LAKUAN BAHASA DALAM PERKHIDMATAN PELANCONGAN DI TASIK TOBA

(An Analysis of Speech Acts in Tourism Services at Toba Lake)

Taulia[1]
taulia@unhar.ac.id

Mhd. Pujiono[2]
mhd.pujiono@usu.ac.id

Abdul Gapur[3]
abdulgapur@unhar.ac.id

Fakultas Bahasa dan Komunikasi, Universitas Harapan Medan, Medan, 20152 Indonesia.[1&3]

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara, Medan, 20155, Indonesia.[2]

Pengarang koresponden (Coressponding author):[3]

Rujukan makalah ini (To cite this article): Taulia, Mhd. Pujino, & Abdul Gapur. (2025). Lakuan bahasa dalam perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba. *Jurnal Bahasa*, *25*(2), 371–400. https://doi.org/10.37052/jb25(2)no7

Makalah ini telah melalui proses penilaian sulit berganda
(This article has undergone a double-blind peer review process)

Peroleh: *Received*:	18/7/2025	Semakan: *Revised*	10/11/2025	Terima: *Accepted*:	26/11//2025	Terbit dalam talian: *Published online*:	28/11/2025

Abstrak

Kerajaan Indonesia menetapkan Tasik Toba sebagai satu daripada destinasi pelancongan kebangsaan dengan status super prioriti, iaitu kawasan yang mendapat perhatian khusus dalam program pembangunan pelancongan. Seiring dengan kedudukan ini, peningkatan mutu perkhidmatan pelancongan menjadi aspek penting, termasuklah dalam penggunaan lakuan bahasa oleh penyedia perkhidmatan. Kajian ini dilakukan untuk menganalisis lakuan bahasa

© Dewan Bahasa dan Pustaka. 2025. This work is licensed under the term of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)
e-ISSN: 2462-1889

dalam laras bahasa perkhidmatan pelancongan di kawasan Tasik Toba dengan menggunakan teori lakuan bahasa yang dikemukakan oleh Searle (1969). Data kajian diperoleh daripada interaksi komunikasi dalam tiga sektor perkhidmatan pelancongan, iaitu penginapan, penjualan cenderamata dan restoran. Dapatan kajian menunjukkan bahawa sektor penginapan memperlihatkan tiga kategori lakuan bahasa, iaitu lakuan direktif, lakuan asertif dan lakuan ekspresif, dengan empat fungsi lakuan bahasa. Sektor penjualan cenderamata pula memperlihatkan empat kategori lakuan bahasa, iaitu lakuan direktif, asertif, ekspresif dan komisif, dengan enam fungsi lakuan bahasa. Sektor restoran turut memperlihatkan empat kategori lakuan bahasa yang sama, namun dengan lapan fungsi lakuan bahasa. Semua fungsi ini penting untuk memperkukuh keberkesanan penyampaian perkhidmatan dan meningkatkan pengalaman pelancong di Tasik Toba.

Kata kunci: Lakuan bahasa, laras bahasa, pragmatik, perkhidmatan pelancongan, Tasik Toba, komunikasi pelancongan

Abstract

The Indonesian government designates Toba Lake as one of the national tourism destinations with super priority status, referring to areas that receive focused attention in tourism development programmes. In line with this status, improving the quality of tourism services is a crucial aspect, including the use of speech acts by service providers. This study aims to analyse speech acts within the language register of tourism services in the Toba Lake area by applying Searle's (1969) speech act theory. The study data were obtained from communicative interactions across three tourism service sectors: accommodation, souvenir sales, and restaurants. The findings indicate that the accommodation sector features three categories of speech acts-directive, assertive, and expressive-with four functions of speech acts identified. The souvenir retail sector exhibits four categories of speech acts, namely directive, assertive, expressive, and commissive with six functions identified. The restaurant sector also displays the same four categories of speech acts, although eight functions were identified. All these functions are essential for enhancing the effectiveness of service delivery and improving tourists' experiences in Toba Lake.

Keywords: Speech acts, language register, pragmatics, tourism services, Toba Lake, tourism communication.

PENDAHULUAN

Tasik Toba ialah satu daripada Destinasi Pelancongan Super Prioriti (DPSP) pada peringkat kebangsaan yang menjadi tumpuan utama dalam usaha untuk meningkatkan pembangunan perkhidmatan pelancongan di Indonesia (Darmawan Rahmat et al., 2018; Sarmoko et al., 2023; Setpres, 2019; Tarigan Nirwaty et al., 2021). Kawasan ini memiliki potensi pelancongan yang luar biasa dengan keindahan alam yang memukau, kekayaan budaya yang unik dan pelbagai daya tarikan pelancongan yang menarik. Sebagai destinasi pelancongan yang penting, Tasik Toba memberikan pengalaman yang tidak dapat dilupakan kepada pengunjungnya.

Satu daripada aspek penting dalam perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba ialah bahasa dan lakuan bahasa yang digunakan untuk berinteraksi antara pelancong dengan masyarakat tempatan. Majoriti penduduk di kawasan ini ialah masyarakat Batak Toba yang mempunyai ciri intonasi dan gaya percakapan yang kuat (Mogot et al., 2018; Nugroho Adi Bagus et al., 2012; Pujiono Mhd, 2022; Pujiono & Nelvita, 2017). Selain itu, falsafah *sahala harajaon* (kewibawaan atau karisma kepemimpinan) yang mendasari sikap perkhidmatan masyarakat setempat turut mempengaruhi cara berinteraksi penduduk terhadap pelancong (Pujiono Mhd et al., 2018). Akibatnya, terdapat potensi halangan komunikasi antara pelancong dengan penduduk tempatan yang dapat mempengaruhi pengalaman pelancong ketika berada di kawasan ini.

Dalam konteks ini, pemahaman terhadap aspek linguistik dan laras bahasa, khususnya dalam kajian pragmatik mengenai lakuan bahasa dalam perkhidmatan pelancongan, menjadi sangat penting. Pragmatik meneliti cara konteks, tujuan dan situasi sosial mempengaruhi penggunaan bahasa dalam kehidupan seharian (Márquez Reiter et al., 2023; Rasa Maria Puspita et al., 2019; Rijal Andy Samsu, 2022; Taulia & Nasution Laraiba, 2021). Dengan memahami jenis lakuan bahasa yang digunakan oleh masyarakat tempatan dalam interaksi pelancongan, pihak berkepentingan dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih berkesan, misalnya melalui latihan komunikasi berasaskan budaya tempatan, modul kesantunan bahasa atau panduan interaksi layanan. Langkah ini dapat membantu meningkatkan kualiti komunikasi, menambah baik penyampaian maklumat dan mengurangkan potensi salah faham antara penyedia perkhidmatan dengan pelancong.

Beberapa kajian terdahulu menunjukkan bahawa lakuan bahasa dalam perkhidmatan pelancongan berperanan penting dalam pembentukan pengalaman pelancong. Di Sepanyol, López dan Amaya (2019)

menunjukkan bahawa persepsi kesantunan pelanggan jauh lebih kompleks daripada sekadar norma linguistik tradisional kerana strategi komunikasi yang dianggap sopan oleh pelancong tidak selalu selaras dengan gaya komunikasi tempatan, seterusnya memberikan implikasi langsung terhadap kepuasan pelanggan. Kajian dalam konteks antarabangsa turut menegaskan bahawa variasi budaya memainkan peranan penting. Dalam hal ini, Usmani Saima dan Almashham Amal (2024) menemukan perbezaan yang signifikan dalam frekuensi, bentuk dan tafsiran lakuan bahasa antara budaya yang dibentuk oleh norma, nilai dan gaya komunikasi masyarakat, manakala Hussan (2024) yang membandingkan perbezaan gaya komunikasi antara Amerika dengan British, memfokuskan cara faktor budaya melahirkan pola ekspresi lakuan bahasa yang berbeza-beza daripada retorik emosional hingga pragmatisme tegas.

