



PAPER – OPEN ACCESS

Keigo dalam Lingkungan Perusahaan Jepang di Kota Medan: Kajian Sosiopragmatik

Author : Zulnaidi, SS., M.Hum, Dr. Diah Syafitri Handayani, M.Litt, Veryani Guniesty, SS., M.Hum, Erna Januarini, SS., M.Si
DOI : 10.32734/lwsa.v5i3.1395
Electronic ISSN : 2654-7066
Print ISSN : 2654-7058

Volume 5 Issue 3 – 2020 TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).
Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Keigo dalam Lingkungan Perusahaan Jepang di Kota Medan: Kajian Sosiopragmatik

Zulnaidi, SS., M.Hum, Dr. Diah Syafitri Handayani, M.Litt, Veryani Guniesty, SS.,
M.Hum, Erna Januarini, SS., M.Si

Faculty of Cultural Studies, University of Sumatera Utara

zulnaidi@usu.ac.id, diahsyahfitri72@gmail.com, veryani@usu.ac.id, ernajanuarini@usu.ac.id

Abstract

Penelitian ini membahas Keigo pada perusahaan Jepang di Medan. Keigo mengacu pada kata-kata, frasa, dan konjugasi bentuk sopan dalam bahasa Jepang yang digunakan dalam situasi formal. Keigo terdiri dari Teineigo, Sonkeigo, dan Kenjougo. Keigo menunjukkan pertimbangan dan rasa hormat terhadap orang yang lebih tua, dengan pengalaman atau posisi yang berbeda. Keigo sering digunakan dalam lingkungan kerja seperti perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, dan menggunakan pendekatan kualitatif dengan kajian sosiopragmatik. Dengan menggunakan kajian sosiopragmatik akan dapat mengetahui bagaimana penutur dapat memilih penggunaan kata berdasarkan strategi sesuai dengan situasi atau variable yang ada dalam tindakan berkomunikasi. Responden dan informan dalam penelitian ini terdiri atas karyawan Jepang dan Indonesia yang bekerja pada perusahaan Jepang di Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara. Hasil yang diperoleh dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keigo sangat penting dan banyak digunakan pada perusahaan Jepang di Medan, terutama bentuk kategori Teineigo. Terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi karyawan Jepang dan Indonesia dalam menggunakan keigo, namun tidak ada pengaruh kearifan lokal dalam penggunaan keigo pada perusahaan Jepang di kota Medan.

Kata Kunci: Keigo; Sosiopragmatik; Perusahaan Jepang; Medan

1. Pendahuluan

Sosiopragmatik merupakan gabungan dari cabang ilmu sosiologi dan pragmatik. Sosiologi memiliki arti kajian ilmu objektif dan ilmiah mengenai manusia di dalam masyarakat dan mengenai lembaga-lembaga dan proses sosial yang ada dalam masyarakat. Sedangkan pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi [10]. Leech mengemukakan pragmatik adalah sebagai cabang ilmu bahasa yang mengkaji penggunaan bahasa berinteraksi dengan tata bahasa yang terdiri dari atas fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik [10]. Pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang semakin dikenal pada masa sekarang ini walaupun dengan perubahan masa ilmu ini jarang atau hampir hilang tidak disebut oleh para ahli bahasa.

Berdasarkan status sosial, ragam bahasa terbagi menjadi ragam bahasa biasa dan bahasa hormat. Ragam bahasa biasa adalah ragam bahasa yang biasa digunakan dalam pergaulan antar sesama teman yang sudah akrab, dan kepada yang lebih muda, atau yang lebih rendah status sosialnya dalam topik percakapan yang bersifat tidak resmi. Sedangkan ragam bahasa hormat adalah ragam bahasa yang digunakan untuk menghormati lawan bicara, biasanya kepada atasan atau orang yang lebih tua.

Jepang terkenal dengan masyarakatnya yang sangat memperhatikan pemilihan ragam bahasa yang digunakan ketika berbicara. Salah satunya penggunaan ragam bahasa yang digunakan adalah *keigo*. *Keigo* merupakan ungkapan rasa hormat terhadap lawan bicara atau orang ketiga. *Keigo* terbagi menjadi tiga kelompok, yaitu *sonkeigo*, *kenjougo*, dan *teineigo*. Penggunaan *keigo* ini tidak lepas dari faktor yang mempengaruhi *keigo* tersebut ketika dipakai berbicara. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penggunaan *keigo* yaitu, keakraban, usia, hubungan sosial, status sosial, jenis kelamin, keanggotaan kelompok, dan situasi.

Keigo adalah ragam bahasa Jepang yang digunakan untuk menghormati lawan bicara. [9] berpendapat *keigo* sebagai bahasa yang mengungkapkan rasa hormat terhadap lawan bicara atau orang ketiga. Pendapat yang sama diungkapkan oleh Nomura (1992: 54) bahwa *keigo* adalah istilah kebahasaan yang menaikkan derajat pendengar atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Menurut [5], *keigo* adalah ungkapan sopan yang dipakai pembicara atau penulis dengan mempertimbangkan pihak pendengar, pembaca, atau orang yang menjadi pokok pembicaraan. Berdasarkan uraian para ahli, maka dapat dikatakan bahwa *keigo* merupakan bahasa yang digunakan sebagai kerendahan hati pembicara untuk menghormati lawan bicara atau orang yang menjadi pokok pembicaraan.

Orang Jepang pada saat berbicara selalu memperhatikan keadaan lawan bicara, misalnya, apakah lawan bicara itu orang yang baru dikenal ataukah orang yang lebih tua atau lebih tinggi status sosialnya dan atau sebaliknya [4]. Dalam bahasa Jepang terdapat ragam bahasa hormat dan penggunaannya harus disesuaikan dengan keadaan sosial masing-masing peserta tutur, keadaan sosial tersebut meliputi tingkat status, tingkat keakraban, atau bahkan tingkat keformalan suatu tuturan. Untuk itu penelitian ini mengangkat tema pemakaian ragam hormat bahasa Jepang. Salah satu tempat dimana orang Jepang menggunakan *keigo* adalah lingkungan kerja. *Keigo* dalam lingkungan kerja digunakan oleh para pekerja yang bekerja di perusahaan khususnya perusahaan Jepang.

Budaya kerja di perusahaan Jepang ada beberapa macam dan biasanya masing-masing mempunyai istilah sendiri dalam bahasa Jepang diantaranya *Horenso* (*houkoku*, *renraku*, dan *Soudan*), *5S* (*seiri*, *seiton*, *seisho*, *seiketsu* dan *sitsuke*), *chourei*, *nemawashi* dan *kanzen*. Namun selain istilah-istilah diatas ada budaya kerja bangsa Jepang yang terkenal dan juga telah menjadi bagian dari pola hidup masyarakat Jepang sehari-hari yaitu disiplin terhadap waktu. Bagi bangsa Jepang ketepatan waktu dalam melakukan pekerjaan menjadi ukuran dalam keberhasilan bekerja.

Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah untuk melihat apakah orang Jepang di perusahaan Jepang di Sumatera Utara menggunakan *keigo* yang sesuai dengan kaidah bahasa Jepang, apakah budaya Indonesia mempengaruhi dalam menggunakan *keigo*. Selain itu tujuan penelitian ini adalah untuk memformulasikan bentuk bentuk kearifan local pada sikap orang Jepang dan masyarakat Sumatera Utara saat berkomunikasi dengan orang Jepang yang tinggal di Medan sehingga tercipta wawasan baru yang bernilai akademis.

Dasar yang sangat penting dalam penelitian ini adalah pengaruh sosial budaya masyarakat di Sumatera Utara dalam penggunaan *keigo*, melihat pengaruh kearifan lokal bagi yang tinggal di Sumatera Utara. Karena penulis melihat banyak orang Jepang terkadang terpengaruh dengan ragam hormat pada Bahasa Indonesia dalam bertutur dengan lawan bicaranya. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjadi role model kearifan lokal sikap orang Jepang terhadap masyarakat di Sumatera Utara.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai *keigo* banyak dilakukan oleh peneliti – peneliti terdahulu. Tapi penelitian *keigo* tersebut hanya sebatas jenis *keigo* dan penelitian pada buku seperti manga, film dan novel dan belum ditemukan *keigo* dalam lingkungan sosial seperti yang dilakukan peneliti. Peneliti belum menemukan tentang penelitian yang dilakukan langsung oleh masyarakat dalam lingkungan social seperti dalam lingkungan perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian yang ditemukan mengenai *keigo* sebagai berikut. Penelitian yang dilakukan oleh Elsa Angga Rini (2017) dengan judul “Analisis Bahasa Hormat (*Keigo*) Dalam Film *Nazotoki Wa Dinner No Atode*”. Hasil dari penelitian ini adalah ragam bahasa santun (*keigo*) yang ditemukan ada *sonkeigo*, *kenjougo* dan *teineigo*. *Sonkeigo* biasa meninggikan pembicara, *kenjougo* biasa menghina orang lain, sedangkan *teineigo* digunakan untuk melembutkan kata-kata yang digunakan untuk menghormati orang lain orang pada orang yang dimaksud.

Penelitian yang dilakukan oleh Fani Asriani Fadilah, Nova Yulia (2019) dengan judul “Analisis Bahasa Hormat (*Keigo*) Pada Surat Formal Dalam Buku *Shakajinyoo No Nihongo Karya Nalti Novianti*”. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, ada 3 jenis *keigo* yang ditemukan pada surat yaitu *sonkeigo*, *kenjougo* dan *teineigo*. Dari ketiga jenis *keigo* tersebut, terdapat sebanyak 9 kata merupakan jenis *sonkeigo*, 21 kata jenis *kenjougo* dan 17 kata

jenis *teineigo*. Sedangkan faktor yang mempengaruhi penggunaan *keigo* pada surat formal yaitu keakraban, hubungan sosial, dan keanggotaan kelompok.

Pragmatik adalah cabang ilmu bahasa yang mempelajari struktur bahasa secara eksternal, yaitu bagaimana satuan kebahasaan itu digunakan di dalam komunikasi [10]. Leech mengemukakan pragmatik adalah sebagai cabang ilmu bahasa yang mengkaji penggunaan bahasa berinteraksi dengan tata bahasa yang terdiri dari atas fonologi, morfologi, sintaksis, dan semantik [10]. Pragmatik merupakan cabang ilmu bahasa yang semakin dikenal pada masa sekarang ini walaupun dengan perubahan masa ilmu ini jarang atau hampir hilang tidak disebut oleh para ahli bahasa.

Austin (dalam Chaer dan Agustina, 2011:53), mengemukakan bahwa secara pragmatis setidaknya-tidaknya ada tiga jenis tindakan yang dapat diwujudkan oleh seorang penutur, yakni tindak lokusi, tindak ilokusi, tindak perlokusi. Tindak lokusi adalah tindak tutur untuk menyatakan sesuatu dalam arti “berkata” atau tindak tutur dalam bentuk kalimat yang bermakna dan dapat dipahami. Tindak ilokusi adalah tindak tutur yang biasanya diidentifikasi dengan kalimat performatif yang eksplisit. Tindak perlokusi adalah tindak tutur yang berkenaan dengan adanya ucapan orang lain sehubungan dengan sikap dan perilaku nonlinguistik dari orang lain.

Sebagaimana dikutip Wijana [10], pengelompokan 4 (empat) strategi linguistik yang berbeda-beda untuk menyatakan kesantunan dalam bertutur sapa. Strategi 1: kurang sopan (digunakan kepada teman akrab), strategi 2: agak sopan (digunakan kepada teman yang tidak/belum akrab), strategi 3: lebih sopan (digunakan kepada orang yang belum dikenal), strategi 4: paling sopan (digunakan kepada orang yang berstatus sosial lebih tinggi). Keempat strategi itu harus dikaitkan dengan 3 (tiga) parameter pragmatik.

Ketiga parameter pragmatik tersebut adalah (1) tingkat jarak sosial, (2) tingkat status sosial, (3) tingkat peringkat tindak tutur. Tingkat jarak sosial (*distance rating*) berkenaan dengan parameter perbedaan umur, jenis kelamin, dan latar belakang sosiokultural, misal penggunaan bentuk pronomina kamu oleh seorang anak atau mahasiswa untuk menyapa orang tua (dosen) dinilai tidak sopan; tingkat status sosial (*power rating*) berkenaan dengan kedudukan yang asimetrik antara penutur dan mitra tutur di dalam peristiwa tutur, misal di ruang kuliah, seorang dosen memiliki kedudukan lebih tinggi dari pada seorang polisi; dan tingkat peringkat tindak tutur (*rank rating*) berkenaan dengan kedudukan relatif tindak tutur yang satu dengan tindak tutur yang lain, misal meminjam mobil tetangga dalam situasi darurat dirasa lebih sopan dibandingkan dengan dalam situasi yang wajar.

Menurut Trosborg dalam Susanti (2007) bahwa sosiopragmatik mengacu pada analisis pola interaksi di dalam situasi sosial tertentu dan atau sistem sosial tertentu. Kajian sosiopragmatik menurut Leech (2001), bersifat „setempat” dan khusus. Dalam sosiopragmatik, prinsip kerjasama dan prinsip kesantunan bertindak secara berlainan di dalam budaya, bahasa, kelas sosial dan situasi sosial yang berlainan.

3. Data Analysis and Findings

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, dan menggunakan pendekatan kualitatif dengan kajian sosiopragmatik. Dengan menggunakan kajian sosiopragmatik akan dapat mengetahui bagaimana penutur dapat memilah penggunaan kata berdasarkan strategi sesuai dengan situasi atau variable yang ada dalam tindakan berkomunikasi. Responden dan informan dalam penelitian ini terdiri atas karyawan dan staf di perusahaan Jepang yang bekerja pada perusahaan Jepang di Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara.

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Jepang yang ada di Sumatera Utara. Penelitian ingin melihat bagaimana orang Indonesia berkomunikasi dengan orang Jepang, orang Jepang berkomunikasi dengan orang Jepang, serta orang Indonesia berkomunikasi dengan orang Indonesia adalah orang Jepang yang menggunakan *keigo* dan tinggal di Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan selama sekitar 10 bulan dari penelitian ini dilaksanakan.

3.2. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kalimat yang menggunakan *keigo* pada orang Jepang yang menetap di Sumatera Utara. Sumber data yang diambil adalah orang Jepang yang sudah menetap di Sumatera Utara ataupun yang sedang berada di Sumatera Utara. Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2017: 305). Kemudian data tersebut akan di klasifikasikan sesuai kebutuhan penelitian untuk dianalisis dan diambil kesimpulan dalam bentuk rincian menggunakan kualitatif yang hasil datanya berupa rekaman yang diambil dari hasil observasi, hasil rekaman. Ini akan disajikan dalam bentuk percakapan pada setiap ranah yang telah ditentukan sebelumnya, data ini merupakan data primer karena langsung diambil dari sumbernya.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan diungkap bagaimana penggunaan *keigo* dalam faktor dan jenisnya terutama dalam lingkungan Perusahaan Jepang. Selain itu, dikaji juga kearifan dalam penggunaan *keigo* tersebut.

3.3.1. Observasi dan Wawancara

Observasi dilakukan melalui pengamatan dan mencatat gejala-gejala yang tampak pada objek yang pelaksanaannya langsung pada lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan mendengarkan, merekam serta bercakap-cakap disertai dengan mencatat yang berkaitan dengan penggunaan *keigo* di perusahaan tersebut. Kemudian melakukan wawancara dengan orang Jepang dan orang Indonesia yang bekerja di perusahaan tersebut.

3.4. Teknik Analisis Data

Mengumpulkan data selain turun langsung kelapangan, bahan bacaan, referensi, jurnal ilmiah sebagai acuan dasar dan dilakukannya penelitian ini. Melakukan wawancara di lapangan dengan beberapa informan yaitu orang Jepang dan orang Indonesia yang menggunakan bahasa Jepang di perusahaan tersebut. lalu mengolah data, hasil dari wawancara yang telah dilakukan, apa yang bisa disimpulkan mengenai kesalahan penggunaan *keigo*. Seluruh hasil data disajikan dengan berbentuk uraian, kata-kata, kalimat dan secara formal yaitu penjelasan dalam uraian dari kesimpulan data-data yang telah di analisis.

4. Analisis Hasil Data

Penelitian mengenai penggunaan Keigo dalam lingkungan perusahaan Jepang di kota Medan telah dilaksanakan dan seluruh data-data yang terkait dengan penelitian ini telah dikumpulkan dan dianalisis. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner, observasi dan interview, diketahui bahwa pada perusahaan Jepang di kota Medan menggunakan Keigo dalam penggunaan bahasa Jepang saat berkomunikasi secara langsung maupun melalui media tulisan seperti chat skype atau email. Komunikasi dengan menggunakan Keigo tidak hanya digunakan oleh sesama orang Jepang saja, tetapi juga oleh karyawan Indonesia yang dapat menggunakan bahasa Jepang di perusahaan tersebut.

Kata Keigo ditulis dengan menggunakan huruf kanji 敬語 dengan makna “untuk menghormati / mengagumi”. Masyarakat Jepang selalu memperhatikan hierarki sampai pada titik dimana penggunaan bahasa dengan menggunakan bahasa sopan Keigo tampaknya merupakan bahasa yang sama sekali berbeda. Berdasarkan sejarah, Jepang memiliki sistem kasta di masa lalu. Sampai restorasi Meiji, orang-orang dalam kasta yang berbeda tidak akan berbicara bahasa Jepang yang sama sebagai bentuk penghormatan terhadap tingkatan sosial. Terlepas dari hilangnya sistem kasta, bahasa kehormatan Keigo masih digunakan untuk menandai tingkat keintiman atau status sosial di antara orang-orang. Menggunakan Keigo menunjukkan pertimbangan dan rasa hormat terhadap orang yang lebih tua, dengan posisi atau pengalaman yang berbeda di sebuah perusahaan. Penggunaan bahasa akan berbeda sesuai dengan lawan bicara: teman, kolega, atasan atau klien; dan kepada siapa pembicara merujuk: diri sendiri, teman, kolega, atau klien.

Berikutnya, berdasarkan data yang diperoleh, dari tiga kategori Keigo yaitu Teineigo, Sonkeigo, dan Kenjougo, diketahui bahwa kategori Keigo yang paling banyak dan sering digunakan dalam perusahaan Jepang di Medan adalah Teineigo. Teineigo merupakan bentuk kalimat sopan yang sangat dasar bagi pengguna bahasa Jepang. Untuk sebagian besar kalimat, cukup menambahkan *-desu/-masu* (-です/ます). Cara umum lainnya untuk menambahkan kesantunan pada kalimat adalah dengan menambahkan *o-go-* (お-ご-) didepan kata atau objek.

Meskipun demikian, berdasarkan kuesioner penelitian, kategori Keigo seperti Sonkeigo dan Kenjougo juga ada digunakan pada perusahaan Jepang di kota Medan, namun frekuensi penggunaannya sangat sedikit, bahkan termasuk sangat jarang. Sonkeigo, merupakan bentuk kalimat hormat yang digunakan ketika berbicara mengenai atau kepada orang-orang yang lebih berkuasa, misalnya kepada bos, orang tua, dan kostumer. Bentuk kalimat ini tidak dapat digunakan ketika berbicara mengenai diri sendiri karena akan dianggap arogan dan kasar. Pada pola kalimat ini, tidak hanya kosakata kata benda yang berubah, bahkan kosakata kata kerja/kata sifat pun berubah. Misalnya, untuk menyatakan kosa kata "makan" pada Teineigo disebut dengan *tabemasu* (食べます) namun pada Sonkeigo disebut dengan *meshiagarimasu* (召し上がります). Kemudian, Kenjougo merupakan kategori Keigo yang digunakan dengan maksud untuk merendahkan diri sendiri ketika berbicara kepada seseorang yang memiliki posisi kekuasaan yang lebih tinggi. Misalnya ketika berbicara dengan atasan tentang diri sendiri. Mirip dengan Sonkeigo, beberapa kosakata mengalami perubahan. Misalnya sekali lagi, dengan menggunakan contoh kosa kata "makan", pada Teineigo disebut dengan *Tabemasu* (食べます) sedangkan pada Kenjougo disebut dengan *Itadakimasu* (いただきます).

Menurut hasil observasi, adapun penyebab jarang digunakan Sonkeigo dan Kenjougo pada perusahaan Jepang di Kota Medan adalah dikarenakan perusahaan Jepang yang ada di Kota Medan merupakan kantor cabang, yang memiliki kantor pusat di Jepang. Pada kantor cabang ini, pimpinan tertinggi tetap berada di Jepang, sehingga interaksi secara langsung antara karyawan Jepang dengan pimpinan sangat jarang terjadi, dan menyebabkan mereka tidak sering menggunakan Sonkeigo dan Kenjougo. Interaksi penggunaan Sonkeigo dan Kenjougo antara karyawan sesama orang Jepang maupun terhadap karyawan Indonesia, biasanya hanya terjadi saat bertukar pesan dan memberikan laporan melalui email ataupun skype kepada pimpinan yang berada di Jepang. Hal ini disebabkan karena bentuk laporan tertulis lebih formal dan baku daripada saat berkomunikasi tatap muka secara langsung.

Berdasarkan hasil interview terhadap karyawan baik yang berkewarganegaraan Jepang, maupun karyawan Indonesia yang berbahasa Jepang, mereka menyatakan bahwa Teineigo saja sudah sangat cukup untuk digunakan dalam berkomunikasi pada pekerjaan mereka sehari-hari. Menggunakan Keigo dengan hormat adalah wajib bagi pengusaha Jepang, baik pria maupun wanita, jadi semua orang Jepang diajarkan untuk menggunakan Keigo yang benar sebelum mereka bergabung dengan dunia bisnis. Faktanya, jika orang Jepang tidak menggunakan Keigo dengan benar, mereka akan dianggap bodoh dan tidak berpendidikan, atau sangat tidak sopan di antara rekan kerja dan klien mereka. Terlepas dari apapun produknya bisa sampai beberapa kesepakatan bisnis dibatalkan hanya karena nada yang digunakan tidak cukup memadai untuk norma bisnis.

Namun, penelitian ini telah menemukan bahwa orang asing (atau non-Jepang) biasanya dapat dikecualikan dari praktik ini karena sulitnya mempelajari Keigo kategori Sonkeigo dan Kenjougo. Namun, ini tidak boleh menjadi alasan untuk menyerah dalam mempelajari Keigo, karena masih akan ada pebisnis yang akan menganggap kasar bila tidak menggunakan Keigo, terlepas dari apakah orang non-Jepang atau bukan. Menggunakan bahasa Jepang informal di antara teman-teman bukanlah masalah, tetapi tidak dalam situasi bisnis. Karena itu, meskipun Keigo terdiri dari tiga kategori, hanya menguasai Teineigo sebagai bentuk keigo yang paling dasar saja sudah cukup dalam berkomunikasi dalam bahasa Jepang pada perusahaan Jepang di Kota Medan.

Acknowledgment

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sumatera Utara dengan nomor kontrak: 285/UN5.2.3.1/PPM/SPP-TALENTA USU/2021 yang telah mendukung dan membantu dalam memberikan dana kepada peneliti dalam penelitian ini.

References

- [1] Hirai, Masao. 1985. *Nandemo Wakaru Shinkokugo Handobukku*. Tokyo : Sanseido
- [2] Fishman, A. Joshua. 1975 *language and Ethnicity in Minority Sociolinguistics Prespective*. Philadelphia: Multilingual Matters LTD

- [3] Masaki, Nomura. 1992. Nihongo Jiten. Japan: Seiji Koike.
- [4] Mizutani, Osamu dan Nobuko Mizutani. 1987. How To Be Polite In Japanese, Tokyo, The Japan Times, LTD
- [5] Ogawa, Yoshio. 1989. NihongothaisuukanShooten. Tokyo.
- [6] Oishi, Shotaro. 1985. *Keigo* no Shikumi dalam *Keigo* (Bunkachoo). Tokyo: Ookurashoo.
- [7] Robbins, P. Stephen. (2002). Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi. Edisi Kelima. Diterjemahkan oleh: Halida, S.E dan Dewi Sartika, S.S. Erlangga, Jakarta.
- [8] Sudjianto, Dahidi Ahmad. 2004. Pengantar Linguistik Bahasa Jepang. Jakarta: Kesaint Blanc.
- [9] Terada, Takanao. 1984. Chuugakusei no Kokubunpoo. Tokyo: Shoryudo
- [10] Wijana dan Muhammad Rohmadi. 2009. Analisis Wacana Pragmatik Kajian Teori dan Analisis. Surakarta: Yuma Pustaka.
- [11] Yule, George. 2006: Pragmatik. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.