

**ANALISIS VARIASI JENIS PENGGUNAAN KEIGO OLEH MAHASISWA  
PENDIDIKAN BAHASA JEPANG PROGRAM INTERNSHIP UNESA ANGKATAN  
2021 DAN 2022**

**TANZILAL ROHIMI**

Pendidikan Bahasa Jepang Jurusan Bahasa dan Sastra Jepang Fakultas  
Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya  
E-mail : [tanzilal.21069@mhs.unesa.ac.id](mailto:tanzilal.21069@mhs.unesa.ac.id)

**DIDIK NURHADI, M.Pd., M.A., Ph.D.**

Dosen Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni,  
Universitas Negeri Surabaya E-mail : [didiknurhadi@unesa.ac.id](mailto:didiknurhadi@unesa.ac.id)

**ABSTRACT**

This research aims to analyze the variation of keigo (Japanese honorific language) used by students of the Japanese Language Education Study Program at UNESA who have participated in an internship program in Japan. The focus of this research is to identify the variety kind of keigo (*sonkeigo and kenjougo*) applied by students in real workplace situations such as restaurants and hotel front desks. The method employed is descriptive qualitative, with data collected through essay questions answered by 8 students. The results show that students tend to use teineigo more frequently than sonkeigo and kenjougo, especially in general customer service situations. However, in interactions with guest or visitors, sonkeigo is more prevalent. This research contributes to the development of practical-based keigo learning for Japanese language students.

**Keywords:** Keigo, Sonkeigo, Kenjougo, Teineigo, Internship, Japanese Language Learning.

**要旨**

本研究では日本語教育学科のスラバヤ国立大学（UNESA）のインターンシッププログラムに参加した学生による敬語の種類のパリエーションを分析することを目的としている。調査の焦点ではレストランとホテルのフロントの実際の職場状況におく、学生が使用する敬語（尊敬語、謙譲語、丁寧語）の種類を説明にすることである。方法は記述的質的研究であり、8名の学生に対するエッセイ形式の質問を通じてデータを収集した。研究の結果、学生は一般的な接客場面では尊敬語と謙譲語を多く種類のパリエーションが見られた。一方で、お客様をやり取りでは尊敬語と謙譲語が多くパリエーションがあった。本研究では、日本語専攻学生の実践的な敬語学習の発展に重要な貢献を果たすものである。

**キーワード：** 敬語、尊敬語、謙譲語、インターンシップ、日本語学習

## PENDAHULUAN

Tata bahasa dalam Bahasa Jepang memiliki pengaruh yang besar sekali dalam aspek komunikasi. Salah satunya adalah bahasa sopan yang sering disebut oleh banyak orang dan beberapa ahli yang menekuni dibidang ini adalah *keigo*. Dalam berkomunikasi, bahasa sopan ini dapat digunakan sebagai cerminan dari perbedaan tingkat sosial, tingkat kehormatan atau tingkat kedudukan individu yang terlibat dalam komunikasi. Bahasa sopan ini, memiliki beberapa jenis yang biasa dibagi menjadi tiga, yaitu: *Sonkeigo*, *Kenjougo*, dan *Teineigo*.

Penelitian yang ditulis oleh Guo Bilan (2009) mengenai “*Kesadaran Bahasa Kaum Muda Jepang dari Sudut Pandang Kesantunan: Dengan Fokus pada Hubungan Hierarkis dan Hubungan Keakraban*” atau dalam bahasa Jepang menjadi 「ポライトネスの観点からみる日本人若者の言語意識：上下関係と親疎関係に注目して」 yang dimana jurnal ini juga masuk dalam jurnal *J-STAGE Journal* yang merupakan portal resmi jurnal ilmiah di Jepang. Dalam penelitian ini menyatakan

bahwa pengaruh hubungan keakraban juga terlihat, tetapi lebih lemah dibandingkan pengaruh hierarki sosial. Artinya, kedudukan sosial lebih menentukan pilihan strategi dibanding keakraban pribadi. Tujuan dari penelitian ini adalah Mendeskripsikan variasi penggunaan *keigo* oleh mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Jepang yang mengikuti program *internship* ke Jepang di setiap bidang perusahaan. Kemudian, Mendeskripsikan konteks situasional terhadap variasi penggunaan *keigo* oleh mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Jepang yang mengikuti program *internship* ke Jepang di setiap bidang perusahaan. Manfaat penelitian ini adalah Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dengan fokus pada pemahaman *keigo*, penelitian ini dapat menambah literatur yang membahas bagaimana konteks pengalaman langsung seperti *internship* mempengaruhi kompetensi pemahaman kognitif mengenai pemahaman *keigo* kepada mahasiswa. Secara praktis, penelitian ini sangat bermanfaat kepada mahasiswa jurusan pendidikan Bahasa Jepang bisa menjadi landasan belajar untuk mahasiswa bisa lebih banyak mengenal dan menggunakan beberapa macam variasi

tentang penggunaan *keigo* sesuai dengan situasi yang ada dalam pekerjaan *internship* sebagai bentuk dari metode pembelajaran *active learning*.

Batasan penelitian ini adalah Penelitian ini memiliki batasan penelitian dengan jumlah batasan subjek penelitian sebanyak 6-8 mahasiswa disetiap bidang pekerjaan dalam perusahaannya. Bidang-bidang tersebut antara lain seperti: restoran, *front desk*, dan *check-in counter*. Situasi yang difokuskan dalam penelitian ini adalah situasi disaat bertanya tentang adanya masalah atau kebingungan dari pelanggan dan merespons pertanyaan pelanggan.

## KAJIAN PUSTAKA

### A. Sociolinguistik

Sociolinguistik merupakan cabang ilmu linguistik yang mempelajari hubungan antara bahasa dan masyarakat. Kajian ini fokus pada bagaimana bahasa digunakan dalam interaksi sosial dan bagaimana variasi-variasi dalam bahasa mencerminkan struktur sosial masyarakat. Janet Holmes (2013:1-2) menyatakan bahwa sociolinguistik berusaha memahami hubungan antara bentuk bahasa dan konteks sosialnya, termasuk bagaimana faktor-faktor seperti usia, jenis

kelamin, kelas sosial, dan latar belakang budaya mempengaruhi cara orang berbicara.

Dengan kata lain, sociolinguistik tidak hanya mengamati struktur bahasa secara internal, tetapi juga meneliti bagaimana penggunaannya di kehidupan nyata. Ini sangat relevan dalam konteks penggunaan *keigo* dalam bahasa Jepang, karena *keigo* sendiri merupakan bentuk bahasa yang sangat dipengaruhi oleh norma dan struktur sosial masyarakat Jepang.

### B. Variasi Bahasa dalam Kajian Sociolinguistik

Dalam kajian sociolinguistik, variasi bahasa menjadi salah satu fokus utama. Ronald Wardhaugh (2006:5) menjelaskan bahwa semua bahasa memiliki variasi yang digunakan sesuai dengan konteks sosial tertentu. Variasi ini bisa berupa dialek, register, ragam formal atau informal, serta pilihan kata dan bentuk gramatikal yang digunakan untuk menyesuaikan diri dengan situasi tertentu.

*Keigo* dalam bahasa Jepang merupakan salah satu bentuk variasi bahasa yang

sangat mencolok. Penggunaan keigo bergantung pada status sosial lawan bicara, usia, hubungan hierarkis, dan bahkan jenis kelamin. Dengan memahami keigo sebagai bagian dari variasi bahasa, kita dapat melihat bagaimana masyarakat Jepang memanasikan nilai-nilai sosial mereka ke dalam bentuk bahasa yang digunakan dalam interaksi sehari-hari.

### C. Keigo dalam Perspektif Sociolinguistik

Keigo sebagai bagian dari sistem kehormatan dalam bahasa Jepang memiliki nilai sosial yang sangat tinggi. Mizutani & Mizutani (1987:3–5) mengemukakan bahwa keigo bukan hanya sekadar pilihan kata yang sopan, melainkan cerminan dari struktur sosial hierarkis di Jepang. Penggunaan keigo mengharuskan pembicara untuk mengenali hubungan sosialnya dengan lawan bicara dan menyesuaikan bentuk bahasanya sesuai dengan norma kesopanan yang berlaku.

Dari sudut pandang sociolinguistik, penggunaan keigo menunjukkan bagaimana bahasa menjadi sarana untuk merepresentasikan dan menegaskan nilai sosial.

Ketika seseorang berbicara dengan atasan, guru, atau orang yang lebih tua, ia harus menggunakan *sonkeigo* atau *kenjougo* untuk menunjukkan rasa hormat. Dalam konteks pendidikan, seperti internship, kemampuan menggunakan keigo mencerminkan kemampuan mahasiswa untuk beradaptasi secara sosial di lingkungan kerja yang formal.

### D. Sociolinguistik Tentang Keramahan Keigo

Keramahan dalam penggunaan *keigo* (*keigo politeness*) secara teori sociolinguistik berakar pada konsep *social distance* oleh Ide Sachiko. Pola pilihan antara *sonkeigo*, *kenjōgo*, atau *teineigo* tidak hanya ditentukan oleh hubungan hirarki sosial, tetapi juga oleh tingkat formalitas situasi dan kedekatan psikologis antar pembicara. Misalnya, dalam situasi formal atau menghadapi pihak luar, pembicara akan menggunakan *sonkeigo* (bahasa menghormati) untuk menegaskan kesopanan dan menjaga *face*; sedangkan dalam interaksi yang lebih akrab atau kurang formal, penggunaan *teineigo* atau *kenjōgo* lebih tepat untuk mempertahankan rasa hormat

sambil tetap menjaga solidaritas relasional.

Selain itu, teori keramahan pragmatik seperti Leech (1983) dan Brown & Levinson menjadi relevan sebagai landasan teoretik umum dari *politeness* secara lintas bahasa. Leech dalam *Pragmatics* mengemukakan maksima kesopanan seperti takt, generositas, dan simpati, sementara Brown & Levinson membahas strategi meredam ancaman atas muka (*face-threatening acts*) seperti *negative politeness* dan *positive politeness*

## METODE

Penelitian kualitatif deskriptif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai fenomena tertentu yang terjadi dalam kehidupan nyata. Dalam penelitian ini, sumber data berasal dari jawaban atau respons yang diberikan oleh partisipan terhadap instrumen yang dirancang oleh peneliti. Dalam konteks penelitian ini, soal esai menjadi instrumen penting karena memungkinkan mahasiswa internship menjelaskan pemahaman mereka terhadap penggunaan *keigo* secara terbuka, naratif, dan mendalam. Pengumpulan

data dilakukan dengan cara menyebarkan soal esai melalui tautan *google form*. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi tematik (*thematic content analysis*). Teknik ini dipilih karena sesuai dengan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada penggambaran dan pemaknaan terhadap data naratif dari jawaban soal esai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jawaban yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah jawaban berdasarkan jawaban tiap responden yang telah mengisi soal esai sebelumnya. Adapun urutan dalam tiap jawabannya adalah untuk pertanyaan 1 sampai dengan 12 adalah jawaban dari responden 1 sampai dengan 3 ditambah dengan responden 4 dan 5 yang merupakan tambahan dari responden bidang *check-in counter*. Simbol yang akan digunakan yaitu

R1 = Responden 1

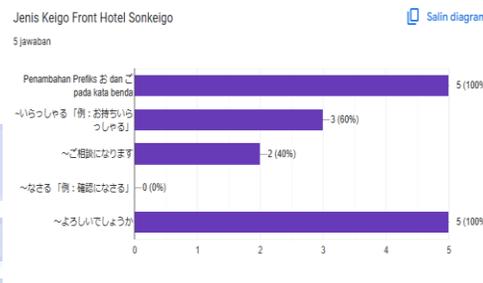
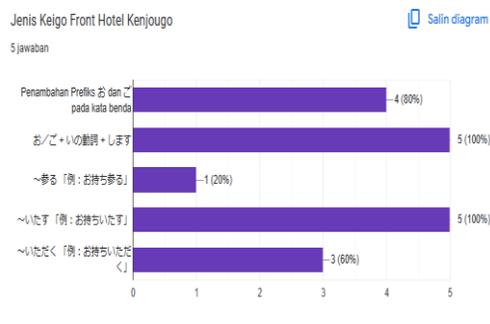
R2 = Responden 2

R  
esponden yang bekerja di bidang *front-desk*

R3 = Responden 3

R4 = Responden 4 (responden tambahan)

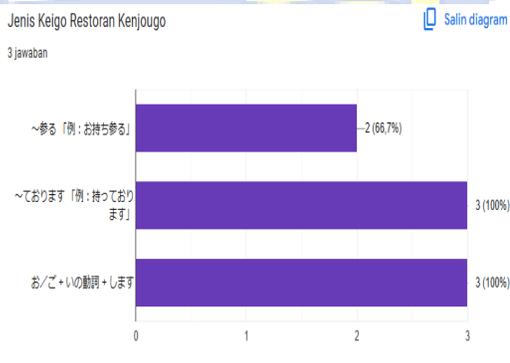
R5 = Responden 5 (responden tambahan)



Dalam penggunaan *keigo* dalam bidang *front-desk* hotel dapat disimpulkan bahwa dari 5 responden yang telah mengisi bagian ini, 5 diantaranya setuju dan lebih sering menggunakan variasi dengan rumus *kenjougo* penggunaan prefiks 「お/ご」 + 「い動詞」 + 「します」 dan penggunaan variasi jenis bentuk *kenjougo* khusus 「～いたす」 untuk memberikan ungkapan melakukan dengan halus dan sopan sebagai staf ke pelanggan dengan persentase 100%. Adapun bentuk dari variasi jenis *keigo kenjougo* adalah bentuk 「～参る」 yang merupakan jenis *keigo kenjougo* terendah yaitu hanya 20% atau hanya 1 responden saja yang menggunakan. Dalam kasus ini peneliti contohkan dengan bentuk 「お持ち参る」 pada pertanyaan pertama penelitian ini.

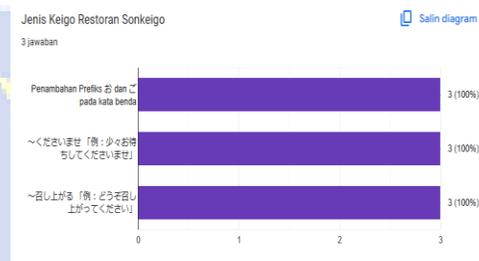
Kemudian dalam penggunaan *Sonkeigo*, ke-5 responden menggunakan jenis *sonkeigo* dengan memberikan penambahan prefiks 「お/ご」 dalam penggunaan selama bekerja. Kemudian penggunaan bentuk 「～よろしいでしょうか」 sebagai bentuk hormat dari 「～いいですか」 untuk menyatakan permintaan izin. Lalu yang terendah ada bentuk 「～なさる」 dimana tidak ada yang menggunakan karena ke-5 responden lebih sering menekankan kerendahan diri mereka sebagai staf untuk memberikan jasa kepada pelanggan sebagai bentuk penghormatan mereka kepada pelanggan (*kenjougo* lebih banyak digunakan). *Sonkeigo* dalam hal ini mereka hanya pakai dalam pernyataan izin atas keengganan pelanggan atas tawaran jasa yang mereka tawarkan sebagai bentuk hormat dan meninggikan pelanggan. Sedangkan bentuk 「ご相談になります」 mereka

gunakan pada saat mereka tidak tahu atau lupa atas alur yang harus dilakukan dan perlu untuk menanyakan kepada atasan terlebih dahulu untuk kejelasan prasyarat yang harus mereka jelaskan nantinya kepada pelanggan. Jadi, penggunaan bentuk 「ご相談になります」 ditujukan kepada atasannya sebagai bentuk rasa hormat kepada atasan mereka dengan meninggikannya. Kemudian untuk memberikan tawaran untuk sedikit menunggu kepada pelanggan agar tidak terlalu lama, para responden kembali menggunakan bentuk 「～よろしいでしょうか」 seperti: 「少しお時間かかりそうですので、少しお待ちしてもよろしいでしょうか」.



Untuk penggunaan *kenjougo* menurut hasil data di atas, persentase terbanyak diduduki oleh bentuk 「～ております」 dan 「お/ご」+「い動詞」+

「します」. Kemudian dengan persentase terkecil adalah bentuk 「～参る」. Penggunaan 「～ております」 adalah perubahan dan bentuk hormat dari 「～ています」.



Selanjutnya adalah jenis *sonkeigo* yang digunakan dalam bidang restoran. Semua pilihan memiliki persentase yang sangat besar yang dapat diartikan, ketiga kategori *sonkeigo* diatas adalah yang paling sering mereka gunakan dalam melaksanakan pekerjaan. Bentuk 「召し上がる」 sering responden gunakan terutama saat hidangan sudah disajikan dan untuk memberikan penghargaan berupa ucapan “selamat menikmati” para responden menggunakan 「どうぞ、召し上がってください」. Kemudian bentuk 「～て下さいませ」 yang merupakan bentuk hormat dari

「～てください」 yang merupakan bentuk perintah halus untuk memberikan kesan hangat, tidak perlu sungkan, dan kebebasan kepada pelanggan untuk memilih dan menikmati makanannya. Biasanya para responden lebih sering menggunakan dalam pola kalimat 「どうぞ、ご遠慮しないでくださいませ」.

Salah satu situasi yang cukup sering muncul adalah ketika pelanggan menghadapi kesulitan, seperti membawa barang berat atau mengalami masalah saat check-in. Dalam kasus ini, mahasiswa cenderung menggunakan bentuk keigo seperti 「お運びいたしましょうか」 atau 「お手伝いしてもよろしいでしょうか」 untuk menawarkan bantuan. Penggunaan bentuk ini menandakan bahwa mereka memahami pentingnya menjaga sikap profesional sekaligus memperlihatkan empati kepada pelanggan.

Kondisi lainnya adalah ketika mahasiswa harus menyampaikan informasi yang

bersifat negatif, seperti menyatakan bahwa kupon diskon sudah tidak berlaku. Pada situasi ini, mereka cenderung memilih bentuk bahasa yang sangat sopan dan tidak langsung, seperti 「申し訳ございませんが、～できかねます」 atau 「恐れ入りますが、～は無効でございます」. Bentuk-bentuk ini menunjukkan kemampuan mahasiswa untuk menyampaikan penolakan tanpa menyinggung perasaan pelanggan, yang merupakan salah satu aspek penting dalam komunikasi bisnis di Jepang.

#### KESIMPULAN

Variasi penggunaan keigo yang digunakan oleh mahasiswa meliputi *sonkeigo* (bentuk penghormatan), *kenjougo* (bentuk merendahkan diri), dan *teineigo* (bentuk sopan standar) yang diaplikasikan sesuai dengan situasi pelayanan pelanggan di berbagai bidang pekerjaan seperti restoran, *front office* hotel, dan *check-in counter* bandara. Variasi tersebut kebanyakan tampak jelas pada penggunaan prefiks kehormatan seperti 「お～」 「ご～」, bentuk ungkapan permintaan maaf, penawaran

bantuan, hingga penolakan sopan. Penggunaan keigo oleh mahasiswa lebih bervariasi setelah internship dibandingkan dengan sebelum internship, terutama dalam keberanian menggunakan *sonkeigo* dan *kenjougo* secara lebih tepat sesuai dengan status lawan bicara dan situasi layanan. Konteks situasional sangat memengaruhi pemilihan bentuk keigo yang digunakan oleh mahasiswa. Dalam situasi tertentu seperti menghadapi pelanggan asing, menyampaikan informasi sensitif Misalnya, dalam situasi di mana pelanggan mengalami kesulitan membawa barang berat, responden menggunakan bentuk seperti:

「お荷物を運ぶのをお手伝いさせていただきますてもよろしいでしょうか。」

」 yang menunjukkan bentuk *kenjougo* dengan struktur kompleks dan sopan, menandakan kerendahan hati dan penghormatan kepada pelanggan. Dalam situasi berbeda seperti menyampaikan bahwa kupon sudah tidak berlaku, responden memilih bentuk halus seperti:

## SARAN

Dalam penelitian ini, karena penelitian ini juga masih bisa untuk lebih diperdalam lagi, dan juga sadar

akan masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini maka peneliti memiliki saran sebagai berikut. Untuk Peneliti Selanjutnya, penelitian ini hanya membahas variasi penggunaan keigo (*sonkeigo*, *kenjougo*, *teineigo*) pada konteks layanan di restoran berdasarkan hasil wawancara dan esai mahasiswa Pendidikan Bahasa Jepang sebelum dan sesudah melaksanakan internship. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas objek penelitian, misalnya pada situasi formal lain seperti di hotel, toko, atau kantor perusahaan Jepang agar cakupan keigo yang diamati menjadi lebih luas dan bervariasi. Untuk Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Jepang. Diharapkan mahasiswa lebih memperdalam pemahaman mengenai variasi *keigo* tidak hanya dari sisi bentuk gramatikal saja tetapi juga dari sisi fungsi sosiolinguistiknya. Mahasiswa juga harus untuk lebih aktif berlatih menggunakan keigo dalam keseharian.

**Daftar Pustaka**

- Kubozono, H. (2010). *Nihongo no Keigo* (日本語の敬語). Tokyo: ALC Publishing.
- Kunihiro, T. (2005). *Japanese Language and Honorifics*. Tokyo: Bonjinsha.
- Miyashita, H. (1999). *Japanese Honorifics: The Development of Politeness Strategies in Japanese*. Tokyo: [Publisher belum tersedia online].
- Hymes, D. (1972). *On Communicative Competence*. In J. B. Pride & J. Holmes (Eds.), *Sociolinguistics: Selected Readings* (pp. 269–293). Harmondsworth: Penguin.
- Wardhaugh, R. (2006). *An Introduction to Sociolinguistics* (5th ed.). Oxford: Blackwell Publishing.
- Ide, S. (1989). *Formal forms and discernment: Two neglected aspects of universals of linguistic politeness*. *Multilingua*, 8(2–3), 223–248. <https://doi.org/10.1515/mult.1989.8.2-3.223>
- Holmes, J. (1995). *Women, Men and Politeness*. London: Longman.
- Levinson, S. C. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pizziconi, B. (2008). *Japanese Honorifics and Politeness in Language Teaching*. *JALT Journal*, 30(1), 58–75. [https://www.researchgate.net/publication/274138640\\_Japanese\\_honorifics\\_The\\_cultural\\_specificity\\_of\\_a\\_universal\\_mechanism](https://www.researchgate.net/publication/274138640_Japanese_honorifics_The_cultural_specificity_of_a_universal_mechanism)
- Bogdan, R., & Biklen, S. (1992). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Setiawan, T. (2022). Perbandingan Kemampuan Penggunaan Keigo Mahasiswa Semester Awal dan Akhir Jurusan Bahasa Jepang. *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra Jepang UNNES*, 8(1), 20–35.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation*

- Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications. 1506.  
[https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00200-X](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00200-X)
- Nurhaliza, R. (2020). Kesulitan Mahasiswa dalam Menggunakan Keigo dalam Konteks Percakapan Formal. *Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang UNNES*, 9(2), 110–122
- Morse, J. M., & Corbin, J. (2003). *Designing Qualitative Research*. In J. M. Morse (Ed.), *Qualitative Health Research: Creating a New Discipline* (pp. 203–218). Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
- Guo Bilan. (2009). 「ポライトネスの観点からみる日本人若者の言語意識：上下関係と親疎関係に注目して」. *Jurnal Ilmu Humaniora Universitas Chengchi*, 7, 297–310. Diakses dari <http://dx.doi.org/10.29962/TOJ.A.200904.0013> atau [https://www.jstage.jst.go.jp/article/toja/7/0/7\\_297/article/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/toja/7/0/7_297/article/-char/ja)
- Pizziconi, B. (2003). *Re-examining politeness, face and the Japanese language*. *Journal of Pragmatics*, 35(10–11), 1471–
- Yuniarsih, Y., Sudjianto, S., & Fauziyyah, F. (2022). *Penggunaan Keigo dalam Bahasa Jepang untuk Bisnis*. *Chi'e: Jurnal Pendidikan Bahasa Jepang*, 10(1), 61–70. Diakses dari <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/chie/article/download/53104/21326>
- Supriatnaningsih, R., Magfiroh, M., & Nurjaleka, L. (2024). *Penggunaan Keigo Mahasiswa Peserta Internship ke Jepang (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Bahasa Jepang UNNES)*. *Janaru Saja: Jurnal Program Studi Sastra Jepang*, 13(1), 29–42. Diakses dari <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/janarusaja/article/view/12664>
- Horasawa, Oka. (2021). 「『バイト敬語』を使う若者たち：話し手の心理と聞き手の印象」. *Jurnal Universitas Gifu*, 19 Hal 1-31. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1050282812836138240>