Dalam konteks Tasik Toba sendiri, Harianja Eka Debora et al. (2021) mengkaji pengaruh budaya Batak Toba 3H (Hamoraon, Hagabeon, Hasangapon) terhadap pembangunan pelancongan dan mendapati bahawa sikap masyarakat tempatan menjadi penghalang kepuasan pelancong. Saragih Elza Leyli Lisnora et al. (2023) pula menunjukkan bahawa pekerja pelancongan di kawasan ini menerapkan strategi kesantunan berbahasa yang berbeza-beza terhadap pelancong tempatan dan pelancong asing, misalnya menggunakan humor dan optimisme untuk pelancong tempatan, tetapi tidak untuk pelancong asing. Secara keseluruhannya, menerusi kajian ini, dibuktikan bahawa analisis lakuan bahasa dalam konteks pelancongan bukan sahaja relevan, tetapi juga memiliki implikasi praktikal yang luas untuk menambah baik kualiti komunikasi, meningkatkan kepuasan pelancong dan mengurangkan salah faham lintas budaya, meskipun kajian yang menyoroti bentuk dan fungsi lakuan bahasa dalam perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba secara khusus masih terhad sehingga mencetuskan keperluan kajian ini.

Kajian mengenai lakuan bahasa dalam laras bahasa perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba diharapkan dapat memberikan sumbangan yang signifikan terhadap pembangunan sektor pelancongan di kawasan ini. Dengan memahami lakuan bahasa yang berkesan, masyarakat tempatan dapat memberikan perkhidmatan yang lebih baik kepada pelancong, meningkatkan interaksi positif dan mencipta pengalaman pelancongan yang lebih memuaskan. Selain itu, pemahaman ini juga dapat membantu menambah baik imej dan daya tarikan Tasik Toba sebagai destinasi pelancongan utama di Indonesia, seterusnya memberikan kesan

positif terhadap pertumbuhan sektor pelancongan, peningkatan jumlah kunjungan pelancong dan pengukuhan ekonomi tempatan.

Dapatan kajian ini dilakukan untuk mengisi jurang tersebut dengan menganalisis lakuan bahasa yang digunakan dalam perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba. Kajian ini menggunakan teori lakuan bahasa oleh Searle (1969).

Selain itu, dapatan kajian ini sangat relevans bagi pembangunan sektor pelancongan Tasik Toba. Dengan mengenal pasti lakuan bahasa yang berkesan dalam perkhidmatan pelancongan, pengkaji dapat memberikan cadangan praktikal kepada pihak berkepentingan untuk meningkatkan kualiti perkhidmatan dan kepuasan pengunjung. Hal ini pastinya memberikan kesan positif terhadap perkembangan pelancongan secara keseluruhan di Tasik Toba.

Dengan berdasarkan latar belakang tersebut, objektif kajian ini adalah untuk menganalisis bentuk lakuan bahasa dan menjelaskan fungsi lakuan bahasa yang digunakan oleh penyedia perkhidmatan pelancongan di kawasan Tasik Toba dengan menggunakan teori lakuan bahasa Searle (1969).

Laras Bahasa Perkhidmatan Pelancongan

Laras bahasa merujuk variasi bahasa yang digunakan dalam situasi atau konteks tertentu yang dicirikan oleh pemilihan kosa kata, gaya dan struktur tatabahasa yang tertentu (Bowerman, 2006; Fahnestock, 2011). Dalam konteks perkhidmatan pelancongan, laras bahasa ini berfungsi sebagai alat utama untuk mewujudkan komunikasi yang berkesan, membina hubungan dan memastikan kepuasan pelanggan (Downing, 2020; Geyer et al., 2024; Purnomo Budi, 2011; Rijal Andy Samsu, 2022).

Menerusi kajian lepas, beberapa ciri utama laras bahasa perkhidmatan pelancongan yang menjadi fokus analisis dalam kajian ini dapat difahami, iaitu:

1. Bersifat Mesra dan Membina Hubungan

   Penggunaan kata sapaan, panggilan hormat dan humor dapat mewujudkan suasana yang selesa, seperti "Selamat datang, Boleh saya bantu?". Dalam hal ini, Roswati Abdul Rashid et al. (2017) menunjukkan kepentingan penggunaan bentuk kata sapaan dan panggilan hormat yang sesuai dalam interaksi dengan pelancong Jepun, manakala Andriyani Anak Agung et al. (2019) pula menunjukkan kepentingan untuk mengelakkan ujaran yang dapat mengancam maruah dalam komunikasi dengan pelancong antarabangsa.

2. Bersifat Informatif dan Jelas

   Penyampaian maklumat tentang produk, perkhidmatan atau budaya setempat perlu dilakukan dengan cara yang mudah difahami dan menggunakan kosa kata khusus industri secara kerap. Dalam hal ini, Kelmendi dan Hysenaj (2024) menekankan kepentingan penguasaan kosa kata khusus industri bagi memastikan penyampaian maklumat yang berkesan kepada pelancong.

3. Bersifat Mempengaruhi

   Bahasa yang digunakan perlu mempengaruhi keputusan pembelian atau pengalaman pelancong. Dalam aspek ini, Xu Xiaowei et al. (2025) menunjukkan cara gaya interaksi bahasa robot perkhidmatan dapat mempengaruhi tingkah laku pro-alam sekitar pelancong, manakala Dat dan Nguyen (2023) mengkaji cara aspek kesantunan dalam komunikasi mempengaruhi niat aduan pelancong.

4. Bersifat Melayan

   Fokus perlu diberikan terhadap keperluan dan kemudahan pelanggan yang terserlah dalam struktur ujaran. Dalam aspek ini, Rueda (2018) mendapati bahawa strategi pelembutan linguistik dapat mengekalkan hubungan baik dengan pelanggan dan mencerminkan sifat melayan dalam komunikasi perkhidmatan.

KAJIAN LEPAS

Kajian lepas memberikan landasan yang kukuh dalam penelitian lakuan bahasa dan komunikasi pelancongan dari pelbagai perspektif antarabangsa. Potočnik Topler (2018), dan Al Izyra Ikhsan dan Sartini Ni Wayan (2023) menyoroti kepentingan naratif dan strategi linguistik dalam pemasaran pelancongan. Dalam konteks perkhidmatan pelancongan yang lebih luas, Liat et al. (2020) menekankan bahawa inovasi perkhidmatan berperanan penting dalam pembentukan imej destinasi pelancongan di Malaysia, seterusnya mempengaruhi kepuasan pelancong.

Kajian pada peringkat antarabangsa turut menunjukkan kekompleksan komunikasi silang budaya dalam konteks pelancongan. Andriyani Anak Agung et al. (2019) mengkaji ancaman muka yang tidak disengajakan oleh pekerja pelancongan terhadap pelancong Jepun di Bali. Pengkaji ini menunjukkan bahawa konvensi linguistik tempatan yang betul mungkin tidak sesuai dengan harapan kesantunan budaya pelancong. Dapatan ini disokong oleh An Gang dan Lin Tan (2024) yang meneliti

cabaran sosiolinguistik yang dialami oleh pelancong China di destinasi antarabangsa, dengan penekanan terhadap peranan kompetensi sosiolinguistik dalam pengurangan keresahan komunikasi antara budaya.

Dalam konteks komunikasi perkhidmatan pelancongan, Mancera Rueda (2018) menganalisis bentuk pelembutan linguistik dalam ulasan hotel dan restoran di Sepanyol, memberikan perspektif pragmatik tentang pengurusan imej dalam komunikasi bertulis. Sementara itu, Roswati Abdul Rashid et al. (2017) meneliti penggunaan kesantunan berbahasa Jepun oleh pemandu pelancong Malaysia. Pengkaji ini menunjukkan bahawa walaupun terdapat ketidaksantunan linguistik, komunikasi masih dapat berjalan lancar, mencerminkan fleksibiliti dalam interaksi pelancongan silang budaya.

Dalam kajian terkini, Dat dan Nguyen (2023) dan Xu Xiaowei et al. (2025) memperluas pemahaman tentang komunikasi pelancongan moden. Dat dan Nguyen meneliti niat aduan pelancong asing di Vietnam, sementara Xu et al. meneroka potensi robot perkhidmatan dalam pempromosian tingkah laku prolingkungan dalam pelancongan berdasarkan teori kesantunan.

Dalam konteks budaya Batak Toba secara khususnya, Manurung Linarti et al. (2023) mengkaji lakuan bahasa dalam upacara adat yang menggambarkan kekayaan dan kekuatan pragmatik bahasa Batak. Namun begitu, kajian tersebut terbatas pada konteks ritual dan tidak membincangkan interaksi komersial moden, seperti pelancongan. Pada sisi lain, Harianja Eka Debora et al. (2021) dan Saragih Elza Leyli Lisnora et al. (2023) memfokuskan Tasik Toba, tetapi dari sudut pandang sosiologi pelancongan dan kesantunan, bukannya analisis wacana dan pragmatik yang mendalam terhadap lakuan bahasa secara mikro.

