

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan pendahuluan terhadap penelitian, yang dimulai dengan latar belakang penelitian menjelaskan alasan dilakukannya penelitian ini yang berkaitan dengan topik yang menjadi bahan penelitian dan pentingnya melakukan penelitian ini. Setelah itu, bab ini dilanjutkan dengan penjelasan tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/signifikansi penelitian, dan struktur organisasi skripsi.

### 1.1 Latar Belakang

Tindak tutur merupakan sebuah tindakan yang dilakukan dengan cara mengungkapkan sebuah tuturan yang memiliki tujuan tertentu. Tujuan tindak tutur dapat dicapai dengan adanya strategi yang tepat agar apa yang ingin diucapkan tersampaikan dengan baik. Tindak tutur termasuk dalam cabang ilmu pragmatik, yaitu cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, bagaimana satuan lingual tertentu digunakan dalam komunikasi yang sebenarnya. Pragmatik adalah kajian mengenai hubungan antara bahasa dan konteks yang menjadi dasar dalam pemahaman komunikasi bahasa (Levinson, 1983).

Tarigan (1986: 109) menjelaskan bahwa Austin membedakan tindak tutur menjadi 3 jenis:

1. tindak lokusi, tindakan yang semata-mata mengatakan sesuatu dalam bentuk linguistik,
2. tindak ilokusi, tindak bahasa menyampaikan maksud penutur yang disampaikan bersamaan dengan kalimat pelaku yang eksplisit, dan
3. tindak perlokusi, tindak bahasa yang dilakukan oleh seseorang sebagai efek atau akibat dari tindak ilokusi yang dilakukan oleh penutur.

Selain itu, Tarigan (1986: 46-48) menyebutkan bahwa tindak tutur ilokusi dibagi menjadi lima. Kelima bagian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Asertif, tindak tutur yang mengikut penuturnya pada kebenaran atas apa yang dikatakannya.

2. Direktif, tindak tutur yang dilakukan penuturnya dengan maksud agar si pendengar melakukan tindakan yang disebutkan dalam ujaran itu.
3. Ekspresif, tindak tutur yang dilakukan dengan maksud agar ujarannya diartikan sebagai evaluasi tentang hal yang disebutkan dalam ujaran itu.
4. Komisif, tindak ujaran yang memikat penuturnya untuk melaksanakan apa yang disebutkan dalam ujarannya.
5. Deklarasi, tindak ujaran yang dilakukan oleh penutur dengan maksud untuk menciptakan hal yang baru.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tindak tutur meminta maaf termasuk dalam kelompok tindak tutur ilokusi ekspresif. Dengan kata lain, tindak tutur meminta maaf juga dapat diartikan sebagai tindak bahasa yang dilakukan secara eksplisit untuk mengevaluasi kesalahan yang dilakukan oleh seseorang dan memiliki maksud untuk menerima pemberian maaf dari pihak lain.

Ikeda (1993) menulis, "Ketika seseorang menyebabkan kerusakan atau ketidaknyamanan pada orang lain, dia mengambil 'tindakan restoratif' untuk membuat situasi menjadi lebih baik. Permintaan maaf adalah salah satunya." Selain itu, ahli sociolinguistik Kumagai (1993) menyatakan bahwa "tindakan meminta maaf atas kesalahan dan ketidaknyamanan yang disebabkan oleh orang lain ada di hampir semua budaya dan masyarakat, serta berfungsi dalam menjaga perilaku dan hubungan antarpribadi sehari-hari". Dengan kata lain, perilaku meminta maaf berperan sebagai pelumas dalam hubungan untuk menjaga keharmonisan dengan orang lain. Kemudian, pihak yang meminta maaf harus mempertimbangkan hubungan dengan orang lain dan memilih metode dan ekspresi bahasa untuk menyampaikan perasaan tersebut. Permintaan maaf didefinisikan sebagai suatu tindakan kompensasi atas kesalahan yang diperbuat oleh seseorang atau sekelompok orang yang melibatkan pihak lain (Bergman & Kasper dalam Kasper & Blum-Kulka, 1993: 82). Ketika mengungkapkan maaf maka penutur sudah melanggar aturan sehingga sebagai tindakan untuk menyelamatkan muka, dibutuhkan strategi meminta maaf. Penutur tidak hanya harus mencari arti kata-kata dan hubungan gramatikal antar kata untuk memahami bahasa yang digunakan orang-orang, tetapi juga harus menarik kesimpulan yang dapat menghubungkan apa yang dikatakan dengan apa yang dimaksud atau apa yang sudah dikatakan

sebelumnya. Selain itu, strategi kesopanan juga menjadi hal yang harus diperhatikan dalam suatu tindak tutur.

