takahashi, Shino; Nakanishi Kumiko; Yamada Toshihiro. *Nihon-go Handobukku*. Tokyo. 3A. 2000.
 21. Jendra, I Wayan. *Sosiolinguistik: Teori dan Penerapannya*. Denpasar. 2007.
 22. Jumanto. *Pragmatik. Dunia Linguistik Tak Selebar Daun Kelor*. Semarang: WorldPro Publishing. 2011.
 23. Kabaya, Hiroshi, Kim Dongkyu, Takagi Miyoshi. *Keigo hyougen handbook*. Tokyo: Taishuukan. 2002.
 24. Kabaya, Hiroshi. *Keigo komyunikeeshon*. Tokyo: Asakura. 2010.
 25. Kabaya, Hiroshi. Kim Dongkyu, Takagi Miyoshi. *Keigo hyougen handbook*. Tokyo: Taishuukan. 2009.
 26. Kaneko, Hiroyuki. *Nihongo Keigo Toreeninggu*. Tokyo: PT Ask. 2014.
 27. Kesuma, Tri Mastoyo Jati. *Pengantar (metode) penelitian bahasa*. 2007.
 28. Kurniawati, S. I. Tinjauan sosiolinguistik keigo dalam manga de manabu nihongo kaiwa jutsu. *Japanese Research on Linguistics, Literature, and Culture*, 2(1), 60-76. 2019.
 29. Kusherdyana. *Pemahaman Lintas Budaya: dalam Konteks Pariwisata*. 2013.
 30. Lakoff, R. T. and S. I. Broadening the horizon of linguistic politeness. In *WORD*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. 2005.
 31. Lebra, Takie Sugiyama dan Lebra, William P. *Japanese culture and behavior*. Honolulu : The University Press of Hawaii. 1974.
 32. Lebra, Takie Sugiyama. *Japanese Patterns of Behavior*. Honolulu : The University Press of Hawaii. 1976.
 33. Leech, G. *Principles of Pragmatics*. London and New York: Longman. 1983.
 34. Meiliana, S. Eksistensi tradisi isan cakap lumat dalam upacara adat perkawinan karo. *LITERA*. 2020.

35. Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and J. S. Qualitative Data Analysis: a Methods. 2014.
36. Mills, S. and D. Z. K. Politeness and culture. In D. and S. M. Kadar (Ed.), Politeness in East Asia. 2011
37. Mulyani. Bahasa Guru'Tindak Tutur Direktif Guru dalam Kegiatan Belajar Mengajar di Kelas'. Surakarta: UNS Press. 2012
38. Nadar, F.X. Pragmatik & Penelitian Pragmatik. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2009.
39. Nakane Chie. Inside the japanese system: reading on contemporary, society and political-economi. Stanford University Press. 1998.
40. Novianti, N. Analisis unsur utopia dalam tiga novel jepang kontemporer karya jiro akigawa dalam hubungannya dengan konsep uchi dan soto di masyarakat jepang. JENTERA: Jurnal Kajian Sastra, 5(1), 67-85. 2016.
41. Palandi, E. H. Filosofi dalam konsep omotenashi pada tindak tutur bahasa Jepang. Outlook Japan. 2019.
42. Pramujiono, A., & Nurjati, N. Guru sebagai model kesantunan berbahasa dalam interaksi instruksional di sekolah dasar. Mimbar Pendidikan, 2(2). 2017.
43. Rahayu, E. T., & Hartati, H. Bentuk dan sistem pengungkap tingkat tutur bahasa jepang. PROLITERA: Jurnal penelitian pendidikan, bahasa, sastra, dan budaya, 3(2), 131-138. 2020.
44. Santika, I. D. A. D. M., Andriyani, A. A. A. D., & Winarta, I. B. G. N. Language function from balinese daily conversations. Language and Education Journal Undiksha, 5(1), 52-59. 2022.
45. Sen Genshitsu & Sen Soshitsu. Urasenke chado textbook. Kyoto. Urasenke Foundation. 2004.
46. Sibarani. Pengajaran Pragmatik. Bandung: Angkasa. 2004.
47. Sourcebook (Third edit). California: Sage Publication.
48. Suarjana. Putra I Nyoman. Sor singgih basa bali. Denpasar: Tohpati Grafika. 2008.
49. Suwendi, I Made. Berbahasa bali dengan baik dan benar. Jurnal Kajian Pendidikan Widya Accarya FKIP Universitas Dwijendra. ISSN NO. 2085-0018. 2016.
50. Suwija, I. Tingkat-tingkatan bicara bahasa bali (dampak angga-ungguh krana). Sosiohumaniora, 21(1), 90-97. 2019.
51. Tinggen, I Nengah. Sor singgih bahasa bali. Denpasar: Rhika Dewata. 1994.
52. Wardani, K. D. K. A. Kesantunan dalam ritual pernikahan masyarakat hindu-bali; kajian etnopsikolinguistik religius. Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora, 4(1), 51-59. 2020.

53. Wiana, I.K. Tri hita karana menurut konsep hindu. Surabaya: Paramita. 2007.
54. Wijayanti, A., & Shalima, I. Kesantunan berbahasa pada judul berita politik di media massa online. *Transformatika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 4(1), 28-37. 2020.
55. Wisnu Wardana, I Gusti Ngurah. Buku panduan tri hita karana tourism award & accreditation Denpasar: Yayasan Tri Hita Karana Bali. 2016.
56. Yule, G. *Pragmatics*. New York: Oxford University Press. 1996.