Pernyataan Masalah

Menerusi sorotan kajian lepas tersebut, satu jurang pengetahuan yang ketara dapat dikenal pasti. Belum ada kajian yang secara khusus dan sistematik yang mengaplikasikan kerangka teori lakuan bahasa Searle (1969) untuk menganalisis bentuk dan fungsi interaksi linguistik dalam laras bahasa perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba. Kajian sedia ada lebih bersifat makro (sosiobudaya) atau memfokuskan pada medium tulisan (promosi). Sementara itu, interaksi lisan langsung yang merupakan nyawa pengalaman pelancong masih kurang diterokai. Ketidaksesuaian antara gaya komunikasi masyarakat Batak Toba yang bertutur secara terus dan berintonasi kuat (Mogot et al., 2018) berpotensi menimbulkan salah

faham, seterusnya dapat menjejaskan kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelancong. Oleh itu, lakuan bahasa yang digunakan dalam konteks ini perlu difahami secara mendalam untuk membina model komunikasi yang lebih berkesan.

Jurang Kajian

Jurang kajian ini terdiri daripada tiga dimensi, iaitu teorertikal, kontekstual dan praktikal. Bagi dimensi teoretikal, kajian yang mengaplikasikan analisis mikropragmatik (lakuan bahasa) terhadap interaksi perkhidmatan pelancongan di Indonesia, khususnya di kawasan budaya Batak Toba sukar ditemukan.

Secara kontekstualnya, tiada pengkaji yang menyelidiki bentuk dan fungsi lakuan bahasa dalam tiga sektor utama perkhidmatan pelancongan (penginapan, penjualan cenderamata, restoran) di Tasik Toba secara khusus. Secara praktikalnya, terdapat keperluan untuk menyediakan data empirikal yang dapat dijadikan asas bagi pembangunan modul latihan komunikasi berasaskan budaya untuk pekerja pelancongan di Tasik Toba yang belum disokong oleh kajian linguistik terperinci.

METODOLOGI

Kajian ini merupakan kajian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih kerana sesuai digunakan untuk menyelidiki fenomena sosial, seperti interaksi linguistik dalam konteks semulajadinya dengan tumpuan terhadap pemahaman mendalam tentang makna, pengalaman dan proses sosial yang tidak dapat diukur secara numerik (Creswell & Poth, 2025). Pendekatan kualitatif membolehkan penyelidik menganalisis data tuturan secara holistik berserta dengan konteks budayanya.

Pengumpulan data dilakukan secara langsung di kawasan pelancongan Parapat, Tasik Toba, Sumatera Utara pada 9 Julai 2024. Lokasi ini dipilih berdasarkan status Parapat sebagai pusat pelancongan utama di Tasik Toba yang menawarkan pelbagai perkhidmatan.

Pengkaji memilih tiga kategori perkhidmatan pelancongan utama, iaitu penginapan, penjualan cenderamata dan restoran. Pemilihan ketiga-tiga kategori ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang lengkap yang dapat mewakili keseluruhan ekosistem interaksi perkhidmatan pelancongan dari waktu pelancong tiba (penginapan), makan (restoran), sehingga membeli-belah (penjualan cenderamata).

Sebanyak sembilan lokasi dijadikan tapak pengumpulan data dengan tiga lokasi bagi setiap kategori seperti yang berikut:

1. Penginapan: Satu daripada lokasi yang dikaji ialah Atsari Hotel yang terletak di Jalan Pulau Samosir, Parapat.
2. Restoran: Satu restoran tradisional (nama tidak dibenarkan ditulis) yang menghidangkan masakan khas Batak dan masakan khas Indonesia di sekitar kawasan pelabuhan dan jalan utama Parapat.
3. Penjualan cenderamata: Gerai dan kedai cenderamata khas Batak Toba, seperti ulos, patung dan barang kraftangan di kawasan pejalan kaki dan pasar cenderamata Parapat.

Subjek kajian atau informan terdiri daripada enam orang pekerja yang terlibat secara langsung dalam pemberian perkhidmatan kepada pelancong. Informan dipilih secara bertujuan berdasarkan peranannya, iaitu dua orang pekerja di sektor penginapan (penyambut tetamu/pelayan hotel), dua orang penjual di sektor penjualan cenderamata dan dua orang pekerja di sektor restoran (pelayan/penghidang makanan).

Teori Lakuan bahasa

Pengkaji menggunakan teori lakuan bahasa yang dikemukakan oleh Searle (1969). Teori ini dipilih kerana dapat memberikan instrumen analitis yang berkesan untuk menghuraikan makna literal ujaran, yang lebih penting, maksud dan tujuan di balik ujaran tersebut. Searle memfokuskan lakuan ilokusi yang dikemukakan oleh Austin (1962) dan mengkategorikannya kepada lima aspek berdasarkan tujuan atau arah penyesuaian, iaitu lakuan asertif, lakuan direktif, lakuan ekspresif, lakuan komisif dan lakuan deklaratif.

Lakuan asertif digunakan untuk menunjukkan bahawa penutur memiliki tujuan untuk menyesuaikan kata-katanya dengan dunia, iaitu menyatakan sesuatu yang diyakininya benar, seperti menyatakan, melaporkan dan memberitahu. Ayat contoh bagi lakukan bahasa ini ialah “Hotel kami menyediakan sarapan percuma”.

Lakuan direktif digunakan supaya pendengar melakukan sesuatu, seperti meminta, menyuruh, menasihati dan bertanya. Ayat contoh bagi lakuan bahasa ini ialah “Bolehkah anda mengisi borang daftar masuk ini?”.

Lakuan ekspresif digunakan untuk meluahkan perasaan terhadap suatu keadaan, seperti berterima kasih, memuji, meminta maaf dan mengucapkan tahniah. Ayat contoh bagi lakuan bahasa ini ialah “Terima kasih kerana sudi datang.”.

Lakuan komisif digunakan apabila penutur ingin menjadikan dirinya terikat pada suatu tindakan masa hadapan, seperti berjanji, bersumpah dan menawarkan. Ayat contoh bagi lakuan bahasa ini ialah "Kami akan menyemak ketersediaan bilik untuk anda.".

Seterusnya, lakuan deklaratif digunakan apabila penutur ingin mengubah status atau realiti sosial melalui ujarannya. Jenis ini kurang umum dalam konteks pelancongan, tetapi mungkin berlaku dalam urusan rasmi.

Teori lakuan bahasa ini sangat relevan untuk menganalisis lakuan bahasa di Tasik Toba kerana ia membolehkan penyelidik mengenal pasti bentuk dan fungsi lakuan bahasa dengan cara yang berstruktur dan dapat dijustifikasikan secara teori.

Sumber Data

Data dalam kajian ini terdiri daripada data primer dan data sekunder. Data primer merupakan tuturan ujaran yang dirakam secara langsung ketika interaksi antara pengkaji (bertindak sebagai pelancong) dengan informan (penyedia perkhidmatan). Oleh itu, data ini menjadi fokus utama analisis.

Data sekunder diperoleh daripada dokumentasi foto dan nota lapangan, artikel jurnal dan buku yang berkaitan dengan teori lakuan bahasa, komunikasi pelancongan dan budaya Batak Toba. Data ini digunakan sebagai bahan rujukan dan pembanding untuk memperkukuh analisis dan dapatan utama yang diperoleh daripada data primer, bukannya sebagai sumber analisis langsung (Creswell & Poth, 2025).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kaedah pemerhatian tidak turut serta, iaitu penyelidik berada dalam tetapan kajian, tetapi tidak terlibat secara aktif dalam aktiviti subjek, selain berinteraksi sebagai pelanggan. Beberapa teknik khusus digunakan, iaitu:

1. Teknik mendengar perbualan tidak turut serta: Teknik ini digunakan dengan cara menyemak percakapan secara semula jadi tanpa campur tangan atau pengaruh daripada penyelidik (Sudaryanto, 2015).
2. Teknik perakaman audio: Interaksi komunikasi dirakam dengan menggunakan alat perakam digital untuk memastikan ketepatan dan kelengkapan data. Rakaman dilakukan setelah mendapatkan persetujuan secara lisan daripada informan.