Pada penelitian ini, peneliti menyelidiki permintaan maaf dalam bahasa Jepang dari beberapa restoran di Jepang dan permintaan maaf dalam bahasa Indonesia dari beberapa restoran di Indonesia pada balasan ulasan negatif yang ada di *TripAdvisor*. Meskipun tindakan permintaan maaf sudah diteliti secara ekstensif, permintaan maaf pada teks tanggapan *TripAdvisor* sangatlah bervariasi. Permintaan maaf pada teks-teks ini secara alami terjadi berdasarkan kejadian yang sebenarnya.

Permintaan maaf pada *TripAdvisor* merupakan jenis permintaan maaf suatu perusahaan terutama restoran sesuai data yang telah dicari. Pentingnya mengelola gambaran restoran terbukti berdasarkan penelitian studi terkini pada bidang restoran, karena usaha restoran selain menghasilkan dan menjual hidangan kuliner juga memberikan jasa pada konsumennya. Kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat mensugesti kepuasan tamu dan perkembangan restoran tersebut. Permintaan maaf melalui media sosial merupakan salah satu cara yang efektif ketika membalas ulasan negatif atas pelayanan suatu restoran.

John Kador (2009: 49) dalam bukunya *Effective Apology* menjelaskan bahwa peminta maaf dihadapkan pada beberapa keputusan saat merumuskan permintaan maaf. Permintaan maaf yang efektif sama uniknya dengan pelanggaran yang menginspirasi, tetapi semuanya memiliki, dalam berbagai tingkatan, lima dimensi berikut ini:

- Pengakuan (*Recognition*), yaitu pengakuan yang dibuat perusahaan dan secara jelas menyampaikan bahwa memang produk atau kebijakan yang dikeluarkan perusahaan menimbulkan ketidaknyamanan pelanggan. Pengakuan ini akan menciptakan persepsi di benak pelanggan bahwa perusahaan menyampaikan permohonan maaf yang tulus. Selain itu pengakuan dari perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memahami apa yang dikeluhkan pelanggan.
- Tanggung jawab (*Responsibility*), pengertian tanggung jawab di sini adalah bahwa perusahaan menunjukkan itikadnya untuk memperbaiki situasi atas keluhan pelanggan guna membangun kembali kepercayaan pelanggan. Hal

ini penting dalam menyampaikan permohonan maaf karena dapat menumbuhkan keyakinan dalam diri pelanggan bahwa perusahaan memang sedang berupaya melakukan perbaikan-perbaikan untuk kenyamanan pelanggan.

- Penyesalan (*Remorse*), dalam menyampaikan permohonan maaf kepada pelanggan, perusahaan harus menunjukkan penyesalan mendalam bahwa produk atau kebijakan yang dikembangkan ternyata menimbulkan kerugian bagi pelanggan. Penyesalan tersebut diperkuat dengan pernyataan bahwa perusahaan tidak akan melakukan kesalahan yang sama di waktu yang akan datang.
- Restitusi (*Restitution*), adalah upaya untuk memperbaiki dan membangun kembali kepercayaan pelanggan yang mungkin menurun akibat kerugian dari penggunaan produk atau kebijakan yang dikeluarkan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan perlu menampilkan wujud nyata tindakan-tindakan yang dilakukan perusahaan dalam memperbaiki kondisi yang ada berdasarkan keluhan pelanggan.
- Pengulangan (*Repetition*), adalah komitmen yang disampaikan perusahaan bahwa hal-hal yang menjadi keluhan pelanggan tidak akan terulang lagi. Komitmen ini akan membantu perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan serius menangani keluhan pelanggan.

Permintaan maaf yang efektif mencakup setiap dimensi ini. John Kador menegaskan bahwa ia tidak bermaksud menyiratkan bahwa setiap permintaan maaf membutuhkan referensi eksplisit untuk kelima dimensi tersebut. Namun, semakin tinggi taruhannya, semakin signifikan pelanggarannya, dan semakin formal peristiwanya, semakin disarankan agar permintaan maaf merujuk pada kelima dimensi tersebut secara implisit.

Barlund & Yoshioka (dalam Haristiani, 2014) menjelaskan bahwa ketika seseorang meminta maaf perlu adanya kesadaran, di antaranya yaitu:

- 1) kesadaran telah menyakiti orang lain baik secara fisik, secara mental, maupun sosial,
- 2) kesadaran tanggung jawab baik secara langsung maupun tidak langsung terdapat kerugian yang dialami orang lain tersebut, dan

3) kesadaran berupa kewajiban untuk menyadari kesalahannya.

