

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir penelitian tesis ini, peneliti membaginya menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi simpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan dan bagian terakhir bab ini adalah saran.

5.1 Simpulan

Penelitian ini merupakan sebuah analisis terhadap tuturan mengeluh tamu hotel yang dituturkan oleh tamu hotel pada empat laman penyedia review hotel dengan menggunakan teori tindak tutur mengeluh. Tindak tutur mengeluh memiliki kaitan dengan tindakan pengancaman wajah (*face-threatening act*) untuk mitra tutur, sehingga tindak tutur mengeluh harus dilakukan dengan hati-hati oleh penutur agar tidak menyinggung wajah atau perasaan mitra tutur dan hubungan baik antara penutur dan mitra tutur dapat terjaga. Dengan demikian, isi keluhan dan strategi mengeluh harus diperhatikan oleh penutur sebagai tamu hotel saat mengeluh di laman penyedia review hotel. Review tamu hotel secara *online* yang sangat unik karena komunikasi multi arah kemudian harus dipetakan dengan cara membandingkannya berdasarkan tingkat bintang hotel dan hubungan isi keluhan dengan strategi tindak tutur mengeluh.

Penelitian ini berfokus untuk mengidentifikasi isi keluhan tamu hotel secara *online* dalam laman penyedia review hotel. Selain itu, strategi tindak tutur mengeluh pada laman penyedia review hotel juga akan dijabarkan. Kemudian, isi keluhan dan strategi mengeluh akan dibandingkan berdasarkan tingkat bintang hotel untuk mendapatkan gambaran utuh mengenai tindak tutur. Terakhir, isi keluhan dan strategi tindak tutur mengeluh akan dikaitkan untuk mendapatkan gambaran strategi tindak tutur mengeluh apa yang digunakan untuk isi keluhan tamu hotel.

Penelitian ini mendapatkan sumber data dari Agoda.com, Traveloka.com, Booking.com, dan Tripadvisor.com. Data yang digunakan adalah review tamu hotel pada tahun 2016 dengan masing-masing laman diambil 10 pernyataan hotel non-bintang, 10 pernyataan hotel bintang 3, 10 pernyataan hotel bintang 4, dan 10 pernyataan hotel bintang 5, sehingga total keseluruhan pernyataan yang didapat adalah 160 pernyataan. Review hotel yang diambil berasal 130 hotel yang berlokasi di daerah Bandung dan sekitarnya.

Data dari penelitian ini menunjukkan terdapat 9 isi keluhan yang terdapat dalam tuturan mengeluh tamu hotel secara *online*. Isi keluhan tamu hotel secara *online* tersebut yaitu *Room features* sebanyak 130 tuturan, *Consumer service* sebanyak 88 tuturan, *Public areas of hotel* sebanyak 45 tuturan, *Star reference* sebanyak 14 tuturan, *Food or beverage* sebanyak 46 tuturan, *Value reference* sebanyak 30 tuturan, *Location* sebanyak 22 tuturan, *Tour company* sebanyak 2 tuturan, dan *Ambience* sebanyak 14 tuturan. Jumlah keseluruhan isi keluhan tamu hotel secara *online* yang muncul dari 160 pernyataan adalah 391 isi keluhan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa isi keluhan yang paling banyak muncul adalah *Room features* dan *Consumer service*. Fasilitas dan fitur kamar serta pelayanan kepada tamu hotel merupakan dua isi keluhan yang paling banyak disampaikan oleh tamu hotel pada laman penyedia review hotel.

Data dari penelitian ini menunjukkan terdapat 8 strategi tindak tutur mengeluh tamu hotel secara *online*. Strategi mengeluh tamu hotel secara *online* tersebut yaitu *Hints* sebanyak 10 tuturan, *Annoyances* sebanyak 40 tuturan, *Ill Consequences* sebanyak 25 tuturan, *Indirect Accusation* sebanyak 11 tuturan, *Direct Accusation* sebanyak 41 tuturan, *Modified Blame* sebanyak 22 tuturan, *Explicit Blame (behavior)* sebanyak 21 tuturan, dan *Explicit Blame (person)* sebanyak 10 tuturan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi tindak tutur mengeluh yang paling banyak muncul adalah *Annoyances* dan *Direct Accusation*.