3. Teknik pencatatan: Nota lapangan dicatat segera setelah setiap interaksi untuk mencatat konteks situasi, unsur paralinguistik, seperti intonasi, jeda, penekanan dan gerak tubuh yang dapat diperhatikan, serta kesan umum daripada interaksi tersebut. Unsur paralinguistik ini dicatat sebagai konteks penunjang untuk membantu interpretasi makna ujaran, bukannya sebagai objek analisis utama kajian.

Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan ditranskripsikan secara verbatim (kata demi kata) dalam bentuk teks. Bagi mengekalkan butiran percakapan yang relevan, konvensi transkripsi yang diadaptasi daripada Jefferson (2022) digunakan, dengan menandakan jeda (.), konteks/pertindihan bicara ([ ]), pertindihan bicara dan perubahan intonasi (↑ ↓).

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan analisis kandungan dan analisis wacana berdasarkan teori lakuan bahasa Searle (1969). Setiap ujaran dalam transkripsi dianalisis untuk mengenal pasti lima kategori lakuan bahasa. Setelah itu, setiap kategori lakuan bahasa ini dianalisis fungsinya dalam konteks perkhidmatan pelancongan.

Paparan Hasil Analisis

Hasil analisis data dipaparkan secara deskriptif dan naratif dengan menggunakan kaedah formal dan kaedah tidak formal. Kaedah formal merujuk penyajian data dalam bentuk jadual klasifikasi, seperti Jadual 1 dan Jadual 2, yang memaparkan jenis lakuan bahasa berdasarkan teori. Kaedah tidak formal melibatkan perbincangan mendalam dalam bentuk naratif yang disertai contoh tuturan yang ditranskripsi untuk memberikan penjelasan yang kontekstual.

ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Pengkaji mengenal pasti lakuan bahasa bagi setiap ketiga-tiga sektor perkhidmatan pelancongan. Sektor tersebut ialah penginapan, penjualan cenderamata dan restoran.

Lakuan Bahasa Sektor Penginapan

Dengan berdasarkan analisis data interaksi di sektor penginapan, terdapat tiga kategori lakuan bahasa dengan empat fungsi lakuan bahasa dikenal pasti. Kategori lakuan bahasa yang dikenal pasti ialah lakuan direktif, lakuan asertif dan lakuan ekspresif. Fungsi bagi lakuan bahasa yang

dikenal pasti pula ialah lakuan direktif permintaan, lakuan direktif arahan, lakuan asertif makluman dan lakuan ekspresif pengesahan.

Lakuan Direktif Permintaan

Menurut Searle (1969), lakuan direktif permintaan diujarkan oleh penutur kepada pendengar bagi mendapatkan sesuatu tindakan atau maklumat. Menurut Wan Nor Azlina Abdullah dan Mohammad Rozi Kasim (2024), kata yang sering digunakan dalam lakuan permintaan termasuklah kata kerja "minta", "boleh", dan "bolehkah". Apabila seseorang mendengar lakuan permintaan ini, pendengar akan melakukan tindakan yang diminta oleh penutur. Contoh ujaran yang mengandungi lakuan bahasa direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 1.

Jadual 1 Ujaran lakuan direktif permintaan.

No.	Ujaran	Terjemahan
1.	**Bisa** lihat vouchernya, Pak?	Boleh lihat vouchernya, Pak?
2.	**Minta** KTP buat verifikasi, Pak.	Minta KTP untuk pengesahan, Pak.

Dengan berdasarkan Jadual 1, penutur menggunakan kata **bisa** dan **minta** bagi meminta sesuatu tindakan daripada pendengar. Kata **bisa** dalam Ujaran (1) menunjukkan bahawa penutur, iaitu penyambut tetamu, mengujarkan permintaan secara langsung yang memerlukan pendengar, iaitu tetamu, menunjukkan bukti tempahan bilik. Ujaran ini dalam konteks perkhidmatan hotel berfungsi sebagai permintaan standard bagi prosedur daftar masuk.

Kata **minta** dalam Ujaran (2) menunjukkan permintaan penyambut tetamu yang perlu dipatuhi oleh tetamu bagi melengkapkan proses pendaftaran. Penggunaan kata kerja **minta** secara jelas menunjukkan fungsi direktif permintaan dalam komunikasi perkhidmatan.

Ujaran dalam lakuan direktif permintaan digunakan bukan sahaja untuk mendapatkan kerjasama, tetapi juga untuk mengekalkan hubungan profesional antara penyedia perkhidmatan dengan pelancong, serta memastikan kelancaran operasi perkhidmatan pelancongan.

Lakuan Direktif Arahan

Menurut Searle (1969), lakuan arahan digunakan untuk mengarahkan pendengar supaya melakukan sesuatu tindakan. Contoh ujaran yang mengandungi lakuan bahasa direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 2.

Jadual 2 Ujaran lakuan direktif arahan.

No.	Ujaran	Terjemahan
3.	Kunci kamar. **Naik** tangga di sebelah kanan.	Kunci bilik. Naik tangga di sebelah kanan.

Kata **naik** dalam Ujaran (3) menunjukkan arahan langsung daripada penyambut tetamu kepada tetamu. Ujaran ini menggunakan struktur ayat perintah yang jelas dan memberikan maklumat spesifik tentang tindakan yang perlu dilakukan. Dalam konteks perkhidmatan hotel, arahan ini berfungsi untuk memandu tetamu ke biliknya dengan berkesannya. Lakuan arahan dalam konteks perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba menunjukkan ciri komunikasi secara terus dan praktikal, yang selaras dengan nilai budaya Batak Toba yang menekankan kejelasan dan kecekapan dalam pemberian perkhidmatan.

Lakuan Asertif Makluman

Menurut Searle (1969), lakuan asertif makluman digunakan untuk menyatakan sesuatu proposisi yang diyakini benar oleh penutur. Contoh ujaran yang mengandungi lakuan direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 3.

Jadual 3 Ujaran lakuan asertif makluman.

No.	Ujaran	Terjemahan
4.	Uda kami terima. **Bilik 103, tingkat dua.**	Sudah kami terima. Bilik 103, tingkat dua.

Klausa **Bilik 103, tingkat dua** dalam Ujaran (4) menunjukkan bahawa penyambut tetamu memberikan maklumat tentang nombor bilik dan lokasi bilik yang ditempah oleh tetamu. Maklumat ini perlu diberikan oleh penyambut tetamu bagi memudahkan tetamu mencari biliknya.

Lakuan Ekspresif Pengesahan

Menurut Searle (1969), lakuan ekspresif pengesahan digunakan untuk mengesahkan sesuatu yang telah disebut atau difahami dalam sesuatu interaksi. Contoh ujaran yang mengandungi lakuan direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 4.

Jadual 4 Ujaran lakuan ekspresif pengesahan.

No.	Ujaran	Terjemahan
5.	**Uda kami terima**. Bilik 103, tingkat dua.	Sudah kami terima. Bilik 103, tingkat dua.

Klausa **Uda kami terima** dalam Ujaran (5) menunjukkan bahawa penyambut tetamu mengesahkan sesuatu yang telah diterima daripada tetamu, iaitu bayaran bagi bilik hotel. Penyambut tetamu memberikan pengesahan ini selepas tetamu membayar harga tempahan bilik.

Lakuan Bahasa di Sektor Penjualan Cenderamata

Dengan berdasarkan analisis data interaksi di sektor penjualan cenderamata, terdapat empat kategori lakuan bahasa dengan enam fungsi lakuan bahasa dikenal pasti. Kategori lakuan bahasa yang dikenal pasti ialah lakuan direktif, lakuan asertif, lakuan ekspresif dan lakuan komisif. Fungsi bagi lakuan bahasa yang dikenal pasti pula ialah lakuan direktif pertanyaan, lakuan direktif permintaan, lakuan asertif makluman, lakuan ekspresif terima kasih, lakuan ekspresif penerimaan dan lakuan komisif perjanjian.

Lakuan Direktif Pertanyaan

Menurut Searle (1969), Lakuan direktif pertanyaan digunakan untuk mendapatkan maklumat yang tidak diketahui oleh penutur, iaitu penutur mengarahkan pendengar supaya memberikan jawapan atau maklumat tertentu. Contoh ujaran yang mengandungi lakuan direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 5.

Jadual 5 Ujaran lakuan direktif pertanyaan.

