

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Pragmatik

Pengertian pragmatik diartikan berbeda-beda oleh para ahli. Pragmatik merupakan salah satu cabang ilmu linguistik. Pragmatik merupakan ilmu linguistik yang berkaitan dengan penggunaan bahasa (Levinson, 1983; dalam Santoso dan Yuvita, 2015). Pragmatik diartikan sebagai korelasi antara kode penutur dan pendengar (Rahman, 2019).

Pragmatik merupakan studi tentang arti ‘tidak terlihat’, atau bagaimana kita mengenali apa yang dimaksud bahkan ketika itu tidak benar-benar dikatakan atau ditulis (Yule, 2010:128; dalam Laaksonen, 2019). Dalam suatu interaksi, penutur dalam interaksi harus mengandalkan asumsi dan ekspektasi yang dibagikan dengan pendengar, dan menyelidiki asumsi yang dibagikan ini memberi kita informasi tentang makna yang tidak terlihat dalam interaksi (Yule, 2010:128; dalam Laaksonen, 2019).

Menurut Harahap (2018), pragmatik dapat dikatakan sejajar dengan semantik, namun kedua ilmu tersebut memiliki perbedaan mendasar. Semantik memperlakukan makna sebagai suatu hubungan yang melibatkan dua segi, dimana makna diartikan semata-mata sebagai ciri-ciri ungkapan dalam suatu bahasa tertentu, terpisah dari penutur, petutur, dan situasinya (Harahap, 2019). Sedangkan pragmatik memperlakukan makna sebagai suatu hubungan yang melibatkan tiga segi, yang dimana makna didefinisikan dalam hubungannya dengan penutur (Harahap, 2019). Misalnya, “*The type of room that you want is full Sir*”. Secara semantik, tuturan tersebut bermakna ‘tipe kamar yang diinginkan tamu tersebut sudah tidak tersedia’, yang dimana berarti resepsionis tersebut menginformasikan sesuatu kepada tamu. Bila dianalisis secara pragmatik, tuturan tersebut tidak semata-mata untuk menginformasikan sesuatu, tetapi dimaksudkan untuk meminta tamu tersebut agar dapat memilih tipe kamar yang lain. Dengan demikian, dalam melakukan studi pragmatik seseorang harus mengupayakan apa maksud dari penutur, baik itu tuturan langsung atau diekspresikan secara tersurat.

## 2.1.2 Aspek Pragmatik

Untuk menilai pragmatik seseorang, dibutuhkan untuk mempertimbangkan aspek pragmatik yang berbeda, yaitu tindak tutur dan kesopanan.

### 2.1.2.1 Tindak Tutur

Berbicara dalam sebuah bahasa mengambil bentuk melakukan tindak tutur, dan tindak tutur ini meliputi tindakan seperti memberikan perintah, mengajukan pertanyaan, membuat janji, dan membuat pernyataan (Searle, 1969; dalam Laaksonen, 2019). Sejauh ini tindak tutur merupakan studi umum dalam bidang penelitian pragmatik antarbahasa (Roever, 2006; dalam Sirikhan, 2010). Dengan demikian, ini berarti bahwa tindak tutur merupakan hal yang penting dan umum dalam studi penelitian pragmatik. Tindak tutur memungkinkan kita untuk tahu bagaimana pembicara bermaksud menafsirkan pesan karena kita biasanya dapat mengenali jenis tindakan atau tindak tutur yang dilakukan pembicara dengan ujaran (Yule, 2010; dalam Laaksonen, 2019).

Austin (1962) dan Searle (1975) telah dianggap sebagai pelopor tindak tutur (Sirikhan, 2010). Austin percaya bahwa setiap ucapan mengandung tiga tindakan yang memiliki kekuatan spesifik yang berbeda. Austin (1962) memisahkan tindak tutur menjadi tindak lokusi, tindak ilokusi, dan tindak perlokusi (Laaksonen, 2019). Tindak lokusi adalah tindakan menyatakan sesuatu, tindak ilokusi adalah kinerja suatu tindakan dalam mengatakan sesuatu, dan tindak perlokusi adalah tindakan yang menyebabkan efek pada pendengar dengan mengatakan sesuatu (Austin, 1962; dalam Laaksonen, 2019). Tiga macam tindak tutur yang disebutkan di atas dapat diilustrasikan oleh ucapan bartender kepada pelanggan, "*The bar will be closed in five minutes*" (Batch, 2004: 466; dalam Sirikhan, 2010).

Tabel 2.1 Contoh Macam Tindak Tutur

<p>“The bar will be closed in five minutes”</p>	<p><i>Locutionary Acts</i></p>	<p><i>To inform the customers of the bar will be closed in five minutes from the time of the utterance</i></p>
	<p><i>Illocutionary Acts</i></p>	<p><i>To urge the customers to order a last drink</i></p>
	<p><i>Perlocutionary Acts</i></p>	<p><i>To make the customers believe that the bar is about to close and to make them order one last drink</i></p>

Austin (1962) menjelaskan bahwa tindak tutur ilokusi merupakan “*the performance of an act in saying something as opposed to a performance of an act of saying something*” (Sirikhan, 2010). Istilah ini digunakan untuk menentukan tindakan apa yang akan membuat komunikasi berhasil (Sirikhan, 2010). Sehingga ini mengartikan bahwa ucapan akan berhasil jika ada tindakan dari apa yang orang katakan. Austin (1962) mengklasifikasikan tindak tutur ilokusi menjadi lima kategori utama:

- a. *Verdictives* adalah tindakan yang melakukan tindakan membuat penilaian, misalnya: *pronounce (guilty), estimate, judge, rule that, etc.*
- b. *Exercitives* adalah tindakan memberikan keputusan untuk menentang suatu tindakan, misal: *appoint, dismiss, order, sentence, vote, warn, etc.*
- c. *Commissives* adalah tindakan yang membuat pembicara melakukan sesuatu, misal: *contract, give one’s word, plan, agree, promise, etc.*
- d. *Behabitives* adalah ekspresi yang terkait dengan perilaku sosial, misal: *apologize, thank, congratulate, welcome, etc.*

- e. *Expositives* adalah tindakan yang menguraikan atau memaparkan pandangan, melakukan argumen, dan mengklarifikasi, misal: *deny, inform, assume, refer, affirm, state, etc.*

Tindak tutur Austin telah diperluas dalam Searle (1975) (Sirikhan, 2010). Searle sependapat dengan Austin bahwa tindak tutur ilokusi merupakan bagian yang penting dalam teori tindak tutur (Sirikhan, 2010). Searle (1975) mengelompokkan tindak tutur ilokusi menjadi 5 tipe utama (Harahap, 2018; Sirikhan, 2010):

- a. *Representatives*: tindak tutur yang dilakukan untuk mengikat penuturnya kepada kebenaran atas apa yang dikatakannya, seperti mengatakan, dan melaporkan, contoh: “*Check-out time is at noon.*” (Resepsionis menginformasikan tamu hotel).
- b. *Directives*: tindak tutur yang dilakukan dengan maksud agar lawan tutur melakukan tindakan yang disebutkan dalam tuturan itu seperti memerintah, meminta, menginstruksikan, menyarankan dan menasihati, contoh: “*You can leave your luggage with the bell captain and collect it later*” (front cashier menyarankan ke tamu check-out).
- c. *Commissives*: tindak tutur yang dilakukan untuk mengikat penuturnya melakukan tindakan di masa depan, seperti menjanjikan, menawarkan, dan bersumpah, contoh: “*I will check with the housekeeping and call you immediately*” (Manajer Front Office berjanji kepada tamu hotel).
- d. *Expressives*: tindak tutur yang dilakukan dengan maksud agar tuturannya diartikan sebagai ekspresi sikap atau perilaku, seperti berterima kasih, meminta maaf, turut berduka cita, mengucapkan selamat, contoh: “*I’m so sorry to hear that*” (Resepsionis menghibur tamu hotel).
- e. *Declaratives*: Tindak tutur yang dilakukan dengan maksud untuk menciptakan hal (status, keadaan, dan sebagainya) yang baru, pernyataan yang mewujudkan realitas, seperti memutuskan,

membatalkan, mengizinkan, memberi maaf, melarang, contoh: memecat seorang karyawan.

Demikian, tindak tutur mencoba menjelaskan bagaimana penutur menggunakan bahasa untuk memenuhi tindakan dan bagaimana pendengar menyimpulkan makna atau arti yang dimaksudkan dari apa yang dikatakan penutur. Mengenai studi penelitian ini, konteks *front office*, tindak tutur digunakan untuk mempelajari bagaimana mahasiswa jurusan hotel bisnis mengerti ucapan tamu hotel dan bagaimana mereka menggunakan Bahasa Inggris untuk memenuhi kebutuhan tamu hotel dalam situasi yang mungkin dapat terjadi di operasional *front office* hotel.

### 2.1.2.2 Kesopanan

Kesopanan pastinya merupakan salah satu bagian yang penting dalam komunikasi. Kesopanan menjadi sangat penting dan studi yang populer dalam pragmatik (Wardoyo, 2017). Kesopanan dapat dianggap sebagai salah satu kunci yang menentukan kegagalan atau keberhasilan suatu komunikasi (Farnia & Yardani, 2018). Faktanya, meskipun kadang-kadang diabaikan, tanpa adanya kesopanan dapat menyebabkan miskomunikasi (Kumar, 2014).

Untuk mengukur kesopanan dalam tuturan, prinsip kesopanan yang digunakan adalah prinsip yang dikemukakan oleh Leech (1983). Leech menyamakan kesopanan dalam skala *cost vs benefit*, *praise vs dispraise*, *agreement vs disagreement*, *sympathy vs antipathy*. Prinsip kesopanan Leech (1983) (dalam Sari, 2014; Harahap, 2018):

1. Maksim Kebijaksanaan (*Tact Maxim*): Buat kerugian orang lain sekecil mungkin, dan keuntungan orang lain sebesar mungkin “*Minimize hearer cost; Maximize hearer benefit.*”
2. Maksim Kedermawanan (*Generosity Maxim*): Buat keuntungan diri sekecil mungkin, dan kerugian diri sebesar mungkin “*Minimize your own benefit; Maximize your hearer’s benefit.*”
3. Maksim Kesederhanaan (*Modesty Maxim*): Puji diri sendiri sedikit mungkin, dan kecam diri sendiri sebanyak mungkin “*Minimize hearer dispraise; Maximize hearer praise.*”

4. Maksim Penghargaan / Pujian (*Approbation Maxim*): Kecam orang lain sedikit mungkin, dan puji orang lain sebanyak mungkin  
 “*Minimize self-praise; Maximize self-dispraise.*”
5. Maksim Pemufakatan (*Agreement Maxim*): Usahakan agar ketaksepakatan antara diri sendiri dan yang lain terjadi sesedikit mungkin, dan kesepakatan antara diri sendiri dengan yang lain terjadi sebanyak mungkin  
 “*Minimize disagreement between self and others; Maximize agreement between self and others.*”
6. Maksim Kesimpatisan (*Sympathy Maxim*): Kurangi rasa antipasti antara diri dengan yang lain hingga sekecil mungkin, dan tingkatkan rasa simpati antara diri dengan yang lain sebanyak mungkin  
 “*Minimize antipathy between self and others; Maximize sympathy between self and others.*”

Contohnya, mengklasifikasikan imperatif menurut skala *cost vs benefit*, Leech (1983) mengklaim bahwa imperatif lebih sopan ketika memberikan banyak manfaat atau keuntungan kepada pendengar dan kurang sopan ketika membuat kerugian pada pendengar (Sirikhan, 2010). Berikut adalah contoh dari Sirikhan (2010), “*Bring me the manager*” terdengar tidak sopan karena membuat kerugian pada pendengar, sedangkan “*Have a welcome drink in the lobby*” terdengar sopan karena memberikan keuntungan kepada pendengar.

Tentunya untuk berbahasa yang baik, kita harus mematuhi kaidah bahasa yang sudah ada supaya tuturan yang ingin kita sampaikan dapat menghasilkan bahasa yang sopan dan tidak terjadi kesalahpahaman. Dari maksim yang telah disebutkan di atas, yang lebih cocok dengan konteks operasional pelayanan perhotelan adalah Maksim Kebijakan (*Tact Maxim*), karena operasional hotel melibatkan langsung karyawan hotel dengan tamu hotel, dan itu berarti bahwa pasti ada interaksi pada kedua pihak tersebut. Leech (1977) mengusulkan tiga kriteria untuk ‘*Tact Maxim*’ yang lebih dibutuhkan dalam situasi tertentu, seperti ketika pendengar memiliki *power* yang lebih tinggi daripada pembicara, pendengar memiliki *social distance* dari pembicara, dan keuntungan X bagi pendengar (Sirikhan, 2010). Demikian, ‘*Tact Maxim*’ sangat cocok untuk diterapkan dalam komunikasi antara staf dan tamu hotel.

Kaidah linguistik pada tindak tutur dan strategi kesopanan dalam komunikasi antara tamu dan staf hotel dijabarkan menjadi (Sirikhan, 2010), pertama menggunakan *modal verbs* yang sesuai dengan aturan sosiolinguistik pada bahasa yang penting bagi industri jasa, misalnya *would, could*. Kedua adalah *address form* and tanda kesopanan. Menyapa orang dengan gelar, nama belakang, nama depan, atau nama panggilan, tergantung dari *variable social distance, relative power, dan rank of imposition*.

Dalam perhotelan, tamu dianggap sebagai raja atau seseorang yang harus kita hormati, tentunya staf hotel harus menyapa menggunakan *Sir or Madam*, mereka juga bisa menambahkan nama belakang tamu, contohnya Mr. Hemsworth.

### **2.1.3 Ekspresi Meminta Maaf**

Mengungkapkan permintaan maaf kepada orang lain sangatlah penting. Dengan mengungkapkan permintaan maaf, berarti kita menunjukkan bahwa kita peduli dengan perasaan orang lain, bertanggung jawab atas tindakan kita, memulihkan hubungan, membuat kondisi damai, menunjukkan kita memiliki integritas yang baik, dan menunjukkan rasa hormat kepada orang lain (Engel, 2001:29; dalam Wardoyo, 2017).

Permintaan maaf menurut Fraser dalam Davies (2007) diklasifikasikan sebagai permintaan maaf langsung dan tidak langsung, formal dan informal (Wardoyo, 2017). Permintaan maaf langsung, contohnya “saya minta maaf”, dan permintaan maaf tidak langsung adalah permintaan maaf yang disertai dengan solusi, janji, perbaikan, atau penjelasan (Wardoyo, 2017). Strategi Fraser dikembangkan oleh Olstain & Cohain (1986), dan mengusulkan lima strategi dalam mengekspresikan permintaan maaf, yaitu ekspresi langsung minta maaf, penjelasan, pengakuan tanggung jawab, perbaikan tawaran, dan janji kesabaran (Wardoyo, 2017).

Permintaan maaf langsung menggunakan sebuah ungkapan yang mengandung kata kerja performatif yang relevan seperti *forgive, apologize, excuse, dan be sorry* (Wardoyo, 2017). Kedua adalah penjelasan, penjelasan menunjukkan alasan atau pembenaran untuk melakukan pelanggaran, yang dimana harapan dari penjelasan ini dimaksudkan untuk memperbaiki keadaan (Wardoyo, 2017).

Misalnya, Seseorang terlambat datang ke resepsionis hotel untuk *check-in*, kemudian dia langsung menyampaikan sebuah penjelasan: “*There was a traffic jam*”. Alasan tersebut dapat diterima sebagai permintaan maaf karena konteksnya didukung oleh kondisi tersebut, Penutur mencoba menjelaskan bahwa ia datang terlambat untuk *check-in*, Ia sudah berusaha untuk datang tepat waktu, akan tetapi kondisi di jalanan tidak mendukung. Ketiga, pengakuan tanggung jawab. Contohnya seorang staf hotel yang berada di resepsionis lupa mengabari bagian *housekeeping* untuk membawa handuk ke kamar tamu, kemudian dia ditelepon lagi oleh tamu tersebut, dan ungkapan permintaan maaf staf tersebut terdapat: “*It’s my fault*”. Ini menunjukkan bahwa staf hotel melakukan suatu kesalahan dan dia bertanggung jawab akan itu. Keempat, menawarkan perbaikan, saat seseorang gagal memenuhi komitmen seperti yang sudah dijanjikan, kompensasi dalam bentuk perbaikan dapat ditawarkan sebagai bentuk permintaan maaf (Wardoyo, 2017). Misalnya, masih dengan contoh yang sama seperti yang ketiga, staf hotel mengatakan: “*The housekeeping will bring it to you now Sir*”, hal ini menunjukkan sebagai kompensasi untuk memperbaiki kesalahan yang dia buat. Yang terakhir adalah janji kesabaran, dimana strategi ini meminta maaf dengan harapan tidak akan mengulangi kesalahan atau pelanggaran yang sama, ini seperti janji (Wardoyo, 2017). Misalnya, seorang staf lupa memakai *name tag*, kemudian dia ditegur oleh *supervisor* dan staf tersebut mengungkapkan: “*I will not forget to wear it again*”, staf hotel sadar bahwa dia telah melakukan kesalahan, dan dia berjanji untuk tidak melakukan kesalahan yang sama lagi.

Contoh-contoh sebelumnya membuktikan bahwa kesalahan adalah hal yang wajar dan seringkali terjadi pada manusia, begitu juga di dunia perhotelan. Namun, dalam perhotelan seluruh karyawan hotel diharapkan untuk dapat meminimalisir melakukan kesalahan, salah satunya kepada tamu. Karena tentunya dalam jasa perhotelan, karyawan hotel diharapkan untuk dapat memberikan pengalaman yang terbaik dan tidak terlupakan bagi tamu. Hasil dari penelitian Suprpto & Hashym (2010) menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain kompensasi, kecepatan pemulihan, dan permintaan maaf. Permintaan maaf memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan layanan pelanggan (Suprpto & Hashym, 2010).

#### 2.1.4 Kemampuan Pragmatik Dalam Meminta Maaf

Kemampuan pragmatik dalam meminta maaf, berarti bagaimana seseorang dapat memahami dan merespon dengan baik dan benar atas komplain atau keluhan dari lawan bicara tersebut. Misalnya, terdapat situasi dimana seorang tamu telah melakukan *request airport pick-up*, akan tetapi pada hari kedatangan dia, *airport pick-up* yang telah di konfirmasi sama pihak hotel tidak muncul-muncul juga. Tamu tersebut sudah menunggu hampir satu jam di bandara, dan pada akhirnya dia memutuskan untuk naik taxi ke hotel yang sudah dia pesan. Setibanya di hotel, tamu langsung menuju ke meja resepsionis untuk *check-in*, dan ketika proses *check-in* berlangsung, tamu tersebut berkata: *“I expected a lot from your hotel after reading the review. But on the day of my arrival, you already ruined my mood, and the taxi was very expensive.”* Ucapan tamu tersebut bukan semata-mata hanya bermaksud untuk menginformasikan bahwa resepsionis tersebut telah mengacaukan *mood* dia, dan harga taxi yang dia naik dari bandara ke hotel sangat mahal. Namun, disini terdapat kode tersembunyi, dimana tamu tersebut ingin mengetahui kenapa permintaan *airport pick-up* dia tidak muncul ketika dia sampai di bandara tadi. Sehingga, jika kita mengetahui maksud dari ucapan tamu tersebut, dengan begitu kita bisa merespon dengan baik dan benar. Salah satu cara merespon dengan baik dan benar adalah menggunakan strategi meminta maaf yang diadaptasi dari Olstain & Cohain (1986), jikalau misal salah satu komponen, seperti komponen ekspresi meminta maaf tidak digunakan, otomatis tamu akan merasa tidak dihargai. Demikian, respon yang baik dan benar untuk ucapan tamu tersebut adalah, *“We’re terribly sorry for the inconvenient mam. We just informed by the driver that there is no information about airport pick-up for today. We admit that this is our fault because we are not make sure for the second time regarding whether information about airport pick-up has been conveyed to the driver or not yet. For our apologies, we want to give you a free dinner voucher for two people at our restaurant. Also we will make sure it won’t happen to you again in the future mam.”*

### **2.1.5 Frontliner Hotel**

*Frontliner* merupakan wajah dari sebuah perusahaan (Jusmaya & Siahaan, 2019: 28). Arti 'wajah' disini adalah baik buruknya perusahaan atau cerminan dari suatu perusahaan yang diukur dari komunikasi dan pelayanan yang dilakukan oleh frontliner (Jusmaya & Siahaan, 2019: 28). Ini mengartikan bahwa *frontliner* mempunyai peranan yang sangat penting dalam suatu perusahaan, salah satunya dalam industri hotel. Staf *frontliner* hotel harus mampu memiliki interaksi yang baik dengan pelanggan dan juga mampu untuk bertanggung jawab untuk menangani permintaan dan keluhan pelanggan (Karatepe, 2013: 908; dalam Azifahtunnasifah, 2017: 15-16). Sebagai perwakilan atau wajah dari perusahaan mereka, mereka diharapkan untuk bisa ramah, hangat, dan juga mempertahankan standar layanan professional yang tinggi untuk semua pelanggan (Choo, 2017).

Dalam industri hotel, staf garis depan atau yang kita kenal dengan *frontline* terdiri atas karyawan *Front Office*, *Food & Beverage Service*, dan *Housekeeping* (Jatmiko, 2016). *Front office* memiliki fungsi penting dalam penyelenggaraan penjualan jasa hotel, yaitu reservasi, *check-in*, *check-out*, mengkoordinir pelayanan tamu, menangani dan menyelesaikan pembayaran tamu, menangani barang bawaan tamu, menangani telepon, fax-mail, e-mail, dan melayani, menampung, menyelesaikan keluhan tamu. (Bagyono, 2011:21-22; dalam Amelia, 2018). *Housekeeping* bagian dari hotel yang mempunyai tanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan, menata dan mengatur peralatan, memperbaiki kerusakan dan dekorasi agar hotel tersebut tampak rapi, menarik, dan menyenangkan bagi penghuninya (Martin&Thomas, 1992; dalam Surodjo & Wiyono, 2017). *Food and Beverag Service* merupakan bagian yang bertugas dan bertanggung jawab untuk mempertahankan pelayanan makanan dan minuman yang berkualitas tinggi bagi para tamu, penetapan biaya makanan, mengelola restoran, dan bar (Praptono, Artini, & Suarnajaya, 2020).

### **2.1.6 Pelayanan Prima**

Pelayanan prima merupakan kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan serta mewujudkan kepuasan pelanggan, agar mereka selalu *loyal*

terhadap organisasi (Barata, 2003; dalam Srikandi & Setiawati, 2017). Sedangkan menurut Maddy (2009) pelayanan prima merupakan suatu pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan (Srikandi & Setiawati, 2017). Tjiptono (2004) menyatakan bahwa pelayanan prima terdiri dari 4 unsur pokok, yaitu keramahan, kenyamanan, ketepatan, dan kecepatan (Batlajery & Alfons, 2019). Sedangkan menurut Daryanto & Ismanto (2014) pelayanan prima terdiri dari 4 unsur pokok, yaitu perhatian (*attention*), antisipasi (*anticipation*), tindakan (*action*), dan sikap (*attitude*) (Nugraha, 2018). Tujuan dari pelayanan prima menurut Daryanto & Ismanto (2014) adalah memenuhi dan memuaskan pelanggan dengan memberikan fokus pelayanan terhadap pelanggan (Nugraha, 2019). Pelayanan prima juga merupakan suatu kunci keberhasilan dari suatu perusahaan (Putri, 2018). Sehingga dapat diartikan bahwa pelayanan prima merupakan suatu hal yang sangat penting di dalam sebuah perusahaan, salah satunya dalam bidang perhotelan.

### **2.1.7 Discourse Completion Test (DCT)**

DCT merupakan salah satu instrumen pengumpulan data yang akan digunakan untuk studi penelitian ini. DCT atau yang dikenal juga dengan '*production questionnaire*' disebut sangat berharga untuk penelitian fitur pragmatik dan salah satunya instrumen pengumpulan data yang menyediakan sampel cukup besar dari data yang sebanding dan sistematis (Ogiermann, 2018). DCT mungkin yang paling banyak digunakan untuk pengumpulan data dalam pragmatik lintas budaya, penelitian yang membandingkan berbagai tindak tutur lintas bahasa, dan dalam pragmatik antarbahasa yang meneliti kompetensi pragmatik peserta didik (Ogiermann, 2018).

Studi penelitian ini akan menggunakan DCT tertulis. DCT tertulis diadaptasi oleh Blum-Kulka (1982) pertama kali untuk mempelajari pola realisasi tindak tutur (Labben, 2016). DCT tertulis adalah kuesioner tertulis yang terdiri dari penjelasan situasi singkat, kemudian responden diminta untuk membaca setiap situasi dan memberikan respon atau tanggapan yang menurut mereka sesuai untuk situasi tersebut. DCT dapat bersifat terbuka atau terstruktur dengan jawaban dalam bentuk balasan lawan bicara (Cohen, 1996; dalam Labben, 2016).

### 2.1.8 Magang

Magang merupakan program yang sangat baik untuk mengasah keterampilan yang dipelajari, minat dan juga merencanakan pilihan karir di lingkungan kerja nyata dan mendapatkan keunggulan dalam persaingan pasar kerja (Neuman, 1999; dalam Abdullah et al, 2015). Magang dipandang berbeda-beda oleh banyak orang. Beberapa mungkin melihat magang sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi di universitas mereka, namun ada juga beberapa yang melihat magang sebagai kesempatan dan mendapat pengalaman baru. Yang lain melihat magang sebagai kesempatan untuk *network*, belajar di lapangan baru, dan untuk mendapatkan pengalaman kerja (Seymore & Hingham, 1997; dalam Abdullah et al, 2015).

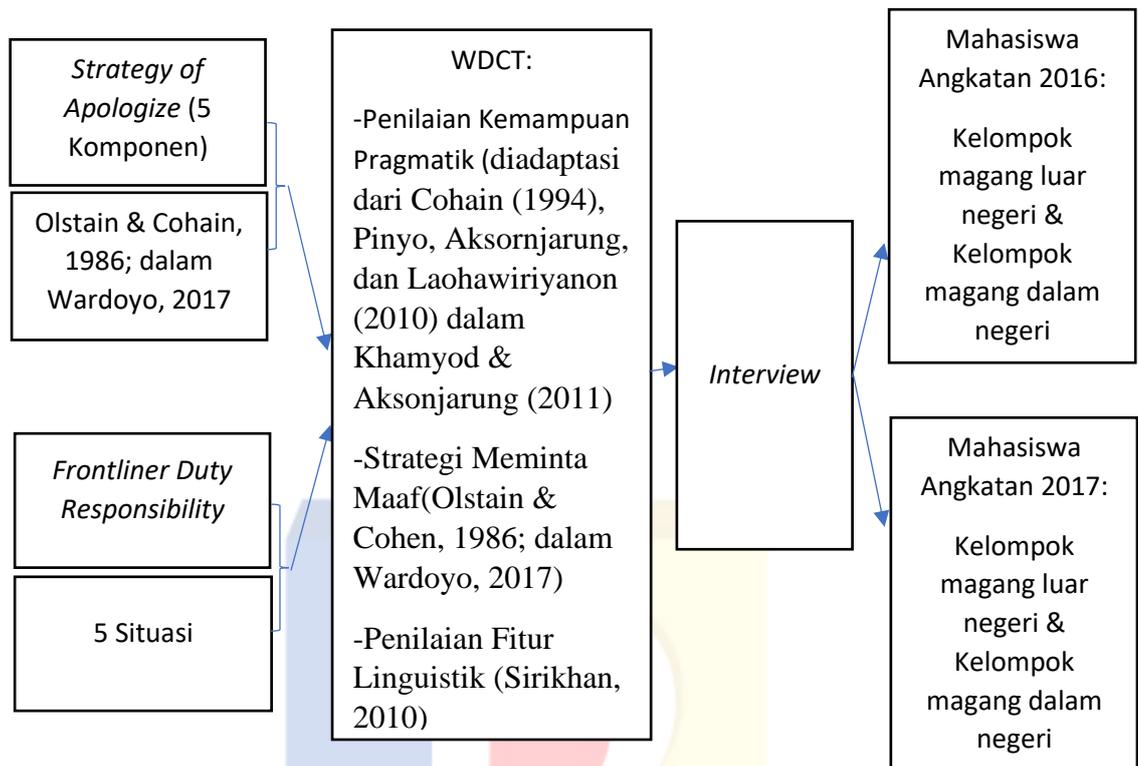
Bagi mahasiswa, magang menyediakan kesempatan untuk mengintegrasikan dan mengkonsolidasikan pemikiran dan tindakan (Abdullah et al, 2015). Mereka merasa magang lebih berharga daripada pengajaran kasus, dimana pelatihan formal harus pada awal magang dan disertai dengan pengawasan (Abdullah et al, 2015). Mahasiswa yang tidak mempunyai pengalaman magang sadar bahwa mereka memiliki kelemahan jika dibandingkan dengan mereka yang mempunyai pengalaman magang (Abdullah et al, 2015).

