

KEIGO SEBAGAI STRATEGI KESOPANAN DALAM KONTEKS BISNIS PADA DRAMA JEPANG *SHITSUREN CHOCOLATIER* (KAJIAN PRAGMATIK)

Muhammad Ragil¹
Institut Prima Bangsa¹
muhammadragil090901@gmail.com¹

Citra Dewi²
Institut Prima Bangsa²
citrastibainvada@gmail.com²

Nunik Nur Rahmi Fauzah³
Institut Prima Bangsa³
nunikrahmi9@gmail.com³

Riwayat Artikel:

Diterima 10 Januari 2026;
Direvisi 14 Januari 2026;
Disetujui 25 Januari 2026.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *keigo* dalam konteks bisnis dan interaksi sosial formal yang terdapat pada drama Jepang *Shitsuren Chocolatier*, khususnya pada episode 1 dan 2. *Keigo* merupakan bentuk kesopanan dalam bahasa Jepang yang mencerminkan struktur sosial, relasi hierarkis, serta nilai budaya masyarakat Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan pragmatik dengan merujuk pada teori kesopanan Brown dan Levinson (1987), serta metode deskriptif kualitatif menurut Sugiyono (dalam Pramana, 2022). *keigo*, strategi kesopanan, dan jenis wajah *face* yang dikelola dalam interaksi. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat 20 data *keigo* yang digunakan, dengan rincian: 10 bentuk *teineigo* (bahasa sopan), 5 bentuk *sonkeigo* (bahasa hormat), dan 5 bentuk *kenjougo* (bahasa merendahkan diri). Dalam hal strategi kesopanan, ditemukan 10 data strategi *negative politeness*, 7 data *positive politeness*, dan 1 data *bald on record*. Selain itu, terdapat 10 data yang berkaitan dengan *negative face* dan 9 data yang mendukung *positive face*. Temuan ini menunjukkan bahwa *keigo* digunakan bukan hanya sebagai sarana linguistik untuk menunjukkan kesopanan, tetapi juga sebagai strategi pragmatik yang kompleks untuk menjaga hubungan sosial, menghindari konflik, dan menghormati hierarki serta jarak sosial antar penutur. Dalam konteks bisnis dan formal, *keigo* berperan penting dalam menegaskan peran sosial serta menciptakan komunikasi yang harmonis sesuai norma budaya Jepang.

Kata kunci: *Keigo*, *Pragmatic*, Strategi Kesopanan

PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat utama dalam komunikasi yang digunakan manusia untuk menyampaikan pikiran, ide, serta tujuan kepada orang lain (Sutedi dalam Fadilah & Nova, 2020). Bahasa tidak hanya dipahami sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai representasi budaya dan hubungan sosial antarpenerut (Barus & Pujiono dalam Fauzah, Ghin, & Maulani, 2024). Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa penggunaan bahasa berkaitan erat dengan norma sosial, kesopanan, dan etika komunikasi yang berlaku di dalam masyarakat (Ening dalam Yuniarsih, Sudjianto, & Fauziyyah, 2022).

Dalam bahasa Jepang, salah satu aspek kebahasaan yang sangat berkaitan dengan struktur sosial dan budaya adalah 敬語 *keigo* ‘bahasa hormat’. *Keigo* merupakan bentuk bahasa hormat yang digunakan untuk menunjukkan kesopanan kepada lawan tutur maupun pihak ketiga (Terada dalam Fadilah & Nova, 2020; Sudjianto dalam Prahesti & Supriatnaningsih, 2020). Secara umum, *keigo* terbagi ke dalam tiga jenis, yaitu 尊敬語 *sonkeigo* ‘bahasa hormat’, 謙讓語 *kenjougo* ‘bahasa merendahkan’, dan 丁寧語 *teineigo* ‘bahasa sopan’, yang penggunaannya disesuaikan dengan status sosial, jarak sosial, serta situasi komunikasi (Ide Sachiko dalam Fadhillah, 2020).

Penggunaan *keigo* memiliki peran penting terutama dalam ranah bisnis Jepang. *Keigo* berfungsi untuk menjaga profesionalisme, menunjukkan rasa hormat, serta membangun citra positif dalam interaksi kerja. Kesalahan penggunaan *keigo* sering dianggap sebagai bentuk ketidaksopanan dan dapat memengaruhi hubungan profesional. Laporan *Tokyo Business Research* (2022) menunjukkan bahwa sekitar 75% perusahaan di Jepang menilai kemampuan penggunaan *keigo* sebagai aspek penting dalam wawancara dan komunikasi bisnis. Sementara itu, menurut *Japan International Training Cooperation Organization* (JITCO, 2023), sekitar 65% pemegang asing mengalami kesulitan dalam memahami *keigo*, terutama dalam membedakan fungsi *sonkeigo* dan *kenjougo* sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman komunikasi.

Media populer seperti drama Jepang dapat menjadi cerminan penggunaan *keigo* dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam situasi profesional. Salah satunya adalah drama *Shitsuren Chocolatier*, yang menampilkan berbagai bentuk interaksi bisnis dan situasi formal yang menunjukkan praktik penggunaan *keigo* dalam hubungan kerja, interaksi dengan klien, serta komunikasi profesional lainnya. Melalui dialog yang terdapat dalam drama tersebut, dapat diamati bagaimana *keigo* digunakan untuk menunjukkan rasa hormat, menjaga etika komunikasi, dan memitigasi ancaman terhadap *face* ‘wajah’ mitra tutur.

Pragmatik menjadi kajian yang relevan untuk menganalisis penggunaan *keigo*, karena pragmatik menelaah makna tuturan berdasarkan konteks, tujuan komunikasi, dan hubungan sosial antarpenerut. Sejalan dengan teori tindak tutur, setiap tuturan pada dasarnya tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga melakukan tindakan tertentu dalam komunikasi (Searle dalam Wazier & Wazier, 2023). Selain itu, konsep strategi kesopanan dan teori *face* menjadi penting untuk melihat bagaimana *keigo* berfungsi dalam menjaga hubungan profesional dan keharmonisan komunikasi dalam konteks bisnis.

Penelitian mengenai kesantunan berbahasa dan konsep wajah telah dilakukan oleh Firdaus, Kasmawati, dan Taqdir (2020) yang mengkaji pemanfaatan konsep wajah dalam film *Death Note*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menunjukkan bahwa penggunaan wajah positif lebih dominan dibandingkan wajah negatif. Wajah positif terutama diwujudkan melalui upaya memperkirakan keinginan lawan tutur, sedangkan wajah negatif banyak direalisasikan melalui ungkapan permintaan maaf yang mengakui beban terhadap mitra tutur. Penelitian ini menegaskan pentingnya konsep wajah

dalam memahami strategi kesantunan dalam tuturan, meskipun fokus kajiannya belum menyoroti strategi kesopanan secara spesifik maupun penggunaan keigo dalam konteks bisnis.

Penelitian lain dilakukan oleh Yuniarsih, Sudjianto, dan Fauziyyah (2022) yang membahas penggunaan ragam bahasa hormat (keigo) dalam percakapan bisnis dengan pendekatan teori kesantunan Leech. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teineigo merupakan jenis keigo yang paling dominan digunakan, sementara sonkeigo dan kenjougo masih sering mengalami kekeliruan dalam penggunaannya. Penelitian ini juga menegaskan bahwa konteks sosial sangat memengaruhi pemilihan keigo, di mana situasi formal menuntut penggunaan bahasa yang lebih sopan untuk menjaga hubungan profesional. Namun, penelitian tersebut belum mengkaji penggunaan keigo dari sudut pandang strategi kesopanan dan konsep wajah berdasarkan teori Brown dan Levinson.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai keigo dan kesantunan berbahasa telah banyak dilakukan, tetapi penelitian yang secara khusus mengaitkan penggunaan keigo dalam konteks bisnis dengan strategi kesopanan dan fungsi wajah menggunakan pendekatan pragmatik masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis penggunaan keigo dalam konteks bisnis pada drama *Shitsuren Chocolatier* berdasarkan teori kesopanan Brown dan Levinson.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis *keigo*, strategi kesopanan, serta konsep *face* yang terdapat dalam dialog *keigo* pada konteks bisnis dalam drama *Shitsuren Chocolatier*. Dalam konteks bisnis, penggunaan *keigo* tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kesopanan, tetapi juga sebagai strategi menjaga hubungan profesional dan citra diri penutur. Hal tersebut dapat dilihat, misalnya, pada tuturan pelayan toko seperti contoh data berikut:

Kaoruko: お待たせいたしました1。ありがとうございました2。

o-mataseita shimashita. Arigatoo gozaimashita.

‘Maaf telah membuat anda menunggu. Terimakasih banyak.’

Saeko: どうも

Doomo

‘Sama-sama/terimakasih’

(*Shitsuren Chocolatier*, Ep.02, 06:49(<https://bili.im/efYYaZj>))

Situasi:

Situasi terjadi dalam interaksi bisnis antara staf toko (Kaoruko) dan pelanggan (Saeko) di toko cokelat milik Souta. Meskipun secara pribadi mereka saling mengenal dekat, konteks sosial yang formal menuntut penggunaan *keigo* tingkat tinggi. Kaoruko menggunakan *kenjougo* dan *teineigo* melalui tuturan 「お待たせいたしました」*omataseitashimashita* dan 「ありがとうございました」*arigatougozaimashita* yang menunjukkan posisi penutur sebagai pihak yang merendahkan diri untuk menghormati pelanggan. Berdasarkan teori Brown dan Levinson, ungkapan 「お待たせいたしました」*omataseitashimashita* merepresentasikan strategi kesopanan negatif karena penutur menyadari potensi mengganggu kenyamanan pelanggan dan menanggulangnya dengan permintaan maaf secara sopan. Sementara itu, 「ありがとうございました」*arigatougozaimashita* mencerminkan strategi kesopanan positif dengan menunjukkan apresiasi dan menjaga hubungan interpersonal yang baik. Fungsi wajah yang tampak adalah perlindungan terhadap wajah negatif pelanggan melalui permintaan maaf, serta

penguatan wajah positif melalui ucapan terima kasih, sehingga tercapai keseimbangan etika komunikasi dalam konteks bisnis Jepang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif sebagai pendekatan utama. Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis fenomena kebahasaan berdasarkan data yang diperoleh tanpa bermaksud melakukan generalisasi secara luas. Menurut Sugiyono (dalam Pramana, 2022), metode deskriptif digunakan untuk memaparkan objek penelitian sebagaimana adanya berdasarkan data yang dikumpulkan. Pendekatan kualitatif dipilih karena data penelitian berupa satuan bahasa berupa tuturan atau dialog, bukan data numerik, sehingga tidak memerlukan pengolahan statistik. Dengan demikian, penelitian ini lebih menekankan pada pemahaman makna, fungsi, serta konteks penggunaan bahasa dalam situasi nyata, khususnya dalam interaksi profesional yang melibatkan *keigo*.

Data dalam penelitian ini berupa dialog bahasa Jepang yang mengandung unsur *keigo*, meliputi *sonkeigo*, *kenjougo*, dan *teineigo*, yang digunakan dalam konteks komunikasi bisnis. *Keigo* dipahami sebagai bentuk bahasa sopan dalam bahasa Jepang yang berfungsi untuk menunjukkan hubungan sosial, hierarki, serta sikap hormat antarpenerbit. *Keigo* tidak hanya sekadar pilihan kata, tetapi juga mencerminkan nilai budaya Jepang yang menekankan harmoni, penghormatan, dan kesadaran akan posisi sosial. Oleh karena itu, analisis terhadap *keigo* dalam percakapan bisnis menjadi penting untuk memahami bagaimana bahasa berperan dalam menjaga hubungan profesional, membangun citra diri, serta menghindari konflik sosial. Data tersebut dianalisis untuk melihat bagaimana *keigo* digunakan sebagai strategi kesopanan dan bagaimana fungsinya dalam menjaga wajah (*face*) dalam interaksi profesional.

Sumber data penelitian ini berasal dari drama Jepang *Shitsuren Chocolatier* namun hanya mengambil dari episode 1 dan 2 saja karena situasi bisnis nya lebih banyak, yang diakses melalui platform legal dan resmi Bilibili.tv/bstation. Drama ini dipilih sebagai objek penelitian karena menampilkan latar dunia kerja di industri pembuatan cokelat yang sarat dengan interaksi profesional dan hubungan hierarkis antar karakter. Selain itu, drama ini memiliki intensitas penggunaan *keigo* yang cukup tinggi, terutama dalam percakapan bisnis antara atasan dan bawahan, rekan kerja, serta mitra bisnis, sehingga relevan dengan fokus penelitian. Pemilihan drama sebagai sumber data juga memberikan keuntungan karena dialog yang ditampilkan telah melalui proses penyuntingan sehingga lebih jelas dan terstruktur, memudahkan peneliti dalam melakukan identifikasi dan analisis.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik simak dan catat. Teknik simak dilakukan dengan cara menyimak secara cermat seluruh dialog dalam drama untuk mengidentifikasi tuturan yang mengandung unsur *keigo*, khususnya dalam konteks percakapan bisnis. Menurut Sudaryanto (1993), teknik simak merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengamati penggunaan bahasa secara langsung untuk memperoleh data yang relevan. Selanjutnya, teknik catat digunakan sebagai langkah lanjutan untuk mendokumentasikan data yang telah disimak ke dalam bentuk catatan atau kartu data secara sistematis (Mastoyi dalam Prahesti & Supriatnangsih, 2020). Melalui kedua teknik ini, data yang diperoleh dapat dicatat secara akurat dan terstruktur sehingga memudahkan proses analisis lebih lanjut. Dengan dokumentasi yang rapi, peneliti dapat melakukan klasifikasi tuturan berdasarkan jenis *keigo*, konteks percakapan, serta fungsi pragmatiknya.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu dengan mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan kemudian menganalisisnya berdasarkan

kerangka teori pragmatik. Pada rumusan masalah pertama, analisis difokuskan pada strategi kesopanan yang diterapkan melalui penggunaan *keigo* dalam percakapan bisnis. Peneliti mengidentifikasi bentuk-bentuk strategi kesopanan, seperti kesopanan positif dan kesopanan negatif, serta menganalisis fungsi penggunaannya dalam menjaga hubungan profesional dan mengurangi ancaman terhadap wajah lawan tutur. Strategi kesopanan positif misalnya ditunjukkan melalui penggunaan *sonkeigo* untuk menghormati lawan bicara, sedangkan kesopanan negatif tampak dalam penggunaan *kenjougo* untuk merendahkan diri demi menjaga harmoni komunikasi.

Pada rumusan masalah kedua, analisis diarahkan pada fungsi wajah (*face*) dalam penggunaan *keigo*. Penelitian ini mengkaji bagaimana *keigo* berperan dalam menjaga wajah positif (*positive face*) dan wajah negatif (*negative face*) dalam interaksi bisnis antar karakter. Peneliti menganalisis tuturan yang menunjukkan potensi ancaman terhadap wajah dan bagaimana penggunaan *keigo* berfungsi untuk meminimalkan ancaman tersebut, menjaga kesopanan, serta mempertahankan keseimbangan hubungan sosial dalam konteks profesional. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran tentang bentuk-bentuk *keigo* yang digunakan, tetapi juga mengungkap makna sosial dan budaya yang terkandung di dalamnya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian pragmatik, khususnya dalam memahami peran bahasa sopan Jepang dalam komunikasi bisnis, serta menjadi referensi bagi pembelajar bahasa Jepang untuk meningkatkan kompetensi pragmatik mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tabel 1.1 Klasifikasi Data

Data	Episode	Kalimat	Strategi Kesopanan	Jenis Wajah
3	Ep.1 04:45	ご卒業おめでとうございます。 <i>Go sotsugyoo omedetoo gozaimasu.</i> 'Selamat atas kelulusannya'	Kesopanan positif	Wajah positif
4	Ep.1 23:00	なんと日本人の職人さんがいらしゃるんです。 <i>Nanto nihonjin no shokunin-san ga irassharundesu.</i> 'Ada koki Jepang di toko terkenal ini.'	Kesopanan positif	Wajah positif

5	Ep.1 23:35	日本の皆さんに楽しんでいただきたいと思います。 <i>Nihon no minasan ni tanoshinde itadakitai to omoimasu.</i> 'Saya ingin orang Jepang dapat meikmatinya.'	Kesopanan negatif	Wajah negatif
6	Ep.1 32:50	注文いただきました。 <i>Chuumon itadakimashita.</i> 'Telah menerima pesanan.'	Kesopanan negatif	Wajah negatif
7	Ep.1 32:56	申し訳ないけど、よろしく願います。 <i>Mooshiwakenaikedo yoroshiku onegaishimasu.</i> 'Maaf, tapi mari kita kerjakan bersama.'	Kesopanan negatif	Wajah negatif
8	Ep.1 42:57	お話のところすみません。 <i>O hanashi no tokoro sumimasen.</i> 'Maaf mengganggu pembicaraan.'	Kesopanan negatif	Wajah negatif
9	Ep.1 42:59	ご注文の物を届けに上がりました。 <i>Go chuumon no mono wo todokeni agarimashita.</i> 'Saya mengantar pesanan anda.'	Kesopanan negatif	Wajah negatif
10	Ep.1 43:09	ご心配なく。 <i>Go shinpai naku.</i> 'Jangan khawatir.'	Kesopanan positif	Wajah positif
11	Ep.1 43:53	本日おめでとうございます。どうぞお幸せに。 <i>Honjitsu omedetoo gozaimasu, doozo osiawaseni.</i>	Kesopanan positif	Wajah positif

		‘Selamat hari ini, semoga bahagia.’		
12	Ep.2 05:55	いらしゃいませ。 <i>Irasshaimase.</i> ‘Selamat datang.’	Kesopanan positif	Wajah positif
13	Ep.2 05:59	何かお探しいですか。 <i>Nanika o sagashii desuka.</i> ‘Sedang mencari sesuatu?’	Kesopanan negatif	Wajah negatif
14	Ep.2 06:05	かしこまりました。では、おかけになってお待ち下さい。 <i>Kashikomarimashita. Dewa, okakeni natte o-machi kudasai.</i> ‘Baik silahkan duduk dan menunggu.’	Kesopanan negatif	Wajah negatif
15	Ep.2 06:25	写真撮っていただけませんか。 <i>Shashin totte itadakemasenka.</i> ‘Bolehkah saya minta foto bersama?’	Kesopanan negatif	Wajah negatif
16	Ep.2 06:45	どうもお世話になってます。 <i>Doomo osewani nattemasu.</i> ‘Terimakasih atas bantuannya.’	Kesopanan positif	Wajah positif
17	Ep.2 06:49	お待たせいたしました。ありがとうございました。 <i>Omataseitashimashita, arigatoo gozaimashita.</i> ‘Maaf menunggu terimakasih’	Kesopanan negatif	Wajah negatif

Sumber: tabel klasifikasi data

B. Pembahasan

1. Data (3):

Souta: ご卒業おめでとうございます。
Go sotsugyoo omedetoo gozaimasu.
'Selamat atas kelulusannya'
Saeko: ありがとうございます。
Arigatoo gozaimashita
'Terimakasih'

(Shitsuren Chocolatier Ep.1 04:45(<https://bili.im/RnVZY7j>))

Situasi:

Pada episode 1 menit ke-04:45, tokoh utama Souta menyapa pelanggan tetapnya, Saeko, yang baru saja lulus dari studinya. Dalam momen ini, Souta mengucapkan selamat dengan kalimat *ご卒業おめでとうございます go sotsugyoo omedetoo gozaimasu*.

Strategi Kesopanan dalam adegan ini, Souta, kepala toko cokelat, menyapa Saeko yang baru saja lulus dari studinya dengan ungkapan *ご卒業おめでとうございます Go-sotsugyō omedetō gozaimasu* yang berarti 'Selamat atas kelulusan Anda'. Kalimat ini menggunakan bentuk *teineigo* 'bahasa sopan', ditunjukkan oleh penggunaan *ございます gozaimasu* yang merupakan bentuk sopan dari *です desu*. Berdasarkan teori kesopanan Brown dan Levinson, tuturan ini merupakan bentuk strategi kesopanan positif *positive politeness*, karena bertujuan membangun keakraban dan menunjukkan perhatian terhadap keberhasilan pribadi lawan tutur.

Dengan mengucapkan selamat secara eksplisit, Souta memperlihatkan niat untuk menjalin relasi yang lebih dekat dan hangat dengan Saeko, meskipun konteksnya adalah hubungan profesional antara penjual dan pelanggan. Sementara itu, Saeko merespons dengan *ありがとうございます Arigatou gozaimashita*, yaitu ucapan terima kasih yang menggunakan bentuk sopan. Tuturan ini mencerminkan strategi kesopanan negatif (*negative politeness*), karena menunjukkan kerendahan hati dan penghargaan atas perhatian yang diberikan Souta, tanpa melanggar batas kesopanan dalam interaksi formal.

Fungsi Wajah dari perspektif teori *face*, ucapan Souta dapat dikaitkan dengan usaha menjaga dan memperkuat *positive face* Saeko. Dengan memberi ucapan selamat, ia mengakui pencapaian pribadi lawan tutur, yang dalam konteks budaya Jepang merupakan bentuk penghargaan sosial yang penting. Walaupun pujian bisa termasuk dalam *Face Threatening Act* (FTA) karena berpotensi menimbulkan rasa malu atau canggung, dalam kasus ini justru memperkuat citra positif Saeko.

Sebaliknya, ketika Saeko mengucapkan terima kasih dengan nada sopan, ia menunjukkan penghormatan terhadap *negative face* Souta yaitu keinginan Souta untuk tidak dipaksa atau diganggu. Dengan merespons secara sopan dan formal, Saeko tidak hanya menjaga citra dirinya sebagai orang yang tahu diri, tetapi juga menghormati peran sosial Souta dalam percakapan tersebut. Kedua belah pihak tampak saling menjaga citra sosial lawan tuturnya dengan strategi yang tepat sesuai dengan norma budaya dan konteks hubungan mereka.

2. Data (4):

Reporter: そしてこの世界と称されるチョコレート店になんと日本人

の職人さんがいらっしゃるんです

Soshite kono sekai to shōsa reru chokorēto-ten ni nanto nihonjin no shokunin-san ga irassharu ndesu

'Dan di toko coklat kelas dunia ini, ada seorang pengrajin Jepang yang bekerja di sana.'

Souta: 日本の皆さんに楽しんでいただきたいと思います

Nihon no minasan ni tanoshinde itadakitai to omoimasu

'Saya harap semua orang di Jepang menikmatinya.'

(Shitsuren Chocolatier, episode 1, menit 23.35(<https://bili.im/RnVZY7j>))

Situasi:

Seorang pewawancara dari media nasional Jepang sedang melakukan wawancara dengan Souta. Dalam wawancara tersebut, Souta menjelaskan motivasinya mendirikan toko coklat di Jepang setelah menimba ilmu di Paris. Ia juga menyampaikan harapan agar masyarakat Jepang dapat menikmati cita rasa coklat yang telah ia pelajari di luar negeri.

Strategi Kesopanan dalam salah satu adegan dalam Shitsuren Chocolatier, seorang reporter mengomentari toko coklat di Paris yang terdapat orang Jepang sebagai salah satu karyawan disana, dengan pernyataan *なんと日本人の職人さんがいらっしゃるんです* *nanto nihonjin no shokunin-san ga irassharundesu* 'Ternyata, ada koki asal Jepang [yang hebat] di toko ini'. Kalimat ini menggunakan bentuk *sonkeigo* (bahasa hormat), yang ditandai dengan kata kerja *いらっしゃる* *irassharu* sebagai bentuk hormat dari *いる* *iru* 'ada'. Penggunaan bentuk ini menunjukkan bahwa reporter menghormati subjek pihak ketiga, yakni koki Jepang yang bekerja di toko tersebut.

Dalam kerangka teori kesopanan Brown dan Levinson, ujaran ini merepresentasikan strategi kesopanan positif (*positive politeness*). Strategi ini ditunjukkan melalui pujian tidak langsung terhadap kualitas staf toko, yang sekaligus menjadi bentuk dukungan sosial terhadap Souta sebagai pemilik usaha. Dengan menyanjung secara implisit kualitas sumber daya manusia di toko coklat tersebut, reporter membangun kedekatan dan keakraban dalam situasi komunikasi formal, serta menunjukkan minat dan penghargaan terhadap dunia profesional yang digeluti oleh Souta.

Fungsi Wajah dari sudut pandang teori wajah, ujaran ini menyentuh dan memperkuat *positive face* Souta. *Positive face* merujuk pada kebutuhan seseorang untuk dihargai, diakui, dan diterima dalam komunitas sosialnya. Dalam hal ini, pujian reporter terhadap keberadaan koki Jepang yang profesional di toko tersebut secara tidak langsung mengakui pencapaian dan kualitas usaha yang dijalankan oleh Souta. Meskipun bentuk *sonkeigo* diarahkan kepada pihak ketiga (koki), dampaknya secara sosial tetap dirasakan oleh Souta sebagai pemilik toko, karena pengakuan terhadap staf yang unggul juga merefleksikan keberhasilan pemimpin atau pengelolanya.

Oleh karena itu, *keigo* dalam bentuk ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penghormatan kepada subjek kalimat, tetapi juga sebagai sarana membangun citra positif dan memperkuat hubungan interpersonal dalam konteks komunikasi profesional. Hal ini mencerminkan kepekaan pragmatik terhadap hubungan sosial serta pentingnya pengelolaan wajah dalam budaya Jepang.

3. Data (5):

Reporter: そしてこの世界と称されるチョコレート店になんと日本人の職人さんがいらっしゃるんです

Soshite kono sekai to shōsa reru chokorēto-ten ni nanto nihonjin no shokunin-san ga irassharu ndesu

'Dan di toko coklat kelas dunia ini, ada seorang pengrajin Jepang yang bekerja di sana.'

Souta: 日本の皆さんに楽しんでいたきたいと思います

Nihon no minasan ni tanoshinde itadakitai to omoimasu

'Saya harap semua orang di Jepang menikmatinya.'

(Shitsuren Chocolatier, Ep.01, menit23.35(<https://bili.im/RnVZY7j>))

Situasi:

Souta sedang diwawancarai oleh media nasional Jepang. Ia menjelaskan motivasinya membuka toko coklat di Jepang setelah belajar di Paris. Pernyataannya menyampaikan harapan agar masyarakat Jepang bisa menikmati cita rasa coklat yang ia pelajari di luar negeri.

Strategi Kesopanan dalam adegan wawancara oleh media nasional Jepang, Souta menjawab pertanyaan reporter dengan mengatakan 日本の皆さんに楽しんでいたきたいと思います *Nihon no minasan ni tanoshinde itadakitai to omoimasu*, yang berarti 'Saya ingin agar orang-orang Jepang dapat menikmatinya.' Kalimat ini menggunakan bentuk *kenjougo* 'bahasa merendah', yang terlihat dari penggunaan kata kerja *いただく* *itadaku* sebagai bentuk sopan dari *もらう* *morau*.

Dalam konteks ini, Souta merendahkan diri sendiri saat menyampaikan harapan agar publik Jepang menikmati coklat yang ia bawa dari pengalamannya di Paris. Berdasarkan teori kesopanan Brown dan Levinson, tuturan ini mencerminkan strategi kesopanan negatif *negative politeness*, karena penutur menyatakan keinginannya dengan cara tidak langsung dan merendah. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesan mendesak atau memaksa, sekaligus menghormati kebebasan pihak lain (dalam hal ini publik) untuk menerima atau menolak apa yang ia tawarkan. Penggunaan bentuk ini juga menunjukkan kepekaan terhadap norma kesopanan dalam komunikasi formal yang dituntut dalam wawancara publik.

Fungsi Wajah dari tuturan Souta berfungsi untuk menjaga wajah negatif *negative face* lawan tutur, yaitu masyarakat Jepang secara umum. *Negative face* merujuk pada hak individu untuk tidak dipaksa atau dibatasi kebebasannya, dan dalam konteks ini Souta sangat berhati-hati agar tidak terdengar seperti menuntut publik untuk menyukai produknya. Dengan menggunakan bentuk *keigo* yang merendah, ia menempatkan dirinya dalam posisi yang rendah secara sosial, menunjukkan kerendahan hati, dan menyerahkan keputusan sepenuhnya kepada penerima pesan.

Hal ini juga sekaligus mencerminkan kesadaran Souta terhadap situasi formal dan publik, di mana menjaga jarak sosial dan menunjukkan penghormatan kepada audiens sangat penting. Dengan demikian, melalui strategi kesopanan negatif dan pemeliharaan *negative face* ini, Souta berhasil menampilkan citra diri yang sopan, rendah hati, dan sesuai dengan ekspektasi budaya komunikasi di Jepang.

Berdasarkan hasil analisis terhadap dua episode, yaitu episode pertama dan episode kedua dari drama Shitsuren Chocolatier, ditemukan sebanyak 17 data tuturan yang mengandung *keigo*. Tuturan-tuturan ini mencerminkan keragaman bentuk kesopanan dalam bahasa Jepang

yang muncul dalam konteks bisnis dan interaksi sosial formal, terutama antara tokoh yang memiliki hubungan hierarkis seperti antara karyawan dan pelanggan, maupun atasan dan bawahan. Dari ketiga jenis keigo yang dianalisis, *teineigo* 'bahasa sopan' menjadi bentuk yang paling sering muncul dengan jumlah 10 data, diikuti oleh *sonkeigo* 'bahasa hormat' dan *kenjougo* 'bahasa merendahkan' masing-masing sebanyak 5 data.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teori kesopanan yang dikemukakan oleh Brown dan Levinson 1987. Dari segi strategi kesopanan, ditemukan bahwa *strategi negative politeness* paling dominan digunakan, yakni sebanyak 10 data, diikuti oleh *positive politeness* sebanyak 7 data, dan *bald on record* sebanyak 1 data. Strategi *negative politeness* menunjukkan bahwa para penutur berusaha untuk menghormati kebebasan dan ruang pribadi lawan bicara, melalui bentuk merendahkan, permintaan maaf, dan penggunaan struktur kalimat tidak langsung. Sementara itu, strategi *positive politeness* digunakan untuk menciptakan rasa kedekatan, keakraban, serta mempertahankan hubungan sosial yang harmonis. Strategi *bald on record* yang bersifat langsung dan tanpa mitigasi hanya muncul dalam satu tuturan, dan ini menegaskan bahwa dalam konteks formal, penutur cenderung memilih bentuk-bentuk kesopanan yang lebih halus.

Selain itu, analisis juga mencakup pengelolaan *face* (wajah sosial) dalam setiap tuturan. Dari 17 data, ditemukan bahwa *negative face* (keinginan untuk tidak diganggu atau dipaksa) dikelola dalam 10 data, sedangkan *positive face* (keinginan untuk dihargai dan diterima secara sosial) muncul dalam 9 data. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konteks formal menuntut perhatian lebih terhadap *negative face*, kebutuhan untuk membangun hubungan yang hangat dan inklusif melalui *positive face* juga tetap menjadi pertimbangan dalam penggunaan *keigo*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan *keigo* dalam drama Shitsuren Chocolatier bukan hanya menunjukkan kesopanan secara linguistik, tetapi juga mencerminkan strategi pragmatik yang kompleks dalam menjaga hubungan sosial dan menghindari konflik. *Keigo* digunakan secara sadar dan strategis oleh para penutur berdasarkan faktor-faktor seperti status sosial, jarak hubungan, dan beban tindak tutur. Dengan demikian, teori kesopanan Brown dan Levinson terbukti sangat relevan dalam menjelaskan fenomena *keigo* sebagai alat komunikasi yang sarat makna sosial dan budaya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap drama Shitsuren Chocolatier episode pertama dan kedua, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *keigo* memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan menjaga kesantunan berbahasa dalam konteks bisnis dan interaksi sosial formal. Dari total 17 data tuturan yang dianalisis, *keigo* muncul secara konsisten dalam situasi yang melibatkan hubungan hierarkis, seperti antara karyawan dan pelanggan serta antara atasan dan bawahan. Hal ini menunjukkan bahwa *keigo* digunakan sebagai sarana utama untuk merepresentasikan norma kesopanan dan struktur sosial dalam budaya kerja Jepang.

Jenis *keigo* yang paling dominan ditemukan dalam penelitian ini adalah *teineigo*, yang menunjukkan bahwa bentuk bahasa sopan netral lebih sering dipilih oleh penutur dalam percakapan bisnis. Dominasi *teineigo* mengindikasikan bahwa penutur berusaha menjaga keseimbangan antara kesantunan dan efektivitas komunikasi. Sementara itu, penggunaan *sonkeigo* dan *kenjougo* memperlihatkan adanya kesadaran penutur terhadap perbedaan status sosial dan peran masing-masing pihak dalam interaksi profesional. *Sonkeigo* digunakan untuk meninggikan posisi lawan bicara, sedangkan *kenjougo* digunakan untuk merendahkan diri

penutur sebagai bentuk penghormatan, terutama dalam situasi pelayanan atau komunikasi formal.

Dari sudut pandang strategi kesopanan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *negative politeness* merupakan strategi yang paling banyak digunakan. Hal ini mencerminkan kecenderungan penutur untuk menghormati kebebasan dan otonomi lawan bicara, khususnya dalam situasi formal yang memiliki jarak sosial dan potensi ancaman terhadap wajah. Strategi ini diwujudkan melalui penggunaan bentuk merendah, permintaan maaf, serta struktur tuturan yang tidak langsung. Di sisi lain, strategi *positive politeness* tetap digunakan untuk membangun kedekatan dan menciptakan hubungan sosial yang harmonis, meskipun berada dalam lingkungan kerja yang formal. Adapun penggunaan strategi *bald on record* sangat terbatas, yang menegaskan bahwa tuturan langsung tanpa mitigasi cenderung dihindari dalam konteks bisnis karena berisiko mengganggu kesantunan.

Selain strategi kesopanan, pengelolaan wajah sosial (*face*) juga menjadi aspek penting dalam penggunaan *keigo*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *negative face* lebih sering dikelola dibandingkan *positive face*, yang menandakan bahwa dalam interaksi bisnis, penutur lebih memprioritaskan penghormatan terhadap kebebasan dan kenyamanan lawan bicara. Namun demikian, perhatian terhadap *positive face* tetap terlihat sebagai upaya untuk mempertahankan hubungan profesional yang positif dan saling menghargai.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa *keigo* dalam drama *Shitsuren Chocolatier* tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kesopanan linguistik, tetapi juga sebagai strategi pragmatik yang kompleks dan kontekstual. Penggunaan *keigo* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti status sosial, jarak hubungan, dan beban tindak tutur, serta berperan penting dalam menjaga keharmonisan dan stabilitas hubungan sosial di lingkungan bisnis. Dengan demikian, teori kesopanan Brown dan Levinson terbukti relevan dan efektif dalam menjelaskan fenomena penggunaan *keigo* sebagai alat komunikasi yang mencerminkan nilai sosial dan budaya masyarakat Jepang.

REFERENSI

- Arifsetiawati, M., & Parnaningroem, D. W. (2023). Tindak Tutur Ilokusi Asertif Dalam Kumpulan Cerita Pendek Ich Schenk .
- Bilibili, B. . (2022, April). *Bstation*. Diambil Kembali Dari Bstation: <https://www.bilibili.tv/id>
- Kasmawati. (2022). Kritik Sastra Denganpendekatan Pragmatik Pada Cerpen “Malaikat Juga Tahu” Karya Dewilestari. *Diksi: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Sosial*, 253-261.
- Pangestu, M. A., & Sudjianto. (2021). Analisis Struktur Dan Pemakaian Keigo Dan Perbandingannya Dengan Undak Usuk Basa Sunda. *Idea Sastra Jepang*, 1-11.
- Prahesti, N. Y., & Supriatnaningsih, R. (2020). Analisis Penggunaan Keigo Dalam Drama Di Musim Gugur Kounodori Season 1. *Chi'e: Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang*, 11.
- Ritonga, R., & Munawaroh, I. (2024). Kesantunan Berbahasa Kisahnabiyusuf Dalam Al-Qur'an: Pendekatan Brown Dan Levinson. *Al-Jadwa: Jurnal Studi Islam*, 122.
- Rizki, M., Saukani, A., & Yunus, M. (2023). Model Kesantunan Brown - Levinson Dalam Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck Pengarang Prof. Dr. H. Abdul Malik Karim Amrullah. *Prosiding Nasional 2023 Universitas Abdurachman Saleh Situbondo*, 542-546.

- Fadhillah, Y. (2020). Analisis Sociolinguistik Politeness Bahasa Jepang Dalam Film Galileo 2013 Karya Keigo Higashino . *Japanese Research On Linguistics, Literature, And Culture*, 109.
- Fadilah, F. A., & N. Y. (2020). Analisis Bahasa Hormat (Keigo) Pada Surat Formal Dalam Buku Shakaijinyoo No Nihongo Karya Nalti Novianti. *Omiyage Jurnal Bahasa Dan Pembelajaran Bahasa Jepang*.
- Fauzah, N. N., Ghin, V. L., & Maulani, S. A. (2024). Morphophonemic Analysis In Children's Language (Youjigo) In The Gakuen Babysitters Manga (Vol. 1-3) . *Sinergi International Journal Of Education*, 82-93.
- Fauzah, N. N., Hidayati, Y., & Gumelar, W. A. (2023). Pergeseran Penerjemahan Pada Teks Terjemahan Lagu Berbahasa Jepang Yang Dibawakan Oleh Andi Adinata. *Izumi*, 97.
- Fauzah, N. N., Hidayati, Y., & Gunawan, T. K. (2022). Kandoushi Pada Anime Shingeki No Kyojin: The Final Season (2020) (Kajian Semantik). *Jurnal Pendidikan Bahasa*.
- Firdaus, M. F., Kasmawati, & Taqdir. (2020). Pemanfaatan Konsep Wajah Dalam Film Death Note (2006). *Jurnal Ilmu Budaya*, 134.
- Insani, D. M. (2023). Pelanggaran Prinsip Kesantunan Berbahasa Dalam Video Siaran Langsung Bunda Corla : Kajian Pragmatik Brown Dan Levinson. *Pediaqu:Jurnalpendidikan Sosial Dan Humaniora*, 11630.
- Kembaren, E. S., & Sanubarianto, S. T. (2021). Strategi Kesantunan Positif Penutur Bahasa Melayu Kupang Padafacebook. *Totobuang*, 155-167.
- Pramana, R. D. (2022). Persepsi Mahasiswa Intership Terhadap Penggunaan Keigo Dalam Dunia Kerja Di Jepang Pada Bidang Pelayanan Darat (Ground Handling). *Jurnal Gasal*.
- Sakinah, D. (2024). Pemakaian Shuujoshi Kana Sebagai Strategi Kesantunan. *Jurnal Sastra Studi Ilmiah Sastra Universitas Nasional Pasim*, 62.
- Sunarni, N., & Sakinah, D. (2023). Konsep Wajah Terhadap Tuturan Penolakan Dalam Drama Sunao Ni Narenakute: Kajian Pragmatik. *Journal Of Linguistic Phenomena*, 83-90.
- Wazier, R. R., & Wazier, R. R. (2023). Merekomendasikan Penerapan Pembelajaran Keigoberbasis Analisis Wacana Kritis. *Hirameki*, 38.
- Yuniarsih, Sudjianto, & Fauziyyah, F. (2022). Penggunaan Keigodalam Bahasa Jepang Untuk Bisnis. *Chi'e: Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang*, 62.
- Zakiyah, I., & Aini, N. (2025). Makna Kata Pragmatik Dalam Chanel Youtube Deddy Corbuzier. *Journal Of Education And Contemporary Linguistic*, 10-11.