No.	Ujaran	Terjemahan
6.	**Yang ini bu**? Dua ratus ribu.	Yang ini puan? Dua ratus ribu.

Klausa **Yang ini bu** dalam Ujaran (6) diujarkan oleh penjual untuk bertanya tentang sesuatu barang kepada pembeli. Hal ini untuk memastikan bahawa jawapan yang diberikan merujuk barang yang ditanya oleh pembeli, bukannya barang yang lain.

Lakuan Direktif Permintaan

Menurut Searle (1969), lakuan direktif permintaan digunakan oleh penutur untuk mempengaruhi pendengar supaya melakukan sesuatu tindakan.

Contoh ujaran yang mengandungi lakuan direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 6.

Jadual 6 Ujaran lakuan direktif permintaan.

No.	Ujaran	Terjemahan
7.	**Boleh kurang**? Kalau dua ratus ribu, saya beli.	Boleh kurang? Kalau dua ratus ribu, saya beli.
8.	**Boleh kurang** jadi seratus ribu?	Boleh kurang jadi seratus ribu?
9.	**Cubalah pegang** kainnya	Cubalah pegang kainnya
10.	**Janganlah** bu (↑)	Janganlah puan (↑)

Dalam Ujaran (7) dan Ujaran (8), frasa **Boleh kurang** menunjukkan permintaan pembeli kepada penjual untuk mengurangkan harga barang. Harga yang diminta untuk dikurangkan ialah dua ratus ribu dan seratus ribu. Dalam Ujaran (7), frasa **Boleh kurang** diikuti dengan syarat pembelian. Menurut Wan Nor Azlina Abdullah dan Mohammad Rozi Kasim (2024), penggunaan struktur bersyarat dalam lakuan direktif menunjukkan strategi mempengaruhi yang berkesan dalam proses tawar-menawar.

Frasa **Cubalah pegang** dalam Ujaran (9) pula menunjukkan permintaan penjual kepada pembeli supaya menyentuh barang yang dinyatakan. Barang yang dimaksudkan dalam ujaran tersebut ialah sejenis kain. Permintaan ini membolehkan pembeli merasai kain yang dijual oleh penjual. Kata **Janganlah** dalam Ujaran (10) menunjukkan tindakan penjual yang meminta pembeli supaya tidak melakukan tindakan sedemikian. Tindakan yang dilakukan oleh pembeli ialah terus ingin menawar harga pada harga yang rendah. Bagi penjual, tindakan pembeli itu akan menyebabkan dirinya kerugian.

Lakuan Asertif Makluman

Menurut Searle (1969), lakuan asertif makluman digunakan untuk menyatakan sesuatu proposisi yang diyakini benar oleh penutur. Contoh ujaran yang mengandungi lakuan asertif ditunjukkan dalam Jadual 7.

Jadual 7 Ujaran lakuan asertif makluman.

No.	Ujaran	Ujaran
11.	Yang ini bu? **Dua ratus ribu**.	Yang ini puan? Dua ratus ribu.
12.	Terima kasih ya bu. **Ini bajunya**.	Terima kasih ya puan. Ini bajunya.

Sambungan **Jadual 7** Ujaran lakuan asertif makluman.

No.	Ujaran	Ujaran
13.	**Harga sudah pas**	Harga sudah muktamad
14.	Ini barang **bagus**	Barang ini berkualiti

Klausa **Dua ratus ribu** dalam Ujaran (11) menunjukkan bahawa penjual memaklumkan harga barang kepada pembeli. Dalam konteks jual beli cenderamata, ujaran ini berfungsi untuk memberikan maklumat asas kepada pembeli tentang harga sesuatu barang. Klausa **ini bajunya** dalam Ujaran (12) menunjukkan penjual yang memaklumkan barang yang telah dibeli oleh pembeli. Hal ini dilakukan supaya pembeli boleh mengambil barang yang telah dibeli, bukannya mengambil barang lain.

Seterusnya, klausa **harga sudah pas** dalam Ujaran (13) menunjukkan penjual yang memaklumkan bahawa harga barang yang diperkatakan itu sememangnya sudah muktamad dan tidak boleh diturunkan lagi. Tindakan ini dilakukan supaya pembeli mengetahui bahawa penjual tidak akan menurunkan harga lagi kerana harga tersebut telah rendah. Kata **bagus** dalam Ujaran (14) pula menunjukkan penjual yang memaklumkan bahawa kualiti produk yang dibincangkan itu berkualiti. Ujaran ini dituturkan oleh penjual supaya pembeli mengetahui bahawa harga yang ditetapkan itu sememangnya sesuai dengan kualiti barang tersebut.

Lakuan Ekspresif Terima Kasih

Menurut Searle (1969), lakuan ekspresif terima kasih digunakan untuk menzahirkan rasa penghargaan atau terima kasih penutur kepada pendengar. Contoh ujaran ekspresif terima kasih ditunjukkan dalam Jadual 8.

Jadual 8 Ujaran lakuan ekspresif terima kasih.

No.	Ujaran	Terjemahan
15.	**Terima kasih** ya bu. Ini bajunya.	Terima kasih ya puan. Ini bajunya.

Frasa **Terima kasih** dalam Ujaran (15) menunjukkan penghargaan penjual kepada pembeli menerusi ucapan terima kasih. Dalam hal ini, penjual menghargai tindakan pembeli yang membeli baju daripadanya. Ujaran ini mencerminkan sikap positif bagi mengekalkan hubungan yang baik dengan pembeli.

Lakuan Ekspresif Penerimaan

Menurut Searle (1969), lakuan ekspresif penerimaan digunakan untuk menunjukkan bahawa penutur menerima, menyetujui atau mengakui sesuatu yang telah disebut atau ditawarkan oleh pendengar. Contoh ujaran ekspresif terima kasih ditunjukkan dalam Jadual 9.

Jadual 9 Ujaran lakuan ekspresif penerimaan.

No.	Ujaran	Terjemahan	Konteks
16.	Kalau yang ini **bolehlah**, dua ratus saja.	Kalau yang ini bolehlah, dua ratus saja.	Penjual memberikan komitmen untuk menjual barang tersebut dengan harga yang dinyatakan

Kata **bolehlah** dalam Ujaran (16) menunjukkan penerimaan penjual terhadap harga yang dikemukakan oleh pembeli. Dalam hal ini, penjual menerima atau bersetuju dengan harga yang diminta oleh pembeli, iaitu dua ratus.

Lakuan Komisif Perjanjian

Menurut Searle (1969), lakuan komisif perjanjian digunakan untuk menyatakan komitmen penutur untuk melakukan sesuatu tindakan pada masa hadapan. Contoh ujaran lakuan komisif perjanjian ditunjukkan dalam Jadual 10.

Jadual 10 Ujaran lakuan komisif perjanjian.

No.	Ujaran	Terjemahan
17.	Boleh kurang? Kalau dua ratus ribu, **saya beli.**	Boleh kurang? Kalau dua ratus ribu, saya beli.

Penggunaan klausa **saya beli** dalam Ujaran (17) menunjukkan komitmen pembeli untuk membeli barang yang dinyatakan. Walau bagaimanapun, komitmen ini bersyarat, iaitu memerlukan penjual bersetuju dengan harga yang diminta terlebih dahulu, iaitu dua ratus ribu. Apabila penjual bersetuju dengan harga tersebut, barulah pembeli membelinya.

Secara keseluruhan bagi lakuan bahasa di sektor penjualan cenderamata ini, wujud penggunaan strategi komunikasi yang berkesan melalui gabungan pelbagai jenis lakuan bahasa. Dalam hal ini, penjual menggunakan lakuan asertif untuk memberikan maklumat yang jelas tentang harga barang,

manakala pembeli menggunakan lakuan komisif untuk menunjukkan komitmen untuk membeli barang. Lakuan ekspresif pula digunakan untuk mengekalkan hubungan baik antara penjual dengan pelanggan.

Gabungan lakuan bahasa ini menyumbang kepada pengalaman membeli-belah yang positif bagi pelancong dan memperkukuh imej destinasi pelancongan yang mesra pelanggan. Hal ini menunjukkan kepentingan aspek pragmatik dalam komunikasi perniagaan pelancongan yang melampaui makna literal sesuatu ujaran. Strategi komunikasi sedemikian menyumbang kepada pengalaman pelancongan yang autentik, iaitu pelancong dapat merasai pengalaman menawar harga secara langsung sambil mengekalkan hubungan positif dengan penjual tempatan.

Selain itu, kejayaan komunikasi dalam perniagaan pelancongan bukan hanya bergantung pada kandungan mesej, tetapi juga pada cara penyampaian, intonasi, dan strategi komunikasi yang digunakan. Hal ini selaras dengan dapatan Dat dan Nguyen (2023) yang menekankan bahawa kesantunan komunikasi mempengaruhi keputusan akhir dalam interaksi pelancongan.

Lakuan Bahasa di Sektor Restoran

Dengan berdasarkan analisis data interaksi di sektor restoran, terdapat empat kategori lakuan bahasa dengan lapan fungsi lakuan bahasa dikenal pasti. Kategori lakuan bahasa yang dikenal pasti ialah lakuan direktif, lakuan asertif, lakuan ekspresif dan lakuan komisif. Fungsi bagi lakuan bahasa yang dikenal pasti pula ialah lakuan direktif permintaan, lakuan direktif pertanyaan, lakuan asertif makluman, lakuan asertif pengesahan, lakuan ekspresif terima kasih, lakuan ekspresif permohonan maaf, lakuan ekspresif penerimaan dan lakuan komisif perjanjian.

Lakuan Direktif Permintaan

Menurut Searle (1969), lakuan direktif permintaan digunakan oleh penutur untuk mempengaruhi pendengar supaya melakukan sesuatu tindakan. Contoh ujaran lakuan direktif permintaan ditunjukkan dalam Jadual 11.

Jadual 11 Ujaran lakuan direktif permintaan.

No.	Ujaran	Terjemahan
18.	Saya **pesan** ikan nila bakar dan satu hidangan nasi putih, **tolong jangan terlalu pedas**.	Saya mahu ikan nila bakar dan satu hidangan nasi putih, tolong jangan terlalu pedas.

Sambungan **Jadual 11** Ujaran lakuan direktif permintaan.

No.	Ujaran	Terjemahan
19.	**Silakan** menunggu.	Silakan menunggu.
20.	Okey, **satu hidangan ayam goreng dan es teh manis**.	Okey, satu hidangan ayam goreng dan teh ais.
21.	**Tidak yang lain aja Pak**?	Boleh pilih yang lain, encik?

Kata **pesan** dalam Ujaran (18) menunjukkan pelanggan yang meminta penjual untuk menyediakan makanan untuknya. Makanan tersebut ialah ikan nila bakar dan nasi putih. Frasa **jangan terlalu pedas** dalam ujaran yang sama pula menunjukkan pelanggan yang meminta penjual untuk memastikan makanan yang dipesannya mempunyai ciri yang dikehendakinya. Dalam hal ini, pelanggan menetapkan ciri, iaitu tidak terlalu pedas, sebagai keperluan untuk makanannya.

Seterusnya, kata **Silakan** dalam Ujaran (19) juga menunjukkan pelayan yang meminta sesuatu dengan hormat kepada pelanggan, iaitu memintanya menunggu makanan tersebut disiapkan. Permintaan ini perlu diujarkan oleh pelayan supaya pelanggan mengetahui bahawa pesanannya telah disahkan dan pelanggan perlu menunggu untuk beberapa tempoh sebelum menerima makanan yang dipesannya.

Frasa **satu hidangan ayam goreng dan teh ais** dalam Ujaran (20) menunjukkan pelanggan yang meminta makanan dan minuman yang diingininya. Dalam ujaran ini, pelanggan meminta ayam goreng dan teh ais kepada pelayan. Klausa **Tidak yang lain aja Pak** dalam Ujaran (21) menunjukkan pelayan yang meminta pelanggan untuk memilih menu yang lain. Ujaran ini dituturkan kerana makanan yang dipesan oleh pelanggan mempunyai masalah untuk disediakan.

Lakuan Direktif Pertanyaan

Menurut Searle (1969), lakuan direktif pertanyaan digunakan untuk mendapatkan maklumat daripada pendengar yang tidak diketahui oleh penutur. Contoh ujaran lakuan direktif pertanyaan ditunjukkan dalam Jadual 12.

Jadual 12 Ujaran lakuan direktif pertanyaan.

No.	Ujaran	Terjemahan
22.	Maaf, menu istimewa hari ini **apa ya**?	Maaf, menu istimewa hari ini apa ya?

Frasa **apa ya** dalam Ujaran (22) menunjukkan pelanggan yang bertanya soalan kepada pelayan. Soalan yang ditanya itu berkenaan menu istimewa yang disediakan di kedai tersebut. Pertanyaan ini membantu pelanggan untuk mempertimbangkan pilihan makanannya nanti.

Lakuan Asertif Makluman

Menurut Searle (1969), lakuan asertif makluman digunakan untuk menyatakan sesuatu proposisi yang diyakini benar oleh penutur. Contoh ujaran lakuan asertif makluman ditunjukkan dalam Jadual 13.

Jadual 13 Ujaran lakuan asertif makluman.

No.	Ujaran	Terjemahan
23.	**Hari ini kami ada** ikan nila bakar khas Toba dan sup ikan asam pedas.	Hari ini kami ada ikan nila bakar khas Toba dan sup ikan asam pedas.
24.	Baik, **saya catat pesanannya**. Pesanan akan segera kami sediakan.	Baik, saya catat pesanannya. Pesanan akan segera kami sediakan.
25.	Es teh manis **habis**	Teh ais habis
26.	Ya sudah, **pesan ayamnya saja**.	Baiklah, saya pesan ayam saja.

Klausa **Hari ini kami ada** dalam Ujaran (15) menunjukkan tindakan pelayan yang memaklumkan pilihan menu kepada pelanggannya. Pilihan menu tersebut ialah ikan nila bakar khas Toba dan sup ikan asam pedas. Klausa **saya catat pesanannya** dalam Ujaran (16) pula berkenaan pemakluman pelayan kepada pelanggan untuk mencatat sesuatu. Dalam konteks ini, catatan tersebut ialah pilihan makanan yang dipesan oleh pelanggan.

Berikutnya, kata **habis** dalam Ujaran (17) menunjukkan bahawa pelayan memaklumkan ketersediaan minuman yang dipesan oleh pelanggan. Dalam ujaran itu, pelayan memaklumkan bahawa teh ais yang dipesan oleh pelanggan telah habis. Frasa **pesan ayamnya saja** dalam Ujaran (18) menunjukkan pelanggan yang memaklumkan menu yang ingin dipesannya. Menu yang dipesan oleh pelanggan dalam ujaran itu ialah ayam.

Lakuan Asertif Pengesahan

Menurut Searle (1969), lakuan asertif pengesahan digunakan untuk menyampaikan fakta, kepercayaan atau maklumat yang dipercayai benar kepada pendengar. Contoh ujaran lakuan asertif pengesahan ditunjukkan dalam Jadual 14.

Jadual 14 Ujaran lakuan asertif pengesahan.

No.	Ujaran	Ujaran
27.	**Okey**, satu hidangan ayam goreng dan es teh manis.	Okey, satu hidangan ayam goreng dan teh ais.

Kata **Okey** dalam Ujaran (27) menunjukkan pelanggan yang memberikan pengesahan bahawa dirinya memahami permintaan atau percakapan pelayan sebelum itu. Dalam ujaran ini, pelanggan mengesahkan bahawa maklumat yang diberikan oleh pelayan telah difahami. Dengan memahami maklumat tersebut, pelanggan mengesahkannya dan memilih makanan yang diingininya.

Lakuan Ekspresif Terima Kasih

Menurut Searle (1969), lakuan ekspresif terima kasih digunakan untuk menzahirkan rasa terima kasih atau penghargaan penutur kepada pendengar. Contoh ujaran lakuan ekspresif terima kasih ditunjukkan dalam Jadual 15.

Jadual 15 Ujaran lakuan bahasa ekspresif

No.	Ujaran	Terjemahan
28.	**Terima kasih**.	Terima kasih.

Frasa **Terima kasih** dalam Ujaran (28) menunjukkan pelanggan yang mengucapkan penghargaan kepada pelayan. Penghargaan ini diucapkan oleh pelanggan selepas pelayan mengambil pesanan yang diminta olehnya.

Lakuan Ekspresif Permohonan Maaf

Menurut Searle (1969), lakuan ekspresif permohonan maaf digunakan untuk menzahirkan rasa kesal, penyesalan atau permohonan maaf penutur terhadap pendengar. Contoh ujaran lakuan ekspresif permohonan maaf ditunjukkan dalam Jadual 16.

