

ANALISIS PRINSIP SOPAN SANTUN DALAM WACANA PERSUASI PADA KOMUNIKASI PEGAWAI *FRONT OFFICE* PERHOTELAN DI SURABAYA

Heppy Kurnia Putri

Thesis entitled "Principles of Persuasion Manners in Discourse on Hospitality Front Office in Surabaya" is intended to describe the principles of the existing manners in research object and describe the discourse of persuasion used by the front office to the guest. This study uses the theory of politeness principle put forward by Leech and persuasion discourse Newcomb. Raised by this research method used is descriptive qualitative method which is divided into three stages: data collection methods, data analysis methods, methods of exposure data results. The results of this study found the use of compliance and violation of the principle of decorum in discourse persuasion done by the Front Office for hotel guests it is seen in the form of speech made by the Front Office Guests tend to affect the emotional approach through principles of good manners.

Keywords: Front Office, Discourse Persuasion, Principles of Civility

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan manusia. Komunikasi membantu manusia untuk berinteraksi antara satu dan yang lainnya, oleh sebab itu dalam berkomunikasi kita perlu memahami bagaimana komunikasi yang baik. Komunikasi yang baik dan tepat adalah apabila pesan yang ingin disampaikan penutur dapat diterima dan dipahami oleh lawan tutur. Selain itu melalui komunikasi juga diharapkan dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan lawan tutur. Hubungan harmonis akan tercipta ketika penutur dan lawan tutur saling memahami dan saling menghargai. Dengan demikian sangat diperlukan pemahaman akan penggunaan prinsip sopan santun dalam komunikasi yang dilakukan. Prinsip sopan santun memudahkan penutur untuk menjalin hubungan baik dengan lawan tutur melalui ke enam maksim yakni: maksim kebijaksanaan, maksim kedermawanan, maksim pujian, maksim kerendahan hati, maksim kesepakatan, dan maksim simpati.

Hotel merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak dalam bidang usaha jasa dan produk, dalam sebuah hotel tidak hanya menjual atau menyewakan kamar, tetapi juga terdapat restoran, *Spa*, *Laundry* atau jasa pencucian pakaian, *Barber Shop* atau salon, dan *Ball Room* (gedung serba guna). Oleh sebab itu dalam sebuah hotel terdapat *Front Office*, *Front Office* merupakan tonggak utama suatu penjualan produk hotel karena tugas dari *Front Office* sendiri adalah menawarkan untuk tamu yang akan memesan kamar mengenai produk – produk yang dijual oleh pihak hotel dalam hal ini tentu saja petugas *Front Office* diharapkan memiliki beberapa kemampuan khusus diantaranya adalah berpenampilan menarik (tinggi, memiliki senyum menawan, rapi), menguasai bahasa asing selain bahasa Indonesia, memahami produk-produk yang ada di hotel, memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga banyak tamu yang akan tertarik dan menggunakan produk hotel.

Dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh *front office* terhadap tamu dapat dilihat bahwa ke enam maksim prinsip sopan santun digunakan sebagai tolak ukur

utama dalam melakukan tuturan. *Front office* sendiri adalah salah satu *department* di hotel yang memiliki tugas untuk menjual kamar dan produk hotel yang lainnya. Penggunaan prinsip sopan santun tersebut memang merupakan suatu aturan yang diterapkan oleh hotel dimana kepuasan tamu adalah hal yang utama. Tetapi bila melihat lebih cermat, penggunaan prinsip sopan santun tersebut mengandung sebuah unsur wacana persuasi atau mempengaruhi, ditemukan banyak sekali penggunaan metode tatan dan metode ganjaran pada komunikasi yang terjadi antara *front office* dan tamu. Hal yang menarik dari penelitian ini adalah bagaimana wacana persuasi tersebut dapat tertutupi dengan penggunaan prinsip sopan santun yang memungkinkan tamu untuk menyetujui *front office* dan memiliki kesepakatan tanpa merasa dirugikan. Selain itu kita dapat melihat leburnya wacana persuasi dengan penggunaan prinsip-prinsip sopan santun dalam kegiatan komunikasi tersebut. Pada penelitian ini peneliti juga akan menemukan pelanggaran-pelanggaran prinsip sopan santun yang terjadi dalam komunikasi tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah mendiskripsikan prinsip sopan santun yang ada pada objek penelitian, serta mendiskripsikan wacana persuasi yang ada pada objek, serta menemukan relasi pada penggunaan prinsip sopan santun sebagai media persuasi yang dilakukan oleh objek pada tamu. Penelitian ini menggunakan teori prinsip sopan santun yang dikemukakan oleh Leech serta wacana persuasi yang dikemukakan oleh Newcomb. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode diskriptif kualitatif yang dibagi menjadi tiga tahapan yaitu: metode pengumpulan data, metode analisis data, metode pemaparan hasil data.