Strategi mengeluh *Direct Accusation* merupakan strategi yang paling banyak digunakan pada empat laman penyedia review hotel. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah tamu hotel/ penutur lebih suka secara langsung menuduh dan menyebutkan pihak hotel sebagai pihak yang bersalah dan tamu hotel/ penutur yang menuliskan keluhannya secara online tidak terlalu mempedulikan aksi pengancaman wajah (*face threatening act*). Komunikasi multi arah pada laman penyedia review hotel dan tidak adanya tatap muka langsung mungkin menyebabkan penutur lebih bebas dalam mengekspresikan keluhannya dengan lebih langsung menuduh pihak hotel sebagai pihak yang bersalah. Namun demikian, kadar aksi pengancaman wajah (*face threatening act*) tidak sampai terlalu tinggi seperti pada *Explicit Blame (person)*.

Strategi mengeluh *Annoyances* merupakan strategi kedua yang paling banyak digunakan pada empat laman penyedia review hotel. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah Tamu hotel/ penutur yang menuliskan keluhannya pada laman penyedia review hotel umumnya tidak terlalu suka menulis dalam tuturan yang panjang dan tamu hotel/ penutur biasanya mengeluhkan lebih dari satu isi keluhan, sehingga lebih cepat dan mudah jika hanya menuliskan keluhan dalam bentuk kondisi-kondisi yang tidak menyenangkan dalam kalimat yang singkat.

Hotel non-bintang memiliki frekuensi isi keluhan yang tertinggi dibandingkan hotel dengan kelas di atasnya. Isi keluhan yang paling besar perbedaannya dengan hotel kelas di atasnya adalah *Room features* dan *Location*. Hal ini mungkin terjadi karena fasilitas dan fitur kamar hotel non-bintang tidak sebaik hotel dengan kelas di atasnya, sehingga banyak muncul keluhan dari tamu hotel yang mendapatkan kamar hotel tidak sesuai harapan. Selain itu, hotel non-bintang yang lokasinya biasanya kurang strategis dan jauh dari pusat kota menjadi hal yang paling banyak dikeluhkan tamu hotel melalui laman penyedia review hotel. Pada sisi lain, hotel bintang 5 memiliki frekuensi isi keluhan yang cukup tinggi pada *Star reference*. Hal ini dapat terjadi karena biasanya ekspektasi tamu hotel terhadap hotel bintang 5 sangat tinggi. Jika terdapat ketidaknyamanan, tamu hotel akan mengeluh dengan mempertanyakan kebenaran tingkat bintang hotel.

Realisasi strategi tindak tutur mengeluh tamu hotel pada laman penyedia review hotel tersebar dengan merata. Hotel non-bintang dan hotel bintang 3 memiliki jumlah realisasi strategi mengeluh sebanyak 42 tuturan, sedangkan hotel bintang 4 dan hotel bintang 5 memiliki jumlah realisasi strategi mengeluh sebanyak 48 tuturan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat bintang hotel tidak menentukan sedikit atau banyaknya keluhan yang diterima hotel melalui laman penyedia review hotel.