Tata cara dalam meminta maaf berkaitan erat dengan budaya yang berlaku di suatu tempat. Permintaan maaf merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari baik di dalam budaya Jepang maupun budaya Indonesia. Bahasa Jepang dan bahasa Indonesia memiliki etika berkomunikasi yang berbeda pada saat menyampaikan ungkapan meminta maaf. Perbedaan tersebut menyebabkan kebingungan bagi pemelajar bahasa asing. Pemelajar bahasa asing kerap kali mengucapkan ungkapan meminta maaf dengan penggunaan atau situasi yang kurang tepat. Selain itu, terdapat perbedaan cara menanggapi komplain konsumen dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Perbedaan latar budaya, strategi, dan tata bahasa tersebut menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini.

Klasifikasi mengenai strategi meminta maaf telah dikemukakan oleh beberapa ahli di antaranya menurut Fraser (1981), dan Cohen & Olshtain (1981) yang merupakan pencetus utama teori strategi tindak tutur meminta maaf. Selain itu, pengklasifikasian strategi meminta maaf juga telah diangkat oleh penelitian-penelitian sebelumnya seperti Haristiani (2010) & Mikako (2015). Meskipun demikian, penelitian ini meneliti tindak tutur meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia yang disampaikan oleh pihak restoran pada laman *TripAdvisor*. Data yang digunakan berasal dari restoran bintang 3-5 yang terdapat pada laman *TripAdvisor* Jepang dan Indonesia. Data pada penelitian ini diperoleh dari tanggapan pihak restoran di Jepang dan Indonesia terhadap ulasan pelanggan bintang 1-3 pada laman *TripAdvisor* dalam 10 tahun terakhir. *TripAdvisor* dipilih sebagai sumber data penelitian karena permintaan maaf pada teks tanggapan *TripAdvisor* sangat bervariasi. Permintaan maaf pada teks-teks ini secara alami terjadi berdasarkan kejadian yang sebenarnya, bukan dari skenario yang telah ditentukan sebelumnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan umum dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk ungkapan meminta maaf dalam bahasa Jepang dan

bahasa Indonesia yang digunakan pihak restoran pada laman ulasan *TripAdvisor*?

2. Bagaimana strategi meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia yang digunakan pihak restoran pada laman ulasan *TripAdvisor*?
3. Apa persamaan dan perbedaan strategi meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia yang digunakan pihak restoran pada laman ulasan *TripAdvisor*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Bentuk ungkapan meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia yang digunakan pihak restoran pada laman ulasan *TripAdvisor*.
2. Strategi meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia yang digunakan pihak restoran pada laman ulasan *TripAdvisor*.
3. Persamaan dan perbedaan strategi meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia yang digunakan pihak restoran pada laman ulasan *TripAdvisor*.

### 1.4 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini signifikan untuk teori dan praktik. Berkenaan dengan signifikansi pertama, yaitu teori, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur sosiolinguistik terutama dalam bidang tindak tutur meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai persamaan juga perbedaan antara tindak tutur meminta maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Kedua, berkaitan dengan signifikansi praktik pendidikan, hasil penelitian ini akan memungkinkan praktisi di bidang pendidikan terutama di tingkat menengah dan tinggi, untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai tindak tutur maaf dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Bagi pengelola restoran, penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dalam mengambil keputusan yang lebih baik serta saat membuat kebijakan yang memaksimalkan pengadaan dan pemanfaatan fasilitas. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana penerapan ilmu

kependidikan yang diperoleh selama perkuliahan di Departemen Pendidikan Bahasa Jepang, Universitas Pendidikan Indonesia dan menjadi masukan dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Skripsi ini disajikan dalam lima bab. Bab I adalah Pendahuluan yang mencakup latar belakang penelitian mengenai alasan dilakukannya penelitian, tujuan penelitian, pentingnya penelitian, dan *gap* penelitian dengan penelitian terdahulu. Pada bab ini juga dijelaskan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat atau signifikansi penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Bab II adalah Kajian Pustaka yang menjelaskan kerangka teoretis yang mendasari penelitian. Pada bab ini dipaparkan konsep tindak tutur, faktor-faktor dalam tindak tutur, aspek-aspek situasi tutur, ungkapan maaf dalam bahasa Jepang, ungkapan maaf dalam bahasa Indonesia, permintaan maaf pada *Computer Mediated Communication (CMC)*, teori kegagalan layanan dan tingkat kegagalan, pemulihan layanan, penjelasan kegagalan layanan, kepuasan pelanggan, niat membeli kembali, dan hasil penelitian terdahulu. Bab III menguraikan metodologi penelitian yang terdiri atas tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, desain penelitian, pengumpulan data, dan analisis data. Bab IV menjelaskan tentang analisis data dan hasil penelitian. Hasil mencakup jawaban dari pertanyaan penelitian dan pembahasannya dengan cara menginterpretasi data dan mengaitkannya dengan penelitian terdahulu serta teori yang memayungi. Bab V berisi kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Skripsi diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran.