

Strategi Kesantunan Dalam Melayangkan Protes di Restoran Jepang: Kajian Sosiopragmatik

Maharani Patria Ratna

Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Semarang

maharanipatria@live.undip.ac.id

Abstract

A protest is something that really needs to be careful in its delivery. This study examines the strategy of buyers in protesting at a Japanese restaurant. This research is a qualitative descriptive study with the data collected from literature review. The technique used is documentation techniques, namely data collection techniques through reading text assessment, and recording all literature related to this research. The results achieved in this study will be presented in the form of a description. The results of this study indicate that the dominant strategy used by buyers to cast protests is to adopt a bald on record strategy. This strategy was chosen because protest is a form of dissatisfaction made by buyers because they feel they do not receive Omotenashi from the restaurant. In order to express dissatisfaction, the buyer is forced to threaten the shop assistant's face as an interlocutor. However, it should be noted that in certain contexts, Enryo is still a consideration for buyers in protesting, even though the potential is very small or not dominant.

Keywords: *protest; restaurant; staff, customer; the concept of Enryo*

1. Pendahuluan

Melayangkan protes adalah hal yang sangat memerlukan kehati-hatian dalam penyampaian. Tindakan protes hendaknya disampaikan dengan santun agar tidak menyinggung lawan bicara. Protes secara langsung akan mengancam citra diri dari lawan bicara. Dalam kajian Sosiopragmatik, tindakan melayangkan protes termasuk ke dalam tindakan yang mengancam muka lawan bicara. Hal ini lebih lanjut dikaji dalam tindakan mengancam muka atau Face Threatening Act (FTA).

Berbagai penelitian mengenai ragam santun telah banyak dilakukan, diantaranya oleh (Handayani, 2015), serta oleh (Nasution, 2013). Handayani menelaah mengenai strategi kesantunan dalam mengungkapkan permintaan maaf. Hasil

dari penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat empat strategi kesantunan dipakai dalam perolehan data. Sedangkan penelitian Nasution mengangkat mengenai penggunaan FTA dalam sebuah film berbahasa Inggris. Hasil dari penelitiannya menyebutkan bahwa tokoh utama dalam film masing-masing menggunakan lima FTA positif dan lima FTA negatif.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini meneliti mengenai strategi pembeli dalam melayangkan protes di sebuah restoran Jepang. Walaupun sama-sama menyinggung FTA, namun penelitian ini juga mengaitkan bagaimana budaya *enryo* (遠慮) di Jepang diterapkan dalam sebuah situasi pelayanan publik di restoran. Penelitian ini menggunakan pendekatan

teori kesantunan, FTA, dan konsep *enryo* dalam masyarakat Jepang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi para pembelajar bahasa Jepang untuk pelayanan/Japanese for Service untuk memahami bentuk protes pembeli dalam restoran, agar meminimalisir kesalahpahaman dalam berkomunikasi. Hal ini sangat penting mengingat budaya *enryo* pada masyarakat Jepang membuat pelanggan akan menuturkan tuturan protes dalam ungkapan yang samar.

2. Metode

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif berarti menggambarkan apa adanya (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Sedangkan kualitatif adalah penelitian yang tidak bermuara kepada angka (Strauss, 2014). Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan suatu objek apa adanya dengan tidak bermuara pada hasil yang berupa angka atau statistik. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kepustakaan.

Metode kepustakaan merupakan metode penelitian yang bertujuan mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan perpustakaan, seperti buku-buku, majalah, dokumen, catatan dan kisah-kisah sejarah dan lain-lain (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Teknik yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data melalui pembacaan teks atau *text reading*, pengkajian, dan pencatatan segala pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini. Sebagai upaya untuk mengumpulkan data, penulis mendokumentasikan beberapa sumber tertulis terhadap fenomena penggunaan bahasa Jepang yang digunakan dalam pelayanan publik. Sumber data yang dikaji adalah berupa

buku ungkapan dalam bahasa Jepang yang memuat ungkapan-ungkapan mengenai penggunaan bahasa Jepang untuk pelayanan publik. Dalam hal ini penulis menggunakan buku karya Reynolds (2020), AJALT (2011), dan Satterwhite (2011). Selain itu, sumber-sumber elektronik juga turut dijadikan data sekunder guna mendukung kelengkapan data.

Hasil yang dicapai dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk deskripsi. Melalui proses di atas, diharapkan tujuan dalam penelitian ini dapat tercapai, yakni deskripsi mengenai bagaimana bentuk protes disampaikan pembeli kepada pelayan restoran. teori strategi kesantunan oleh Brown dan Levinson akan digunakan sebagai indikator kesantunan tuturan oleh pembeli. Keterkaitan konsep budaya *enryo* pada masyarakat Jepang juga akan digali perannya untuk menentukan dasar pemilihan tuturan oleh pembeli. Selain itu, *omotenashi* juga dikaitkan dalam kaitannya dengan budaya pelayanan publik di masyarakat Jepang.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. *Enryo* dan *Omotenashi*

Dalam masyarakat Jepang, *enryo* (遠慮) merupakan konsep yang sangat mengakar. *Enryo* sendiri terdiri atas kanji jauh (遠) dan kanji mempertimbangkan (慮). Hal ini secara harfiah berarti mempertimbangkan perasaan lawan bicara dari jauh. *Enryo* dalam budaya Jepang merupakan acuan untuk bersikap santun dengan mempertimbangkan perasaan lawan bicara sehingga seseorang diminta untuk menahan diri. Dalam bahasa Indonesia, *enryo* sendiri sering disamakan dengan perasaan sungkan terhadap sesuatu.

Selain *enryo*, dalam pelayanan publik di Jepang tidak terlepas dari konsep *omotenashi*. *Omotenashi* sendiri merupakan prinsip pelayanan prima dalam pelayanan publik di Jepang. *Omotenashi*

secara harfiah berarti tidak ada bagian depan dan belakang. Hal ini berarti bahwa pelayanan dilakukan dengan tulus tanpa ada motif tersembunyi. *Omotenashi* menekankan bahwa setiap pelayanan dilakukan murni tulus dari hati.

Baik *enryo* maupun *omotenashi* sama-sama memiliki keterkaitan erat dalam hal melayangkan protes. Protes ada kalanya dituturkan dengan mempertimbangkan *enryo*, serta ada kalanya tanpa mempertimbangkan *enryo*. Protes keras dapat muncul karena *omotenashi* tidak diperoleh selama proses pelayanan publik. Sedangkan protes yang dilayangkan dengan mempertimbangkan *enryo* menunjukkan bahwa pembeli secara tidak langsung sedang menuntut *omotenashi* yang seharusnya diberikan dalam pelayanan. Jika setiap pelayanan diberikan berdasarkan konsep *omotenashi* maka kenyamanan pelayanan publik akan sama-sama dirasakan oleh pemberi dan penerima layanan.

3.2. Tuturan Protes dalam Restoran Jepang

Protes dalam sebuah situasi pelayanan publik adalah salah satu hal yang selalu menjadi antisipasi oleh pihak penyedia jasa, walaupun sangat tidak diinginkan terjadi. Dalam sebuah restoran, ada kalanya seorang pembeli merasa tidak puas dalam menerima pelayanan. Tentu saja pembeli akan melayangkan protes pertama kali pada pelayan restoran. Berbagai situasi dapat melatarbelakangi terjadinya protes oleh pembeli, diantaranya adalah masalah kebersihan, kecepatan, dan rasa masakan. Berikut ini adalah beberapa contoh ungkapan protes pembeli di restoran Jepang:

1. Konteks: Pembeli telah datang ke restoran, namun tidak satu pun pelayan restoran yang menghampirinya untuk menyodorkan menu. Dalam situasi di atas maka pembeli akan menarik perhatian

pelayan toko dengan mengangkat tangan dan mengatakan:

- a. *Sumimasen, matteimasu*
 - b. *Sumimasen, kochira desu.*
2. Konteks: seorang pembeli telah memesan Ramen, namun makanan belum tiba dalam waktu yang lama. Dalam situasi di atas, maka pembeli akan mengatakan:
- a. *Watashi no raamen wa mada desu ka?*
 - b. *Chuumon shita ryouri ga mada kimasen*
3. Konteks: seorang pelanggan menerima masakan yang bukan pesannya. Dalam situasi tersebut, seorang pembeli akan mengatakan:
- a. *Kore wo tanondeimasen*
 - b. *Kore, chigaimasu.*
4. Konteks: Seorang pembeli menerima jumlah pesanan yang lebih dari yang dipesan. Dalam situasi seperti ini, pembeli dapat mengatakan:
- a. *Kore, ooi desu.*
 - b. *(Hitotsu) shika tanondeimasen.*
5. Konteks: seorang pembeli mendapati peralatan makan yang akan ia gunakan kotor. Maka, dalam konteks seperti ini, pembeli dapat mengatakan:
- a. *Kore, yogoreteimasu*
 - b. *Kore, kaete kudasai*
6. Konteks: Seorang pembeli mendapati rambut atau serangga kecil dalam pesannya. Dalam konteks ini, pembeli akan mengatakan:
- a. *Mushi /kami No. kei haitteimasu*
 - b. *Nani ka haitteimasu*
 - c. *Kore haitteimashita*
7. Konteks: Seorang pembeli mendapati pesannya terlalu panas/dingin. Dalam konteks ini, pembeli dapat mengatakan:
- a. *Kore, tsumetai desu*
 - b. *Kore, nurui desu*
 - c. *Atatamete naoshite kudasai*

8. Konteks: seorang pembeli mendapati bahwa rasa masakan yang ia pesan tidak sesuai

- a. *Hen na aji ga shimasu*
- b. *Shiokara sugita*

3.3. Kesantunan Dalam Melayangkan Protes

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa protes merupakan tindakan mengancam muka atau citra diri lawan bicara. Protes termasuk ke dalam tindakan mengancam muka positif. Disebut mengancam muka positif karena tuturan yang mengandung protes akan mengancam citra diri lawan bicara untuk dapat diterima atau disenangi pihak lain. Seperti halnya dalam konteks pelayanan publik di restoran, pelayan restoran tentu saja dituntut agar selalu dapat memberikan pelayanan yang prima sehingga ia dapat diterima dengan baik oleh pembeli, agar restoran juga mendapatkan reputasi yang baik. Namun, jika hal tersebut tidak dapat dilakukan dengan baik, maka citra pelayan restoran atau bahkan citra restoran tersebut akan terancam atau tercoreng.

Berdasarkan contoh penuturan protes oleh pembeli di atas, berdasarkan teori kesantunan Brown dan Levinson (Levinson, 2002) maka dapat dipahami bahwa strategi yang dipakai adalah sebagai berikut:

1. Pada contoh 1 pembeli menggunakan strategi samar-samar atau *bald off record*. Strategi tersebut dipahami merupakan strategi yang dipakai pada contoh 1 karena pada contoh tersebut sejatinya pembeli ingin memberikan perintah kepada pelayan agar cepat mendapatkan pelayanan namun ia justru memanggil pelayan dan mengatakan *matteimasu* '(saya) tunggu' atau *kochira desu* '(saya) di sini. Hal ini dilakukan karena bisa jadi para pelayan terlihat sedang sibuk melayani pembeli yang lain sehingga

muncul perasaan *enryo* ketika memanggil pelayan.

2. Sama halnya dengan uraian pada contoh 1, contoh 2 pun menggunakan strategi samar atau *bald off record*. Strategi ini termasuk ke dalam strategi *bald off record* karena sejatinya apa yang dimaksud oleh pembeli tidak diungkapkan dalam tuturannya. Dalam hal ini pembeli menanyakan apakah Ramen yang saya pesan belum selesai dimasak dan membuat pernyataan bahwa Ramen saya belum datang, padahal maksud sesungguhnya adalah pembeli meminta pelayan untuk segera membawakan Ramen. Strategi ini dipakai karena dengan tidak memberikan kalimat perintah secara langsung maka dapat dipahami bahwa lamanya Ramen yang datang ke meja pembeli tentu saja dilatarbelakangi dengan timbang rasa dari pembeli bahwa bisa jadi Ramen yang ia pesan memang membutuhkan waktu yang lama untuk dimasak atau restoran sedang sangat sibuk. Dalam kasus di atas, dapat dipahami bahwa pembeli masih menuturkan tuturan disertai dengan perasaan *enryo*.
3. Pada contoh ke-3 strategi protes dituturkan melalui strategi bertutur secara langsung atau *bald on record*. Dalam konteks contoh ke-3 makanan yang telah ditunggu pembeli akhirnya datang, namun tidak sesuai dengan pesanan. Hal ini merupakan suatu kesalahan yang cukup fatal dalam sebuah pelayanan restoran. Oleh karena itu pembeli merasa perlu untuk mengungkapkan secara langsung bahwa pesanan yang datang adalah salah agar respon pelayan restoran dapat dengan cepat mengganti makanan di meja pembeli. Sebagai pembeli tentu saja rasa kesal akan timbul karena waktunya telah terbuang untuk menunggu makanan yang datang dan ternyata salah. Itu berarti ia

- harus kembali menunggu agar dibawakan pesanan yang benar oleh pelayan restoran.
4. Pada contoh 4, strategi *bald off record* kembali digunakan oleh pembeli. Diturunkannya strategi ini tentu saja dilatarbelakangi oleh perasaan enryo pada pembeli yang hanya mengungkapkan bahwa pesannya banyak dan mengungkapkan bahwa saya tidak memesan sejumlah yang pelayan restoran sajikan. Melalui tuturan pembeli tersebut dapat dipahami bahwa pembeli ingin pelayan restoran segera menyadari bahwa jumlah pesanan tidak sesuai dengan apa yang telah disajikan. Berdasarkan konteks dapat dipahami bahwa kekeliruan pelayan toko masih dapat ditolerir oleh pembeli karena solusinya adalah hanya dengan menarik kelebihan pesanan yang telah disajikan di meja pembeli.
 5. Pada contoh 5, pembeli kembali menggunakan strategi *bald on record*. Strategi ini digunakan karena kebersihan adalah hal yang utama dalam masyarakat Jepang, oleh karena itu jika terdapat alat makan yang kotor, maka protes akan dilayangkan secara langsung tanpa basa basi.
 6. Pada contoh 6 menegaskan kembali bahwa adanya rambut atau serangga kecil di hidangan pembeli adalah suatu hal yang tidak mencerminkan budaya bersih masyarakat Jepang. Karena sangat bertentangan, maka protes yang dilayangkan terkait dengan konteks yang terjadi pada contoh 6 dilakukan dengan *bald on record*.
 7. Pada contoh 7, pembeli yang mendapati bahwa suhu masakan tidak sesuai dengan yang seharusnya melayangkan protes. Hal ini wajar dilakukan secara *bald on record*, karena tentu saja akan mempengaruhi kelezatan saat menyantap masakan. Sup yang disajikan tidak hangat atau bahkan jus yang tidak disajikan dalam keadaan dingin akan sangat mempengaruhi kepuasan pembeli. Pembeli akan merasa rugi dalam mengeluarkan uang jika hidangan tidak dihidangkan sebagaimana mestinya.
 8. Selain itu, pada contoh 8 juga mencerminkan kesalahan fatal dalam sebuah pelayanan restoran. Rasa yang terlalu asin pada masakan yang disajikan akan dianggap melukai kredibilitas restoran. Selain itu pembeli juga sudah sewajarnya akan memprotes hal ini dengan keras menggunakan strategi *bald on record*.
- Berdasarkan uraian di atas maka dapat dipahami bahwa protes pada restoran sebagian besar dilakukan dengan *bald on record*. Dari delapan contoh konteks, 5 protes diungkapkan melalui strategi *bald on record*, sedangkan sisanya, yakni 3 contoh konteks diungkapkan melalui strategi *bald off record*. Melalui deskripsi di atas dapat dipahami bahwa protes pembeli dalam sebuah pelayanan publik akan lebih dominan diungkapkan melalui strategi *bald on record*. Merupakan hak pembeli untuk menerima pelayanan *omotenashi*. Hal-hal yang dianggap tidak memberikan kenyamanan kepada pembeli untuk mendapatkan haknya akan diungkapkan melalui sebuah protes langsung tanpa mempertimbangan *enryo*.

4. Simpulan

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dipahami bahwa strategi yang dominan dipakai pembeli untuk melayangkan protes adalah dengan mengambil strategi tuturan *bald on record*. Strategi ini dipilih karena protes adalah bentuk ketidakpuasan yang dilakukan karena pembeli merasa tidak menerima *omotenashi* dari pihak restoran. Untuk mengungkapkan ketidakpuasan, pembeli terpaksa harus mengancam muka pelayan toko sebagai lawan bicara. Strategi ini

tidak lagi mempertimbangkan *enryo* sebagai salah satu konsep kesantunan. Namun perlu dicatat bahwa dalam beberapa konteks tertentu *enryo* masih menjadi pertimbangan pembeli dalam melayangkan protes, walaupun potensinya sangat kecil atau tidak dominan.

5. Referensi

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional.
- AJALT . (2011). *Japanese for Busy People I*. Kodansha International.
- Handayani, D. (2015). Strategi Kesantunan FTA (Face Threatening Act). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FIB*.
- Levinson, P. B. (2002). *Politeness: Some Universals in Language Usage* . United Kingdom: Cambridge University Press.
- Mardalis. (2010). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nao. (2020, November 15). <https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-akihabara/article-a0003526/>. Retrieved from <https://livejapan.com/>: <https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-akihabara/article-a0003526/>
- Nasution, A. F. (2013). The Usage of Face Threatening Act in Princess Diaries 1 and Princess Diaries 2: The Royal Engagement Movies. *Language Horizon*.
- Palandi, E. H. (2019). Filosofi Dalam Konsep Omotenashi Pada Tindak Tutur Bahasa Jepang. *Outlook Japan*.
- Reynolds, B. (2020). *Japan Eats!: An Explorer's Guide to Japanese Food*. Tuttle Publishing.
- Rika Andartik, S. O. (2015). Gambaran Budaya Enryo Dalam Film Marumo No Okite. *LITE*, 206-221.
- Satterwhite, R. (2011). What's What in Japanese Restaurants: A Guide to Ordering, Eating, and Enjoying. Kodansha.
- Strauss, J. C. (2014). Basics of qualitative research. California: Sage.