Hasil dan Pembahasan

Prinsip Sopan Santun

Prinsip sopan santun adalah sebuah konsep tentang sopan santun yang dilakukan oleh diri dan orang lain. Penutur menggunakan aturan-aturan berdasarkan kesopanan dalam konteks sosial kepada orang lain atau mitra tutur, selain itu penutur juga diharapkan untuk menggunakan prinsip sopan santun kepada pihak ketiga bila tiba-tiba pihak ketiga hadir dalam proses tuturan tersebut ataupun tidak hadir tetapi sedang menjadi pokok bahasan dalam suatu tuturan tersebut.

Prinsip sopan santun sangat terikat konteks dimana tuturan tersebut dilakukan dan latar belakang budaya mitra tutur dan penutur sendiri. Karena pada setiap daerah ataupun negara tingkat kesopanan dan ketidak sopanan sangat berbeda.

Pada Leech (1993: 206) dikemukakan bahwa: prinsip sopan santun terbagi menjadi 6 maksim yang kesetiap maksimnya sangat berkesinambungan. Seperti maksim kearifan dengan maksim kedermawanan, maksim pujian dengan maksim kerendahan hati, maksim kesepakatan dengan maksim simpati. Pada pembahasan mengenai prinsip sopan santun yang terjadi pada *front office* perhotelan ini ditemukan data-data yang mendukung digunakannya keenam maksim tersebut dalam komunikasi atau tuturan yang terjadi antara *receptionis* dan tamu, selain itu juga ditemukan beberapa pelanggaran yang terjadi pada keenam maksim tersebut yang akan dibahas disetiap maksimnya pada poin berikut.

1. Maksim Kebijakan atau Kearifan

Maksim kebijaksanaan adalah salah satu maksim yang dikemukakan oleh Leech, kita diharuskan bersikap bijaksana untuk memilih kata yang tidak menyakiti orang lain dan memberikan atau menawarkan keuntungan pada lawan bicara. "Buatlah kerugian

orang lain sekecil mungkin dan buatlah keuntungan orang lain sebesar mungkin” Leech, (1993: 206) Pada maksim kebijaksanaan ini bentuk ujaran yang biasanya digunakan berupa impositif dan komisif. Maksim kebijaksanaan menyatakan bahwa tuturan yang diutarakan secara tidak langsung dianggap lebih sopan dari pada yang diutarakan secara langsung. Urutan kesopanan melalui bentuk impositif.

Data 1

R: “Selamat pagi, ada yang bisa saya bantu?”

G: “Saya butuh koran pagi apa bisa disediakan?”

R: “Tentu saja Ibu, nanti petugas kami akan mengantarkannya ke kamar Ibu”

G: “Oh terimakasih kalau begitu

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 10 Mei 2013, saat tamu meminta sesuatu pada *receptionis*)

Konteks tuturan yang dilakukan oleh *receptionis* dan tamu pada data 1 ini terjadi ketika tamu datang ke meja *front desk* dan meminta koran pada *receptionis*, saat itu *receptionis* memberikan apa yang diinginkan tamu tetapi dengan cara menawarkan tamu untuk mengantarkan koran ke dalam kamar, *receptionis* tidak ingin tamu merasa kecewa karena menunggu, oleh sebab itu *receptionis* menyarankan tamu untuk kembali ke dalam kamar dan meminta petugas *bellboy* untuk mengantar koran ke kamar tamu.

Pada data 1 ini dapat dilihat bahwa *receptionis* berusaha untuk memberikan hal yang diinginkan tamu dengan pilihan kata yang mampu meningkatkan kepercayaan. Selain itu *receptionis* juga memberikan tambahan bantuan sehingga tamu akan merasa lebih diuntungkan dengan meminta petugas untuk mengantar koran ke kamar tamu, hal ini dilakukan untuk memperlihatkan pada tamu bahwa pihak hotel mampu memberikan pelayanan yang baik dan memberikan keuntungan berupa kemudahan bagi tamu.

2. Maksim Kedermawanan atau Kemurahan

Pada maksim kedermawanan penutur diharapkan menggunakan kalimat atau kata untuk mengungkapkan perasaan dan menyatakan pendapat menggunakan kesopanan. Maksim tersebut menggunakan bentuk ujaran impositif dan komisif. Pada maksim kedermawanan masih berkesinambungan dengan maksim kebijaksanaan hal yang membedakan adalah sudut pandang yang dilihat dari kedua maksim tersebut, bila maksim kebijaksanaan lebih bersudut pandang pada lawan tutur tetapi maksim kedermawanan justru bersudut pandang pada penutur, adapun persamaanya adalah sama-sama menekankan pada untung dan rugi.

Data 9

G: “Mbak tolong saya dibantu untuk *chek out*”

R: “Baik Ibu, silakan Ibu langsung menuju *front desk* di *loby*, kami akan membantu untuk proses *chek out*”

(Sumber: hasil transkripsi antara pertuturan pada R dan G. Pada Tgl 24 April 2013, saat tamu meminta sesuatu pada *receptionis*)

Pada data 9 konteks tuturan terjadi di telepon, ketika tamu menghubungi *receptionis* untuk proses *chek out*, tamu tersebut berada di dalam kamar untuk *packing*. *Receptionis* dengan sigap menyiapkan *bill* dan meminta tamu untuk turun ke *loby* dan menemui *receptionis* di *front desk* sehingga proses *chek out* bisa berjalan dengan cepat.

Selain membuat kerugian untuk diri sendiri sebanyak mungkin maksim kedermawanan juga mengharapkan penutur menggunakan kalimat atau kata untuk mengungkapkan perasaan dan menyatakan pendapat menggunakan kesopanan. Hal ini terjadi pada data 9, *receptionis* telah menggunakan maksim kedermawanan dalam menyampaikan pendapat dan perintahnya kepada tamu. Sehingga tamu tidak merasa tersinggung dengan kata-kata yang diucapkan *receptionis*. *Receptionis* juga menggunakan kata “silakan” sebagai bentuk suruhan yang memungkinkan tamu merasa untuk dihormati. Selain itu *receptionis* menekankan kata “kami akan membantu Ibu untuk proses *chek out*” memberikan janji agar tamu merasa nyaman dengan usul ataupun perintah yang didapat dari pihak *receptionis*.

3. Maksim Pujian

Maksim pujian adalah memungkinkan penutur untuk memuji orang lain. Menggunakan ujaran–ujaran ekspresif dan asertif. “Kecamlah orang lain sesedikit mungkin dan pujilah orang lain sebanyak mungkin” (Leech, 1993:206) Maksim diatas menuntut kita untuk menyampaikan pendapat positif mengenai mitra tutur yang berupa pujian, meskipun bentuk pujian sangat beragam tetapi paling sering digunakan pada percakapan antara *receptionis* dan tamu adalah pujian mengenai fisik tamu tersebut. Berikut adalah bentuk-bentuk tuturan yang berisi maksim pujian:

Data 12

R: “hari ini, ada acara lagi ya Pak?”

G: “iyah, kuk tau Mas?”

R: “Bapak terlihat rapi dan wangi”

G: “iyah ini Mas terimakasih loh Mas”

R: “sama- sama Bapak”

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 10 Mei 2013, saat tamu meminta sesuatu pada *receptionis*)

Pada data 12 konteks tuturan terjadi antara *receptionis* dan tamu lelaki yang sedang menunggu *lift*. *Reception* yang pada saat itu sedang tidak melayani tamu manapun melihat bahwa bapak tersebut hendak turun dan menggunakan pakaian yang sangat rapi. Tamu atau bapak tersebut merupakan tamu *long stay*, sehingga *receptionis* sangat hafal bahwa tamu tersebut setiap harinya selalu memiliki jadwal yang padat. Dengan demikian *receptionis* menyapa bahkan memberikan pujian bermaksud untuk menyenangkan hati tamu *long stay* mereka.

Pujian merupakan pemberian *compliment* berdasarkan pribadi lawan tutur. Hal ini lebih seperti komentar keadaan baik fisik maupun kemampuan lawan tutur yang terlihat sehingga memungkinkan kita untuk memberikan komentar positif mengenai hal tersebut. Pujian layaknya pada bab persuasi adalah hal yang dapat dilakukan bila keadaan atau situasi sangat memungkinkan untuk melakukan hal tersebut. Pada maksim pujian kita diharapkan sebisa mungkin memperbanyak pujian terhadap lawan tutur, maksim pujian memungkinkan kita untuk mengurangi perasaan segan dengan lawan tutur. Pada data 12 *receptionis* melakukan pujian kepada tamu sebagai lawan tutur, pujian tersebut selain berfungsi sebagai pemberian *compliment* tetapi juga suatu bentuk perhatian yang diperlihatkan *receptionis* terhadap tamu tersebut.

4. Maksim Kerendahan Hati

Maksim kerendahan hati menggunakan bentuk ujaran ekspresif, tidak begitu jauh berbeda dengan maksim pujian, maksim ini memaksimalkan ketidak hormatan pada diri sendiri dan memaksimalkan penghargaan pada orang lain. Maksim kerendahan hati saling berkesinambungan dengan maksim pujian, pada maksim ini penutur diharapkan mengecam diri sendiri sebanyak mungkin. Dengan begitu kita diharapkan untuk merendah kepada lawan tutur.

Data 17

R: “ada yang bisa saya bantu Bapak?”

G: “kemaren saya lupa info tapi saya sudah bikin *note* dan saya taruh di kamar, shower kamar saya rusak”

R: “mohon maaf Bapak atas ketidak nyamanan yang terjadi, kami akan segera memanggil petugas enggining”

G: “tidak papa Mbak”

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 10 Mei 2013, saat tamu meminta sesuatu pada *reception*)

Konteks tuturan yang terjadi antara *receptionis* dan tamu pada data 17 terjadi disaat tamu mengkomplain *shower* yang rusak. Pada percakapan ini *receptionis* terlihat bijaksana dengan meminta maaf dan segera menanggapi keluhan tamu. Tamu tersebut sebenarnya telah membuat *note* di dalam kamar yang seharusnya sudah terbaca oleh pihak *house keeping*, tetapi tidak ditanggapi sehingga tamu segera datang ke *front desk* untuk menginfokan masalah *shower*. Kejadian yang seharusnya membuat tamu marah tersebut berhasil dikendalikan oleh *receptionis*, sehingga tamu dapat memaafkan, dan tidak terjadi perdebatan ataupun keluhan dari tamu tersebut.

Sama dengan data 16, data 17 juga memperlihatkan bentuk kerendahan hati yang dimiliki *receptionis* dengan cara meminta maaf atas kesalahan yang terjadi. Pada saat kita melihat data 17 tamu juga memiliki kesalahan dengan tidak menginfokan kerusakan yang terjadi dan hanya menulis *note*, tetapi *receptionis* tetap meminta maaf tanpa menyinggung kesalahan tamu.

5. Maksim Kesepakatan

Maksim Kesepakatan menggunakan bentuk ujaran asertif dan ekspresif. Maksim tersebut menyatakan bahwa penutur hendaklah memberikan kesepakatannya kepada lawan bicara, menyetujui apa yang dikatakan lawan bicara atau memberikan pendapat, dan membuat lawan bicara mengikuti pendapat kita menggunakan bahasa yang sopan sehingga tidak terjadi kesalah pahaman atau rasa tidak nyaman. “Usahakan agar ketaksepakatan antara diri dan lain terjadi sedikit mungkin dan usahakan agar kesepakatan antara diri dan orang lain terjadi sebanyak mungkin” (Leech,1993:207)

Data 19

R: “selamat pagi Mbak ada yang bisa saya bantu?”

G: “selamat pagi, saya mau pesan kamar Mbak”

R: “baik Ibu silakan ini untuk harga kamar dan fasilitasnya”(1)

G: “saya amau ambil *deluxe* saja Mbak”

R: “baik Ibu untuk berapa malam?”(2)

G: “untuk 2 malam”

R: “baik Ibu untuk pembayarannya *credit card* atau *cash*?”(3)

G: “*cash*.oh iyah Mbak bagaimana dengan *breakfast*nya?”

R: “harga kamar sudah termasuk *breakfast* untuk 2 orang Ibu”

G: “terimakasih Mbak”

G: “sama- sama Ibu, selamat beristirahat”

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 24 April 2013, saat tamu melakukan proses *reservasi*)

Konteks tuturan yang terjadi pada data 19 ini mengacu pada tamu percakapan tamu yang melakukan *reservasi* kamar. Dalam percakapan tersebut *receptionis* menawarkan harga kamar hingga memberikan salam penutup. Tidak ada perdebatan atau keluhan dari tamu karena tuturan terjadi dengan sangat baik. *Receptionis* selalu memberikan apapun yang tamu setuju atau inginkan. Tamupun puas dan dapat segera beristirahat karena proses *reservasi* berjalan cepat.

Pada data 19 kesepakatan terjadi tiga kali dan ditandai dengan kata- kata “baik bu” Pada saat proses *reservasi* atau *chek in* banyak sekali ditemukan maksim kesepakatan, *receptionis* sebisa mungkin membuat kesepakatan terhadap tamu pada saat proses tersebut.

6. Maksim Simpati

Maksim simpati menggunakan bentuk ujaran asertif dan ekspresif. Maksim ini menuntut agar penutur mengurangi rasa enggan saat berbicara terhadap lawan tutur dan perbanyak rasa simpati terhadap lawan tutur.

“Kurangilah rasa antipati antara diri dengan orang lain hingga sekecil mungkin dan tingkatkanlah rasa simpati sebanyak-banyaknya antara diri dan orang lain”. (Leech, 1993:207).

Data 21

R: “ya bu selamat siang, bu kehujaan?”(1)

G: “iyah Mbak,kunci kamar yang saya titipkan tolong diambilkan”

R: “ baik silakan Ibu, kamar Ibu sudah dibersihkan dan handuknya sudah diganti dengan yang kering, bila Ibu membutuhkan hal yang lain silakan hubungi kami”(2)

G: “baik Mbak terimakasih”

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 24 April 2013, saat tamu meminta sesuatu pada *receptionis*)

Pada data 21 konteks tuturan yang terjadi antara *receptionis* dan tamu tersebut ketika siang hari dan sedang hujan deras. *Receptionis* yang melihat tamu datang dengan kondisi atau keadaan basah kuyup langsung menyapa tamu dan menanyakan keadaan tamu. Tamu menjawab dan menceritakan kejadian yang dialaminya, bentuk kepedulian *receptionis* juga ditunjukkan dari pelayanan yang cepat sehingga tamu dapat segera beristirahat dan mengeringkan tubuhnya di kamar.

Bentuk kesimpatian dan kepedulian banyak ditemukan pada percakapan yang terjadi antara *receptionis* dan tamu. Pengaplikasian maksim simpati yang dilakukan oleh *receptionis* juga sangat beragam, hal ini terlihat dari contoh-contoh data yang saya dapatkan. Data 21 menunjukkan rasa simpati *receptionis* terhadap tamu yang saat itu sedang basah karena kehujanan, *receptionis* sebisa mungkin melakukan pekerjaan untuk tamu secara lebih cepat sehingga tamu semakin cepat dapat menuju kamar dan

beristirahat. Selain itu *receptionis* juga telah menyiapkan semua yang tamu butuhkan, sehingga tamu mendapatkan kenyamanan saat telah berada dalam kamar. “ baik silakan ibu, kamar ibu sudah dibersihkan dan handuknya sudah diganti dengan yang kering, bila ibu membutuhkna hal yang lain silakan hubungi kami”.(2) Pada akhir percakapan *receptionis* juga menawarkan bantuan lain sebagai bentuk simpati akan keadaan tamu pada saat itu. Sedangkan percakapan (1) *receptionis* mencoba menanyakan keadaan dengan pertanyaan yang sederhana, tujuannya adalah untuk memancing tamu bercerita lebih jauh mengenai hal yang telah dialami tamu tersebut.

Wacana Persuasi

Dalam penelitian ini selain prinsip sopan santun, juga akan disampaikan mengenai wacana persuasi. Pada point berikut akan dijabarkan mengenai penggunaan wacana persuasi dalam komunikasi yang dilakukan oleh *front office* kepada tamu yang akan menginap di hotel.

Berdasarkan keempat metode yang dikemukakan oleh Newcomb peneliti menggunakan dua metode terhadap objek yang akan peneliti kaji yaitu metode tatan dan metode ganjaran, metode tersebut dipilih karena sesuai dengan objek penelitian dan juga sesuai dengan data yang telah peneliti dapatkan. Berikut adalah analisis data berdasarkan metode tatan dan metode ganjaran:

1. Metode Tatan

Metode Tatan yakni penyajian pesan dengan menggunakan himbauan emosional (*Emotional Appeal*) agar menjadi lebih menarik dan memberikan kesan tidak mudah dilupakan serta lebih menonjol.

Contoh percakapan yang menggunakan metode ini:

Data 25

R: “Selamat pagi, selamat datang di Hotel Inna Simpang ada yang bisa saya bantu?”

G: “mau *chek in* Mbak”

R: “apakah sebelumnya sudah *reservasi* Buk?”

G: “belum Mbak”

R: “(menunjukkan *rate sheet*) untuk hotel kami punya 3 tipe kamar yaitu: *superior, deluxe, dan suit*. Hari ini kebetulan ada *special rate*. Harga *superior* dari Rp. 725. 000 menjadi Rp. 550. 000, harga *deluxe* dari Rp. 900.000 menjadi Rp. 700.000, harga *suit* dari Rp.2. 750.000 menjadi Rp. 2.500.000”

G: “fasilitas yang ada di superior apa saja Mbak?”

R: “Fasilitasnya ada TV chanel, tea and *Coffe maker, shower, minibar*”

G: “saya ambil yang *superior* saja untuk dua orang”

R: “menginap untuk berapa malam?”

G: “satu malam saja”

R: “maaf Ibu berkenan untuk *twin bed* atau *single bed*?”

G: “yang *single bed*”

R: “baik, Ibu silakan menandatangani *registration formnya*, untuk depositnya ibuk *cash* atau *credit card*?”

G: “*cash*, saja Mbak”

R: “(membuat *cash receipt*) Ibu silahkan ini disimpan dan diperlihatkan saat *chek out* Ibu”

G: “baik, terimakasih”

R: “ibu dikamar, 302 dilantai 3, silahkan dibantu dengan petugas *bellboynya* Ibu”

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 24 april 2013, saat tamu memesan kamar)

Konteks Data diatas diambil ketika tamu dan *receptionis* telah bercakap di *lobby* tepatnya *front desk*. Tamu hanya datang sendiri dan bukan tamu *reservasi* (atau tamu yang sudah memesan kamar sebelumnya), sehingga proses *reservasi* terjadi saat itu juga. Data 25 merupakan percakapan saat *receptionis* membantu tamu untuk *reservasi* kamar.

Pada contoh percakapan Data 25 yang dilakukan oleh petugas *receptionis* dan tamu di atas kita dapat melihat petugas *reception* menggunakan kata yang bersahabat dan menekankan pada sisi emosional pelanggan pada saat menyapa menggunakan kata “Ibuk”, sedangkan panggilan Ibuk dengan menggunakan huruf ‘K’ biasanya digunakan untuk memanggil lawan bicara yang sudah cukup dekat dengan kita, sedangkan untuk menghormati lawan bicara kita bisanya menggunakan kata “Ibu” meskipun bermakna sama tetapi citra yang diberikan pada kedua kata itu sangat berbeda “Ibu” terasa lebih resmi sedangkan kata “Ibuk” lebih akrab dan terasa lebih dekat. Selain itu *receptionis* ingin menunjukkan keramahan serta rasa ingin membantu yang tinggi sehingga tamu atau pelanggan merasa diperhatikan dan mendapatkan kompliment yang cukup sebagai pengguna jasa.

2. Metode Ganjaran

Metode ganjaran yakni penyajian pesan yang mengandung sugesti (anjuan) yang bila anjuan itu ditaati hasilnya pasti memuaskan atau menjanjikan harapan. Dengan demikian metode tatan sangat sering dijumpai pada percakapan *receptionis* dan tamu. *Receptionis* kerap kali melakukan metode tatan ketika tamu melakukan *reservasi* atau menanyakan tentang fasilitas yang bisa mereka jumpai atau dapatkan pada hotel dimana mereka akan menginap. Berikut ini merupakan data-data yang di dalamnya menggunakan metode tatan sebagai bentuk tuturan:

Data 32

R: “bagaimana kalau menambah *extra bed* Ibu, agar Ibu bisa beristirahat dengan lebih nyaman, selain itu ada *special rate* untuk penambahan *extra bed* Ibu” (1)

G: “nanti jadi sempit nggak Mbak kamarnya?”

R: “nanti akan diaturkan oleh petugas kami sehingga kamar akan tetap nyaman Ibu” (2)

G: “oh, baiklah kalau begitu Mbak saya ambil”

(Sumber: hasil transkripsi pertuturan antara R dan G. Pada Tgl 10 Mei 2013, saat tamu akan *chek in*)

Pada data 32 konteks tuturan terjadi antara *receptionis* dan tamu yang telah selesai melakukan proses *reservasi* tetapi tamu tersebut mengalami kebingungan dengan anaknya yang ikut menginap bersama orang tuanya anak tersebut berusia 8s/d10 tahun. Tamu merasa tidak nyaman untuk tidur bertiga diranjang yang sama, selain itu anak juga menolak untuk tidur satu ranjang dengan orang tuanya, tetapi orang tuanya tidak tega untuk memesan anak mereka kamar terpisah. Dengan keadaan yang demikian maka *receptionis* memberikan saran kepada tamu untuk menggunakan *extra bed* dalam

kamar, sehingga anak tidak perlu tidur satu ranjang dengan orang tua tetapi juga tidak menggunakan kamar yang berbeda.

Memberikan masukan atau saran kepada tamu hendaknya dengan memikirkan kebutuhan serta kemampuan tamu tersebut, selain itu pengambilan keputusan *final* harus melalui persetujuan tamu. Pihak *receptionis* juga hendaknya tidak memaksa dan tidak menunjukkan sifat kecewa ketika tamu tidak mengikuti anjuran. Mempersuasi tamu dapat dilakukan dengan 2 tahap, yang pertama adalah menjelaskan anjuran yang kedua adalah penguatan berupa kelebihan yang dimiliki anjuran. Pada data percakapan (1) “bagaimana kalau menambah *extra bed* ibu, agar ibu bisa beristirahat dengan lebih nyaman, selain itu ada *special rate* untuk penambahan *extra bed* ibu” pada percakapan ini *receptionis* memberikan anjuran dengan memakai kata kemungkinan “bagaimana” sehingga anjuran tersebut terlihat saakan memberikan pilihan untuk tamu kemudian anjuran juga diikuti dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki anjuran tersebut atau pada percakapan yaitu *extra bed. receptionis* pada situasi ini sangat memahami kondisi dan situasi tamu, karena pada saat itu tamu membawa anak mereka yang sudah cukup besar, usia anak sekolah dasar sehingga tidak memungkinkan untuk disewakan kamar sendiri, dengan demikian penggunaan *extra bed* merupakan solusi yang terbaik yang dapat dilakukan, selain itu *reception* juga memberikan harga yang cukup murah untuk *extra bed* sehingga tamu tidak merasa terlalu banyak mengeluarkan biaya. Cara ini terbukti ampuh untuk mempersuasi tamu, pada data 32 percakapan (2) merupakan penguat *compliment* yang diberikan oleh hotel ketika tamu merasakan keraguan atau kekhawatiran terhadap kondisi kamar sehingga sangat tepat ketika *reception* menjawab dengan “nanti akan diaturkan oleh petugas kami sehingga kamar akan tetap nyaman ibu” disini *receptionis* mencoba untuk menghilangkan kekhawatiran tamu dengan memberikan solusi dan jaminan kenyamanan kepada tamu. Dengan demikian tamu mengikuti anjuran *receptionis* untuk menggunakan *extra bed*.

Simpulan

Pada penelitian ini peneliti banyak menemukan metode tatan dan metode ganjaran pada data-data yang telah peneliti dapatkan, kedua metode ini digunakan sebagai usaha untuk mempersuasi tamu dalam memesan kamar ataupun menggunakan produk-produk hotel. Dengan demikian hotel akan mendapat keuntungan yang berlebih, peneliti menemukan bahwa pada kedua hotel tersebut setiap petugas *receptionis* telah memiliki keahlian dalam mempersuasi tamu, semakin lama *receptionis* bekerja menjadi *receptionis* semakin ahli pula *receptionis* tersebut mempersuasi tamu. *Receptionis* juga menggunakan berbagai macam tuturan seperti tuturan yang berupa ajakan, kepedulian dan juga tuturan pujian untuk menarik tamu untuk melakukan apa yang disarankan oleh *receptionis*.

Dari data- data yang telah penliti dapatkan disimpulkan bahwa *front office* sebuah hotel telah berusaha keras untuk meyajikan pelayanan terbaik mereka dengan melakukan komunikasi yang efektif tetapi tetap berpegang pada prinsip-prinsip sopan santun. Menjual kamar dan produk hotel tidak hanya dengan mempersuasi tetapi dengan memberikan pelayanan terbaik sehingga tamu akan tertarik dan menggunakan jasa pada hotel tersebut.

Pada data ini juga ditemukan *standart* yang berbeda dalam segi pelayanan dari kedua hotel tersebut, Inna Simpang yang kental dengan *standart* pelayann Jawa dan Fave yang merupakan hotel modern yang menyajikan gaya hidup masa kini. Membuat penelitian ini jauh lebih bervariasi. Pada keseluruhan data kita dapat melihat perbedaan

tersebut. *Standart* dan model pelayanan yang dilakukan oleh kedua hotel tersebut sangat berpengaruh pada jenis tamu yang menginap dan gaya tuturan *front office* pada hotel.

Inna Simpang sebagian besar tamu yang menginap adalah pegawai negeri dan orang-orang yang berumur, gaya tuturan yang disajikan oleh *receptionis* sangat ramah dan sesuai dengan prinsip kesopanan tetapi terlihat memiliki jarak dan tidak *fleksibel*. Sedangkan untuk Fave hotel tamu yang datang sebagian besar adalah pebisnis muda dan anak-anak muda yang mencari keefisienan, gaya tuturan yang dilakukan *receptionis* juga lebih santai dan tidak terikat aturan tetapi terkesan lebih dekat.

Referensi

Arikunto, Suharimi. 2002. *Prosedur Penelitian (suatu pendekatan praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, Abdul. 1990. *Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaer, Abdul dan Leonie Agustine. 2010. *Kesantunan Berbahasa*. Jakarta: Rineka Cipta

Kesuma, Tri Mastoyojati. 2007. *Pengantar Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Caravastibooks.

Kurniawan, Feby Aditya. 2010. “Penyimpang Prinsip Kerjasama dan Prinsip Sopan Santun dalam Reality Show Super Show di Indosiar”. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Airlangga

<http://hotelmule.com/forum/viewtheard.php?tid=22> diakses pada tanggal 15 Februari 2013 jam 21.00 WIB

<http://www.pusat-definisi.com/2012/11/hotel-adalah.html?m=11> diakses pada tanggal 7 Juni 2013 jam 10.00 WIB

<http://virtualhotelinstitute.com/page/40260/Front-office-hotel.html> diakses pada tanggal 7 Juni 2013 jam 10.30 WIB

<http://m.mentalfloss.com/article.php?id=50569> diakses pada tanggal 7 Juni 2013 jam 10.35 WIB

Leech, Gcofrey. 1997. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Lestari, Fitri Windi. 2011. “Wacana Persuasi dalam Iklan AQUA”. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Airlangga.

Retnoningtyas, Fitri. 2010. “Tindak Tutur Ilokusi dan Wacana Persuasi dalam Iklan Gerry Saluut Cokluut”. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ilmu Budaya. Universitas Airlangga.

Sudaryanto.1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*.Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Taringan, Henry Guntur. 1986. *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.

Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yule, Gorge.1996. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.