Sifat dari hospitality menuntut jam kerja yang panjang, komitmen yang tinggi dan daya tahan dapat menyebabkan kelelahan bahkan individu yang paling termotivasi sekalipun (Pavesic & Brymer, 1990; dalam Abdullah et al, 2015). Hal tersebut dapat menyebabkan pemagang tidak dapat memenuhi harapan atasan. Menurut Huyton (1991), karena terbebani oleh beban kerja yang berat dan kurangnya pengalaman dalam menangani pekerjaan mereka, pemagang cukup lemah dalam pemecahan masalah (dalam Abdullah et al, 2015). Kondisi lain yang meningkatkan kondisi ini adalah ketika siswa gagal membangun hubungan yang baik atau gagal berkomunikasi dengan rekan kerja (McMahon & Quinn, 1995; dalam Abdullah et al, 2015). Program magang yang gagal dalam memenuhi harapan mahasiswa dapat mencegah mereka dalam bekerja di bidang sektor pariwisata dan perhotelan setelah lulus (Waryszak, 1999; dalam Abdullah et al, 2015). Namun program magang yang baik akan mempertahankan banyak mahasiswa, memperkuat semangat mereka, dan mengurangi kecemasan mereka tentang masa depan (Ju,

Emenheisher, Clayton, & Reynolds, 1998; dalam Abdullah et al, 2015)). Demikian, kepuasan magang dapat mempengaruhi kepercayaan diri dalam pengembangan karir mereka di masa depan, dengan begitu tentunya sebagian dari mereka mengandalkan magang sebagai jalan untuk karir masa depan mereka.

Magang bisa berlokasi dimana saja, baik itu dalam negeri maupun luar negeri. Untuk masalah bahasa, magang di luar negeri tentunya menuntut kita untuk dapat berkomunikasi dalam bahasa inggris. Bahasa inggris adalah bahasa global yang mempunyai peran penting dalam komunikasi dan interaksi global seiring dengan kemajuan dan persaingan globalisasi, dan juga merupakan salah satu kunci utama keberhasilan seseorang dalam mencapai karir masa depan (Handayani, 2016). Bagi pelaku bisnis perhotelan di masa depan, kemampuan berbahasa inggris sangatlah penting (Prima, 2019). Bahasa Inggris merupakan bahasa yang paling sering digunakan dalam industri perhotelan di seluruh dunia (Garrido & Ibbora, 2006; Blue & Harun, 2003). Maka dari itu, magang di dalam negeri pun harus mempunyai keterampilan dan menguasai bahasa inggris. Bahasa Inggris ditetapkan sebagai standar minimum kemampuan bahasa asing karyawan hotel oleh Kementerian Pariwisata Pemerintah Indonesia (2003) (dalam Prima, 2019).

## 2.2 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir