

Keigo learning in building *omotenashi no kokoro* through a communicative language teaching approach

Christine Dian Permata Sari^{1*}, Teti Indriati Kastuti¹

¹Universitas Teknologi Yogyakarta, Jl. Siliwangi, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia

Article History

Submitted date:
2023-04-15
Accepted date:
2023-05-20
Published date:
2023-05-31

Keywords:

keigo; omotenashi;
Communicative
Language Teaching

Abstract

In building interpersonal relationships through *omotenashi no kokoro* (Excellent Service), *Keigo* is a crucial aspect to consider when communicating in Japanese. *Keigo*, both in terms of grammar and its usage concept, is quite complicated. Therefore, the role of instructors in delivering *Keigo* learning materials is expected to motivate students to improve their communication skills while mastering the art of creating interpersonal connections. Communicative Language Teaching (CLT) is chosen as the teaching method. This research aims to provide an alternative teaching experience focusing on *omotenashi no kokoro*. The research method used is descriptive with a qualitative approach. The research subjects are students of the Japanese Language Program at Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY) taking the hospitality course. The research is conducted through observation by analyzing CLT-based learning activities using three steps: mechanical practice, meaningful practice, and communicative practice. The study results indicate that with the CLT method, students can use *Keigo* through word or phrase repetition, understand the meaning of words and expressions in sentences, and freely actualize themselves through improvisation and exploration of conversational contexts. A new finding from this research is that the CLT teaching method is effective when applied to the hospitality course, emphasizing building interpersonal relationships through *omotenashi no kokoro*.

Abstrak

Kata Kunci:

keigo; omotenashi;
Communicative
Language Teaching

Pembelajaran Keigo dalam membangun *omotenashi no kokoro* (layanan prima) melalui pendekatan communicative language teaching

Dalam membangun hubungan interpersonal melalui *omotenashi no kokoro*, *keigo* merupakan aspek penting dalam komunikasi bahasa Jepang. Peranan dosen dalam menyampaikan materi pembelajaran *keigo* diharapkan dapat memotivasi mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi sekaligus menguasai cara menciptakan hubungan interpersonal. *Communicative Language Teaching* (CLT) sebagai pilihan dalam metode pengajaran. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan alternatif pembelajaran yang berfokus pada *service excellent* melalui *omotenashi no kokoro*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Bahasa Jepang Universitas Teknologi Yogyakarta (UTY) yang menempuh mata kuliah Hospitality. Penelitian dilakukan melalui observasi berupa analisis kegiatan pembelajaran dengan metode CLT dengan tiga langkah yaitu *mechanical practice*, *meaningful practice* dan *communicative practice*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan metode CLT, mahasiswa mampu menggunakan *keigo* melalui pengulangan kata atau ungkapan, memahami makna kata dan ungkapan dalam kalimat, serta mengaktualisasikan dirinya secara leluasa dalam melakukan improvisasi serta eksplorasi konteks percakapan. Penemuan baru dari penelitian ini adalah metode pembelajaran CLT efektif diterapkan pada mata kuliah hospitality yang menekankan pada aspek membangun hubungan interpersonal melalui *omotenashi no kokoro*.

* Corresponding author:

chdian3009@gmail.com

Copyright © 2023 Christine Dian Permata Sari, Teti Indriati Kastuti



1 Pendahuluan

Penurunan pangsa industri manufaktur dan pertumbuhan industri nonmanufaktur merupakan tren global. Pangsa industri manufaktur di AS, Inggris, dan Prancis telah turun menjadi sekitar 10%, dan pangsa industri jasa di negara-negara berkembang mencapai 50% hingga 70% (Morikawa, 2016). Namun di Jepang, industri jasa diprediksi akan terus mengalami perkembangan yang pesat di masa depan. Dalam sektor pariwisata dan ekonomi Jepang, Jepang merupakan salah satu negara dengan pelayanan yang sangat ramah terhadap tamu atau pelanggan. Pelayanan yang meliputi kehormatan, keramahan, dan perhatian secara detail atau yang dikenal dengan konsep budaya *omotenashi*. *Omotenashi* menjadi sangat penting bagi Jepang karena memberikan dampak signifikan pada peningkatan jumlah wisatawan dan pelanggan dari berbagai negara. Selain itu, *omotenashi* juga membantu membangun hubungan antara orang dan perusahaan menjadi lebih baik.

Omotenashi dilakukan dengan tidak terlalu menonjolkan diri dan tidak mencolok menggunakan konsep "hati wabi-sabi" seperti yang tercermin dalam praktik *chanoyu*. Hal ini tampak ketika tuan rumah menerapkan sikap penuh perhatian, merespon kebutuhan tamu, dan memberikan pengalaman yang memuaskan secara keseluruhan. Untuk menyambut tamu, perhatian yang tidak terlihat oleh mata diungkapkan dengan hal yang terlihat oleh mata, seperti mempersiapkan penyambutan dengan sepenuh hati sambil memikirkan orang yang belum ada di tempat itu. Namun upaya dan kerja keras di belakang layar untuk tujuan itu tidak perlu ditunjukkan dan ditonjolkan sedikit pun, supaya orang yang dilayani tidak akan erasa terbebani. Itulah esensi dari *omotenashi* (Sen XV, 2017).

Morishita telah meneliti keramahtamahan hotel-hotel barat yang mewah dan *omotenashi* dari *ryokan* tradisional Jepang atau penginapan bergaya Jepang dan menyatakan bahwa konsep dan praktik *omotenashi* bervariasi. Setiap hotel atau *ryokan* memiliki caranya sendiri untuk menunjukkan *omotenashi*. (Morishita, 2016). Prinsip dasar *omotenashi* adalah bahwa tuan rumah tidak mengharapkan pengembalian apa pun dari tamu, dan bertemu dengan tamu merupakan pengalaman sekali seumur hidup (disebut *ichi-go-ichi-e* dalam bahasa Jepang). Kata *omotenashi* sendiri sudah lama dikenal oleh orang asing sebagai salah satu keindahan yang mendefinisikan Jepang; Keramahan, kasih sayang, dan semangat orang Jepang dalam menyambut dan melayani wisatawan memainkan peran penting dalam pengembangan industri pariwisata. Citra Jepang di mata wisatawan dapat dipahami sebagai "negara dengan semangat kesempurnaan dalam menyambut pelanggan" (Lombardo et al., 2019).

Pembelajaran bahasa Jepang khususnya bahasa Jepang untuk bisnis pariwisata, sebaiknya memahami tujuh konsep "*omotenashi no kokoro*" (jiwa *omotenashi*) yaitu "membangun hubungan antara manusia", "perhatian", "hati yang peduli orang lain", "tanggapan yang cepat", "hati yang mendampingi", "tanggapan yang fleksible", "hati yang tulus" secara berurutan (C. Hayashi. et al., 2020). Melalui *omotenashi no kokoro*, pelajar dapat mengembangkan pengetahuan "keramahtamahan" dan mempraktikkan layanan kepada pelanggan di masa depan. Keramahan ini untuk mempraktikkan cara belajar berkomunikasi dengan bahasa yang menunjukkan kesantunan, mempelajari ekspresi Jepang yang mewujudkan "jantung keramahtamahan" sambil memahami makna dan pola kalimat. Kesantunan dalam bahasa Jepang berhubungan erat dengan *keigo* yang merupakan ragam hormat bahasa Jepang yang dari segi ketatabahasaan maupun konsep penggunaannya cukup rumit. *Keigo* tidak hanya berkaitan dengan aturan bahasa namun juga berkaitan dengan norma yang ada di dalam masyarakat Jepang (Saifudin, 2020).

Berdasarkan penelitian Uning Kuraesin, konsep *omotenashi* mengacu pada penggunaan *keigo* yang sering digunakan dalam industri perhotelan untuk menyambut tamu. Penggunaan ungkapan bahasa tersebut mencerminkan konsep *omotenashi*, yang memiliki arti pelayanan ramah yang bertujuan membuat tamu merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan hotel (Kuraesin, 2021).

Dalam penelitian ini, penulis mengangkat *keigo* sebagai bahasa untuk mencerminkan *omotenashi no kokoro (service excellent)*, yang digunakan tidak hanya dalam bentuk *kenjougo* namun dalam bentuk *sonkeigo* dan *teineigo*. Sebagai kebaruan dari penelitian ini adalah kegiatan pembelajaran melalui pendekatan *Communicative Language Teaching (CLT)* yaitu *mechanical practice, meaningful practice* dan *communicative practice*. Metode pembelajaran *Communicative Language Teaching* atau disebut juga dengan *Communicative Approach* adalah metode pembelajaran yang memberikan penekanan pembelajaran pada interaksi siswa sebagai tujuan akhir pembelajaran. Metode pembelajaran CLT merupakan serangkaian langkah pengajaran yang menitikberatkan pada pembelajaran bahasa yang komunikatif (Hiep, 2007).

Dalam pembelajaran bahasa asing, CLT menjadi metode atau lebih tepat dikatakan sebagai pendekatan yang bertujuan untuk mengembangkan kompetensi komunikasi (Nishino, 2008). Selanjutnya Richards dan Rodgers (2001: 172) menyebutkan lima prinsip yang terkandung dalam metode *Communicative Language Teaching (CLT)*, yaitu : 1) Pemelajar mempelajari bahasa untuk digunakan sebagai sarana berkomunikasi. 2) Komunikasi yang otentik dan bermakna harus menjadi tujuan kegiatan kelas. 3) Kefasihan merupakan dimensi komunikasi yang penting 4) Komunikasi akan melibatkan integrasi keterampilan berbahasa yang berbeda 5) Pembelajaran merupakan suatu proses membangun kreativitas dan melibatkan percobaan dan kesalahan (Richards.C & Rodgers.S, 2001).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti dan Saifudin menjelaskan bahwa layanan jasa di *front office* Hyoe Koyokaku diberikan dengan menempatkan staf yang ramah, *good looking*, memiliki senyum yang indah lagi tulus, dan memiliki empati yang tinggi serta staf diwajibkan memiliki kemampuan bahasa Jepang yang baik mengingat bahasa Jepang memiliki tingkatan kesepanan (Wijayanti & Saifudin, 2021). Sedangkan, penelitian terdahulu mengenai penggunaan pendekatan CLT sudah dilakukan oleh Budiarmo menyebutkan bahwa pembelajaran dengan metode CLT menunjukkan hasil dan manfaat yang baik, kelas menjadi hidup dan dapat berinteraksi antar siswa sehingga kemampuan berbicara siswa terus meningkat (Budiarmo, 2019).

2 Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi pada peningkatan keterampilan berbicara mahasiswa dengan metode CLT sehingga mahasiswa dapat belajar dan mengaplikasikan bahasa yang dipelajari dalam situasi yang sebenarnya. Pesertanya mahasiswa bahasa Jepang Diploma Tiga Universitas Teknologi Yogyakarta semester 4 yang mengambil mata kuliah "Bijinesu Manaa" dan semester 5 yang mengambil mata kuliah "hospitality". Mahasiswa semester 4 yang sudah terbiasa belajar *keigo* hanya dengan pemahaman pola kalimat, hasilnya tidak begitu efektif. Hal ini terlihat pada saat dituntut berkomunikasi sesuai dengan situasi yang sebenarnya. Sejalan dengan pendapat Reese (Reese, 1999) bahwa belajar dengan melakukan berarti belajar dari pengalaman yang dihasilkan langsung dari sendiri. Mahasiswa benar-benar mendemonstrasikan sesuatu atau menggambarkan sesuatu atau melakukan beberapa tindakan. Sangat penting dalam pengajaran asing bahwa mahasiswa menjadi akrab dengan bahasa tersebut. Cara lain untuk menciptakan masukan yang kaya dalam kelas bahasa adalah dengan menggunakan sasaran sebagai alat

pengajaran (Doughty & Long, 2003) Mahasiswa mendengar langsung dari dosen dan sumber multimedia seperti video, kaset audio, internet, dan lain-lain.

3 Hasil dan Pembahasan

3.1 Mechanical Practice

. Latihan mekanis mengacu pada kegiatan latihan terkontrol yang dapat dilakukan siswa dengan sukses tanpa harus memahami bahasa yang mereka gunakan. Contoh aktivitas semacam ini adalah latihan pengulangan dan latihan penggantian yang dirancang untuk melatih penggunaan tata bahasa tertentu. *Mechanical Practice* yang bisa dilakukan dengan tema sebagai berikut.

- (1) お客様の人数を確認するとき、スタッフがお客様の人数を言う時は「...人」ではなく、「...名様」を使います。

スタッフ：何名様ですか。

お客様：2人です。

スタッフ：2名様ですね。

Dengan berpasangan bergantian melakukan percakapan (kaiwa) singkat sampai terbiasa menggunakan bentuk 名様。

- (2) お客様に何かを頼む時に使う丁寧な表現です。

スタッフ：こちらにお座りください。

Pada saat menghadapi tamu staf menggunakan bahasa kesantunan. Mahasiswa mencari kosakata dan mengubah ke bentuk お+Vます+ください。

- (3) お客様の言ったことをもう一度確認することを、「エコークエスション (EQ)」と呼びます。お客様が名前や電話番号、住所、メールアドレス、部屋番号などを口頭で伝えた時は、間違えないように EQ をすることが重要です。電話などではお客様に書いてもらうことができないので、どのような漢字を書くや、メールアドレスなどのすべるもお客様に確認する必要があります。

お電話番号は 035-0987-4876 ですね。

"Echo Question (EQ)" adalah istilah yang digunakan untuk mengonfirmasi kembali apa yang diucapkan oleh pelanggan. Saat pelanggan memberikan informasi seperti nama, nomor telepon, alamat, alamat email, nomor kamar, dan sebagainya secara lisan, penting untuk melakukan EQ agar tidak terjadi kesalahan. Karena tidak mungkin meminta pelanggan menulis informasi tersebut melalui telepon, penting untuk mengonfirmasi dengan pelanggan mengenai bagaimana menulis kanji tertentu atau ejaan dari alamat email, dan lain-lain.

3.2 Meaningful Practice

Latihan yang bermakna mengacu pada kegiatan dengan kontrol bahasa tetap diberikan namun siswa

dituntut untuk membuat pilihan yang bermakna saat melakukan Latihan. Misalnya, untuk melatih mereka menggunakan ungkapan yang disesuaikan dengan tempat tamu berada.

(4) あいさつ：いらっしゃいませ

Frasa *omotenashi* saat menyambut tamu, tidak menggunakan *いらっしゃい* tetapi menambahkan *ませ*.

(5) 見送る挨拶：いってらっしゃいませ（笑顔でおじぎ）

Salam atau ungkapan yang diucapkan ketika mengantar tamu, biasanya digunakan pula saat di bandara, hotel, atau penginapan dengan menunjukkan raut muka senyum.

(6) 承知：かしこまりました

Ungkapan yang digunakan oleh staf untuk menyampaikan bahwa mereka memahami kebutuhan tamu. Menyampaikan yang staf pahami penting untuk menyampaikan semangat keramahan. Selain bentuk ini bisa juga menggunakan *承知しました*、*承知いたしました*。

(7) お願い：お決まりになりましたら、お呼びください。

Salah satu bentuk permintaan diawali dengan bentuk *になりましたら*。

(8) お客様が出かける時、見送るあいさつです。空港、ホテル、旅館などで使います。「いってらっしゃい」に「ませ」をつけて丁寧に言います。この時、笑顔とおじぎを忘れないようにしましょう。

スタッフ：「笑顔」いっていらっしゃいませ。（笑顔でおじぎ）

お待たせいたしました adalah salah satu frasa yang menggambarkan informasi yang dilakukan staf terhadap tamu, yakni ketika staf sudah membuat tamu menunggu.

(9) 行動表明：ご案内いたします

ご案内いたします adalah salah satu frasa yang menggambarkan penjelasan kegiatan yang akan dilakukan oleh staf terhadap tamu, yakni ketika staf akan mengantar tamu.

(10) 情報提供：こちらがメニューでございます。

Staf tidak langsung menyerahkan menu sebelum menjelaskan menu yang tersedia secara detail. Ini menunjukkan bahwa staf mengawalinya dengan kesantunan.

(11) 会釈：おはようございます、いらっしゃいませ

Saat berpapasan dengan tamu staf melakukan *ojigi* (membungkuk 150) secara *会釈*.

(12) 敬礼：謝罪：（困った表情）大変申し訳ございません。

Saat menyampaikan permintaan maaf bisa ditunjukkan dengan frasa tersebut disertai membungkuk 30°, ojigi secara 敬礼

最敬礼：深く謝罪：大変申し訳ございませんでした

Apabila staf sangat berterima kasih atau bahkan sangat menyesal maka sudah selayaknya memberikan penghormatan tertinggi secara 最敬礼, dan apabila ada kesalahan yang dilakukan staf, dia harus meminta maaf dengan sopan dengan hormat setinggi-tingginya.

(13) ご案内：距離の示し方

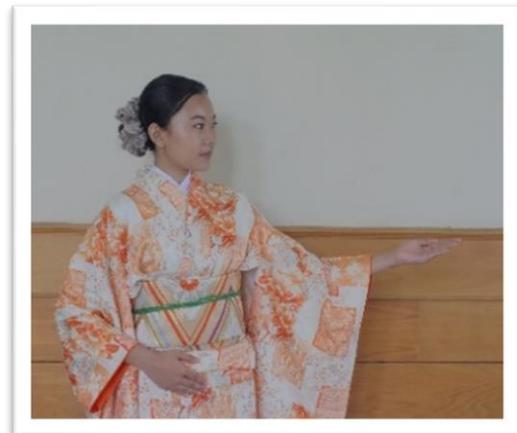
場所のご案内をする時、腕を伸ばしたり、縮めたりすることで距離が伝わります。また、右側を示す時は右手を示す時は左手を使うことで、丁寧で美しいご案内になります。示す時は、人差し指だけで指すのではなく、指をそろえましょう。

行動表明：ご案内いたします。

ご案内いたします adalah frasa yang menggambarkan penjelasan kegiatan yang akan dilakukan oleh staf terhadap tamu, yakni staf akan mengantar tamu.



Gambar 1. こちら
[Sumber: koleksi pribadi]



Gambar 2. そちら
[Sumber: koleksi pribadi]



Gambar 3. あちら
[Sumber: koleksi pribadi]

3.3 Communicative Practice

Praktik komunikatif mengacu pada kegiatan praktik menggunakan bahasa dalam konteks komunikatif aktual, informasi aktual dipertukarkan, dan bahasa yang digunakan tidak sepenuhnya dapat diprediksi. Misalnya, siswa mungkin harus menggambar peta lingkungan mereka dan menjawab pertanyaan tentang lokasi tempat yang berbeda, seperti halte bus, kafe, dan lain-lain.

(14) レストランにお客さまが来ました。

スタッフ：「笑顔」いらっしゃいませ（笑顔）何名さまですか。

お客さま：4人です。

スタッフ：4名さまですね。ただいま4名さまのお席がいっぱいですので、こちらにお名前をお書きにになってお待ちください。

お客さま：はい。

(15) 席の準備ができました

スタッフ：お待たせいたしました。4名さまでお待ちの田中さま、ご案内いたします。

(16) 席について、メニューを渡す

こちらがメニューでございます。お決まりになりましたら、お呼びください。

Percakapan (16) menggambarkan situasi di restoran saat tamu datang, selesai mempersiapkan kursi, dan saat menyerahkan menu.

(17) ホテルでお客さまとスタッフが話しています

お客さま：あの一、このホテルにプールはありますか。

スタッフ：はい、ございます。プールは本館の地下1階でございます。こちらのエレベーターをご利用ください。エレベーターを降りて、そのまま、まっすぐお進みください。左側にプールの入り口がございます。

お客さま：あ、わかりました。

Percakapan (17) menggambarkan ketika memberikan panduan lokasi, jarak dapat dikomunikasikan dengan merentangkan atau memperpendek lengan. Selain itu, untuk menunjukkan sisi kanan, gunakan tangan kanan, dan untuk menunjukkan sisi kiri, gunakan tangan kiri agar panduan menjadi sopan dan indah. Ketika menunjukkan, pastikan tidak hanya menggunakan jari telunjuk, tetapi pastikan semua jari sejajar, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1,2, dan 3

4 Simpulan

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *omotenashi no kokoro* tidak bisa dilepaskan dari penggunaan *keigo*. Pembelajaran *keigo* yang dirasakan sulit bagi mahasiswa dapat diatasi dengan memilih salah satu metode pengajaran. Penulis telah menerapkan metode *Comunicative*

Language Teaching (CLT) dalam mengimplementasikan *keigo* sehingga pembelajaran *omotenashi no kokoro* dapat dicapai oleh mahasiswa.

Melalui latihan mekanik mahasiswa menjadi terbiasa dengan perubahan pola kalimat atau frasa secara gramatikal. Melalui latihan makna mahasiswa dapat membedakan frasa yang berkaitan dengan *aisatsu*, *onagai*, *shoochi*, *koudohoukoku*, dan lainnya. Melalui latihan komunikasi, memadukan keterampilan mekanik dan makna mahasiswa dapat menerapkan *keigo* dalam percakapan yang lebih luas sesuai dengan lawan bicara, situasi, dan lokasi.

Referensi

- Budiarso, I. (2019). Analisis metode communicative language teaching terhadap kemampuan berbicara bahasa Inggris guru-guru SMK dan SMP Islam Mandiri Bojong Gede Bogor. *Jurnal SAP*, 3(3).
- C. Hayashi., M Hatori, & M. Saito. (2020). *おもてなしの日本語*. Tokyo: ASK. ASK.
- Doughty, C. J., & Long, M. H. (2003). *Optimal psycholinguistic environments for distance foreign language learning* (Vol. 7). <http://ilt.msu.edu/vol7num3/doughty/>
- Hiep, P. H. (2007). Communicative language teaching: Unity within diversity. *ELT Journal*, 61(3), 193–201. <https://doi.org/10.1093/elt/ccm026>
- Kuraesin, U. (2021). Omotenashi concept in Japanese expression in hospitality. In *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* (Vol. 12, Issue 8). <https://maggiesensei.com/2015>.
- Lombardo, O., Goantara, S.-M. D.-P., & Ek, R. (2019). *Analysis on Japanese hospitality spirit of omotenashi: Does it work in other countries? A case of its implementation in Indonesia*.
- Morikawa, M. (2016). *Business uncertainty and investment: Evidence from Japanese companies*. <http://www.rieti.go.jp/en/>
- Morishita, S. (2016). Managing omotenashi in onsen ryokans: A case study of Kurokawa Onsen in Kyushu, Japan. In *Journal of Global Tourism Research* (Vol. 1, Issue 2).
- Nishino, T. (2008). Japanese secondary school teachers' beliefs and practices regarding communicative language teaching: An exploratory survey. *JALT Journal*, 30(1), 27–51.
- Reese, H. W. (1999). Strategies for replication research exemplified by replications of the istomina study. *Developmental Review*, 19(1). <https://doi.org/10.1006/drev.1998.0473>
- Richards, C. J., & Rodgers, S. T. (2001). *Approaches and methods in language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Saifudin, A. (2020). Kesantunan bahasa dalam studi linguistik pragmatik. *LITE: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Budaya*, 16(2), 135–159. <https://doi.org/10.33633/lite.v16i2.4107>
- Sen XV, S. (2017). *Urasenke tea procedure guidebook I, Introductory Level*. Tankosha.
- Wijayanti, W. N., & Saifudin, A. (2021). Implementation of omotenashi in Japanese ryokan. *Japanese Research on Linguistics, Literature, and Culture*, 3(2), 122–132. <https://doi.org/10.33633/jr.v3i2.4657>