Dalam kaitan isi keluhan dan realisasi strategi tindak tutur mengeluh dapat diketahui strategi yang paling banyak digunakan untuk setiap isi keluhan. Kaitan antara isi keluhan - strategi tindak tutur mengeluh yang paling banyak muncul adalah *Room features - Direct Accusation*, *Consumer service - Direct Accusation*, *Public areas of hotel - Explicit Blame (behavior)*, *Star reference - Ill consequences*, *Food and beverage - Annoyances*, *Value reference - Ill consequences*, *Location - Annoyances*, *Tour company - Direct Accusation*, dan *Ambience - Annoyances*. Melalui hasil ini dapat diketahui bahwa terdapat 53 kaitan kemunculan antara isi keluhan dengan strategi tindak tutur mengeluh. *Room features* dan *Consumer service* merupakan isi keluhan yang memiliki semua strategi tindak tutur mengeluh. *Direct accusation* adalah satu-satunya strategi tindak tutur yang digunakan untuk menyampaikan seluruh isi keluhan pada laman penyedia review hotel.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Data dalam penelitian ini hanya dibatasi dengan menggunakan 160 pernyataan mengeluh pada empat laman penyedia review hotel. Dengan melihat simpulan yang didapat dalam menganalisis tindak tutur mengeluh tamu hotel, dapat diketahui bahwa isi keluhan yang paling banyak muncul adalah *Room features* dan *Consumer service*. Fasilitas dan fitur kamar serta pelayanan kepada tamu hotel merupakan dua isi keluhan yang paling banyak disampaikan oleh tamu hotel pada laman penyedia review hotel. Realisasi strategi tindak tutur mengeluh yang

paling banyak muncul adalah *Annoyances* dan *Direct Accusation*. Tamu hotel/ penutur lebih suka secara langsung menuduh dan menyebutkan pihak hotel sebagai pihak yang bersalah dengan tidak terlalu mempedulikan aksi pengancaman wajah (*face threatening act*) meskipun tidak sampai terlalu tinggi seperti pada *Explicit Blame (person)*. Selain itu, tamu hotel/ penutur yang menuliskan keluhannya pada laman penyedia review hotel umumnya mengeluhkan lebih dari satu isi keluhan, sehingga lebih cepat dan mudah jika hanya menuliskan keluhan dalam bentuk kondisi-kondisi yang tidak menyenangkan dalam kalimat yang singkat. Hotel non-bintang juga memiliki frekuensi isi keluhan yang tertinggi dibandingkan hotel dengan kelas di atasnya. Namun demikian, tingkat bintang hotel tidak menentukan sedikit atau banyaknya strategi mengeluh yang diterima hotel melalui laman penyedia review hotel.

Oleh karena itu, sebaiknya penelitian berikutnya dapat memuat data yang lebih banyak dengan memperbanyak jumlah pernyataan mengeluh dan menambah sumber data dari laman penyedia review hotel. Lebih daripada itu, penelitian ini dilakukan dengan membatasi penelitian hanya pada tindak tutur mengeluh tamu hotel pada empat laman penyedia review hotel. Sebagai opsi penelitian lanjutan, peneliti selanjutnya dapat menganalisis tindak tutur antara tamu hotel dengan respon dari pihak hotel. Nantinya dapat dideskripsikan bagaimana komunikasi yang dihasilkan dari tuturan tamu hotel dan tuturan respon pihak hotel. Pada akhirnya kemudian dapat diketahui apakah tindak tutur mengeluh tamu hotel dapat mempengaruhi respon pihak hotel. Selain itu, dapat juga diketahui bagaimana perbedaan tuturan yang digunakan oleh pihak hotel berdasarkan tingkat bintang hotel.

Penelitian ini merupakan kajian tindak tutur mengeluh tamu hotel pada laman penyedia review hotel. Untuk lebih memperkaya penelitian yang berkenaan dengan tuturan mengeluh tamu hotel dalam perspektif linguistik, sebaiknya penelitian selanjutnya melakukan penelitian terhadap tuturan mengeluh tamu hotel dengan menggunakan teori yang berbeda sehingga hasil penelitiannya nanti dapat menjadi pembanding penelitian ini dan tuturan mengeluh tamu hotel yang lainnya.

Hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi pihak hotel dalam menentukan strategi pemasaran. Melalui penelitian ini, pihak hotel dapat menemukenali berbagai isi keluhan tamu hotel secara *online* dan strategi tindak tutur mengeluh tamu hotel. Pihak hotel dapat mempergunakan laman penyedia review hotel untuk merespon keluhan tamu hotel dengan strategi tertentu, sehingga citra hotel dapat terjaga dan menambah kesan positif yang dapat menarik tamu hotel untuk menggunakan jasa hotel tersebut.