Jadual 16 Ujaran lakuan ekspresif permohonan maaf.

No.	Ujaran	Terjemahan
29.	**Maaf**, menu istimewa hari ini apa ya?	Maaf, menu istimewa hari ini apa ya?

Kata **Maaf** dalam Ujaran (29) menunjukkan pelanggan yang memohon maaf kepada pelayan sebelum meneruskan pertanyaannya. Ujaran ini dituturkan apabila pelanggan berasa kesal terhadap sesuatu perkara. Contohnya, pelanggan yang berasa kesal kerana tidak mengetahui menu yang ingin dipesannya, sebaliknya mengharapkan pelayan untuk memaklumkan menu yang ada kepadanya. Rasa kesal ini juga dapat berlaku sekiranya pelanggan telah memintas percakapan pelayan sebelum pelayan sempat menghabiskan ujarannya.

Lakuan Ekspresif Penerimaan

Menurut Searle (1969), lakuan ekspresif penerimaan menunjukkan bahawa penutur menerima, menyetujui atau mengakui sesuatu yang telah dinyatakan atau ditawarkan oleh pendengar. Contoh ujaran lakuan ekspresif penerimaan ditunjukkan dalam Jadual 17.

Jadual 17 Ujaran lakuan ekspresif penerimaan.

No.	Ujaran	Ujaran
30.	**Baik**, saya catat pesanannya. Pesanan akan segera kami sediakan.	Baik, saya catat pesanannya. Pesanan akan segera kami sediakan.
31.	**Ya sudah**, pesan ayamnya saja.	Baiklah, saya pesan ayam saja.

Kata **Baik** dalam Ujaran (30) menunjukkan penerimaan pelayan terhadap pesanan daripada pelanggan. Penerimaan ini disusuli dengan catatan terhadap menu yang dipesan oleh pelanggan. Seterusnya, frasa **Ya sudah** dalam Ujaran (31) menunjukkan bahawa pelanggan menerima cadangan pelayan tentang menu yang dipesannya. Selepas pelanggan menerima cadangan tersebut, pelanggan menyatakan menu yang dingininya, iaitu ayam.

Lakuan Komisif Perjanjian

Menurut Searle (1969), lakuan komisif perjanjian digunakan untuk menyatakan komitmen penutur untuk melakukan sesuatu tindakan pada

masa hadapan. Contoh ujaran lakuan komisif perjanjian ditunjukkan dalam Jadual 18.

Jadual 18 Ujaran lakuan komisif perjanjian.

No.	Ujaran	Ujaran
32.	Baik, saya catat pesanannya. Pesanan **akan segera kami sediakan**.	Baik, saya catat pesanannya. Pesanan akan segera kami sediakan.

Klausa **akan segera kami sediakan** dalam Ujaran (32) menunjukkan janji pelayan kepada pelanggan. Dalam konteks ujaran ini, pelanggan memberikan komitmen untuk segera menyediakan makanan.

Secara keseluruhan, bagi lakuan bahasa dalam sektor restoran, interaksi ini menunjukkan urutan komunikasi perkhidmatan yang berkesan. Pelayan berjaya memainkan peranan sebagai pemberi maklumat (asertif) dan pelaksana arahan (komisif), manakala pelanggan menggunakan direktif yang jelas dengan spesifikasi keperluan. Keupayaan pelayan untuk memberikan maklumat yang tepat tentang menu istimewa mencerminkan pengetahuan produk yang baik, yang merupakan elemen penting dalam perkhidmatan pelancongan (Kelmendi & Hysenaj, 2024).

Kejayaan interaksi ini juga bergantung pada kemampuan kedua-dua pihak dari segi menggunakan lakuan bahasa yang bersesuaian dengan konteks, iaitu pelanggan dengan direktif yang spesifik, tetapi sopan dan pelayan dengan maklum balas yang bermaklumat dan komited. Pendekatan komunikasi ini menyumbang kepada kepuasan pelanggan dan memperkukuh reputasi restoran sebagai destinasi makanan yang profesional di kawasan Tasik Toba.

Interaksi di restoran ini menunjukkan komunikasi perkhidmatan yang berkesan yang mampu mengurus jangkaan pelanggan. Pelayan menggunakan strategi gabungan lakuan asertif dan lakuan direktif untuk menangani situasi ketiadaan stok. Dengan berdasarkan teori pengurusan perkhidmatan (Liat et al., 2020), pendekatan komunikasi sebegini dapat mengurangkan potensi kekecewaan pelanggan. Walaupun pelanggan terpaksa mengubah pesanan asal, maklumat yang diberikan secara telus dan cadangan alternatif yang ditawarkan membantu mengekalkan kepuasan perkhidmatan.

Dalam konteks restoran pelancongan di Tasik Toba, keupayaan kakitangan untuk berkomunikasi secara berkesan mengenai kekangan operasi, seperti ketiadaan stok, adalah penting untuk mengekalkan

pengalaman pelancongan yang positif. Data ini menunjukkan bahawa ketiadaan maklum balas lisan selepas pelanggan membuat keputusan muktamad mungkin mencerminkan gaya komunikasi tempatan yang lebih ringkas dan praktikal.

Menurut Andriyani Anak Agung et al. (2019), komunikasi yang bersifat jujur tentang batasan perkhidmatan, walaupun mungkin mengecewakan secara awal, sebenarnya membina kepercayaan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam kes ini, walaupun transaksi tidak berlaku sepenuhnya seperti yang diharapkan, komunikasi yang jelas mengelakkan salah faham dan mengekalkan hubungan profesional antara pelayan dengan pelanggan. Interaksi ini juga menekankan kepentingan fleksibiliti dalam komunikasi perkhidmatan apabila kedua-dua pihak perlu menyesuaikan jangkaan berdasarkan maklumat semasa.

Implikasi Teoretikal dan Praktikal

Dari perspektif teoretikal, kajian ini berjaya mengaplikasikan teori lakuan bahasa yang dikemukakan oleh Searle (1969) dalam konteks sosiolinguistik yang unik, iaitu laras bahasa perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba. Kajian ini menyumbang kepada bidang pragmatik dengan menunjukkan bahawa penerapan teori lakuan bahasa yang lahir daripada konteks falsafah Barat dapat digunakan secara berkesan untuk menganalisis interaksi dalam bahasa Malaysia dan budaya Indonesia. Hasil analisis yang memetakan direktif lugas budaya Batak Toba dalam klasifikasi Searle memperkukuh kekuatan teori tersebut sebagai alat analisis silang budaya. Namun begitu, pengkaji mencadangkan keperluan kelenturan teori bagi menangani nuansa budaya, di mana suatu direktif yang mungkin dianggap kurang santun dalam suatu budaya dapat ditafsirkan sebagai cekap dan profesional dalam budaya lain.

Dari segi praktikal, dapatan kajian ini memberikan hala tuju yang jelas untuk pembangunan modul latihan komunikasi yang berasaskan bukti bagi pekerja pelancongan di Tasik Toba. Modul ini bukan untuk mengubah gaya komunikasi masyarakat tempatan secara keseluruhan, tetapi untuk melengkapkan pekerja tersebut dengan kesedaran pragmatik dan kemahiran penukaran kod. Sebagai contoh, latihan ini dapat memfokuskan: (1) menambah perbendaharaan kata untuk lakuan ekspresif tanpa mengorbankan kecekapan, (2) teknik memberikan arahan (direktif) dengan nada suara dan bahasa tubuh yang lebih mesra, dan (3) strategi untuk memahami keperluan pelanggan yang berbeza

budayanya. Hal ini selaras dengan cadangan Pujiono Mhd et al. (2018) tentang kepentingan integrasi nilai tempatan dalam pembangunan sektor pelancongan yang mampan.

Akhirnya, kajian ini membuka jalan untuk penyelidikan lanjutan. Pertama, membandingkan frekuensi dan jenis lakuan bahasa yang digunakan terhadap pelancong tempatan dan pelancong antarabangsa secara eksplisit untuk menguji dapatan Saragih Elza Leyli Lisnora et al. (2023) dengan data linguistik. Kedua, memperluas pendekatan metodologi dengan menggunakan kajian campuran yang menggabungkan analisis wacana dengan temu bual untuk memahami persepsi pelancong terhadap lakuan bahasa yang diterima. Oleh hal yang demikian, kajian ini bukan sahaja mengisi jurang akademik, tetapi juga meletakkan asas bagi peningkatan kualiti perkhidmatan pelancongan yang berorientasikan bukti dan peka budaya.

KESIMPULAN

Kajian ini berjaya mencapai objektifnya untuk menganalisis kategori dan fungsi lakuan bahasa dalam laras bahasa perkhidmatan pelancongan di kawasan Tasik Toba. Dengan berdasarkan analisis data yang diperoleh daripada tiga sektor perkhidmatan utama (penginapan, restoran dan penjualan cenderamata), dapat disimpulkan bahawa interaksi perkhidmatan pelancongan di Tasik Toba didominasi oleh lakuan direktif dan lakuan ekspresif, diikuti oleh lakuan asertif dan lakuan komisif. Tiada lakuan deklaratif yang ditemukan kerana sektor pelancongan ini tidak mengubah status atau realiti sosial melalui ujaran. Secara terperinci, pengkaji menemukan tiga kategori lakuan bahasa (lakuan direktif, lakuan asertif dan lakuan ekspresif) dengan empat fungsi lakuan bahasa dalam sektor penginapan, empat kategori lakuan bahasa (lakuan direktif, lakuan asertif, lakuan ekspresif dan lakuan komisif) dengan enam fungsi lakuan bahasa dalam sektor penjualan cenderamata dan empat kategori lakuan bahasa (lakuan direktif, lakuan asertif, lakuan ekspresif dan lakuan komisif) dengan lapan fungsi lakuan bahasa dalam sektor restoran. Bagi kajian lanjutan, pengkaji mencadangkan penggunaan pendekatan kaedah campuran untuk meneliti persepsi pelancong terhadap gaya komunikasi langsung masyarakat Batak Toba, serta kajian perbandingan antara interaksi dengan pelancong domestik dan antarabangsa. Menerusi kajian lanjutan ini, peningkatan kualiti

perkhidmatan pelancongan dapat dilakukan secara berasaskan bukti dan dalam masa yang sama, tetap mempertahankan keunikan budaya tempatan sebagai nilai tambah pelancongan bagi Tasik Toba.

PENGHARGAAN

Penyelidikan ini disokong oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia melalui Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi (DAPTV) dalam program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri (BOPTN) 2024, sebagaimana yang tercatat dalam kontrak nombor 98/SPK/D.D4/PPK.01.APTV/III/2024. Pengarang juga merakamkan penghargaan kepada Rektor dan Ketua Lembaga Penyelidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Universiti Harapan Medan atas sokongan dan kemudahan yang sangat berharga sepanjang proses penyelidikan ini.

SUMBANGAN PENGARANG

Taulia: Konsep dan reka bentuk kajian, analisis data, pengumpulan data, penulisan draf asal, semakan dan pengesahan makalah akhir; Mhd. Pujiono: Analisis data, penyediaan dan penulisan metodologi, penyeliaan dan pengesahan makalah akhir; Abdul Gapur: Konsep dan reka bentuk kajian, penulisan draf asal, pengumpulan data, penulisan semakan dan penyuntingan, pengesahan makalah akhir.

PENDANAAN

Penerbitan makalah ini dibiayai oleh Dewan Bahasa dan Pustaka.

PERNYATAAN KETERSEDIAAN DATA

Data yang menyokong kajian ini tersedia daripada pengarang koresponden (Abdul Ghapur), atas permintaan. Data yang digunakan dalam kajian ini terdiri daripada transkrip interaksi lisan antara penyedia perkhidmatan pelancongan dengan pelancong di Tasik Toba.

PERISYTIHARAN

Konflik kepentingan: Pengarang tidak mempunyai sebarang konflik kepentingan dari segi kewangan dan bukan kewangan untuk diisytiharkan.

RUJUKAN

Al Izyra Ikhsan, & Sartini Ni Wayan. (2023). The analysis of speech act of tourism promotion in Pesona Indonesia and Malaysia Truly Asia: A cross-cultural pragmatic study. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, *6*(3), 627–639. https://doi.org/10.34050/elsjish.v6i3.30927

An Gang, & Lin Tan Debbita Ai. (2024). Enhancing cross-cultural communication for Chinese tourists in non-native English-speaking destinations: a study of sociolinguistic competence and politeness challenges. *Global Chinese*, *10*(2), 215–240. https://doi.org/10.1515/glochi-2023-0041

Andriyani Anak Agung Ayu Dian, Djatmika, & Sumarlam, Ely Triasih Rahayu. (2019). Learning from the face-threatening acts by tourist workers in bali: Impacts of cross-cultural misunderstanding. *Journal of Social Studies Education Research*, *10*(3), 64–81. https://www.scopus.com/inward/record.uri?partnerID=HzOxMe3b&scp=85073444197&origin=inward

Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.

Bowerman, S. (2006). Language Adaptation and Modernization. In *Encyclopedia of Language & Linguistics* (pp. 315–319). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/01287-6

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2025). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (Fifth Edit). Sage Publications.

Darmawan Rahmat, Mulyadi, Setia Eddy, & Oktavianus. (2018). Language aspect of form in Samosir's tourism public signs: A linguistic landscape study. *International Journal of Research and Review*, *5*(12), 73–79. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.5_Issue.12_Dec2018/IJRR0013.pdf

Dat Le Phuoc Thanh, & Nguyen Quoc Nghi. (2023). Factors Influencing the Complaint Intention and its Relationship with Word-of-Mouth Intention of Foreign Tourists: Empirical Evidence from Vietnam. *Journal of Law and Sustainable Development*, *11*(3), e452. https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i3.452

Downing, R. Á. H. (2020). Variación de estilo en interacciones digitales: huéspedes y hoteles en reseñas TripAdvisor. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 361–380. https://doi.org/10.31921/doxacom.n31a18

Fahnestock, J. (2011). Language Varieties. In *Rhetorical Style* (pp. 79–99). Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199764129.003.0005

Geyer, K., Kraeva, S., & Krasnopeyeva, E. (Eds.). (2024). *Sprachliche Variation und Vielfalt / Linguistic Variation and Diversity*. Peter Lang Verlag. https://doi.org/10.3726/b21245

Harianja Eka Debora, Harahap R. Hamdani, & Lubis Zulkifli. (2021). Budaya Batak Toba dalam Pelayanan Pariwisata Danau Toba di Parapat. *PERSPEKTIF*, *10*(2), 301–312. https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i2.4306

Kelmendi, L., & Hysenaj, V. (2024). Teaching English for Tourism: A Case Study in Kosovo. *Journal of Language Teaching and Research*, *15*(5), 1402–1408. https://doi.org/10.17507/jltr.1505.02

Liat, C. B., Mansori, S., Abu, N. K., & Seng, Y. C. (2020). Tourist Satisfaction in the Malaysia Tourism Industry: Relationship between Service Innovation and Destination Image. *Jurnal Pengurusan*, *60*, 1–18. https://doi.org/10.17576/pengurusan-2020-60-06

López, M. de la O. H., & Amaya, L. F. (2019). What makes (im)politeness for travellers? Spanish tourists' perceptions at national and international hotels. *Journal of Politeness Research*, *15*(2), 195–222. https://doi.org/10.1515/pr-2016-0060

Mancera Rueda, A. (2018). La atenuación lingüística en las reseñas digitales de hoteles y restaurantes en español. *Círculo de Lingüística Aplicada a La Comunicación*, *73*, 53–76. https://doi.org/10.5209/CLAC.59059

Manurung Linarti, Matondang Saiful Anwar, & Pawiro Muhammad Ali. (2023). Speech acts in the wedding of Batak Toba ethnic at Jangga Toruan village, Kecamatan Lumban Julu Kabupaten Toba Samosir. *JOURNAL OF LANGUAGE*, *5*(2), 401–409. https://doi.org/10.30743/jol.v5i2.7901

Márquez Reiter, R., Hidalgo Downing, R., & Iveson, M. (2023). Global expectations, local realities: All-inclusive hotel reviews and responses on TripAdvisor. *Contrastive Pragmatics*, 1–33. https://doi.org/10.1163/26660393-bja10086

Mogot, G. I. R., Warouw, D. M. D., & Waleleng, G. J. (2018). Komunikasi antar budaya mahasiswa etnis Batak dengan mahasiswa etnis Jawa di kampus IPDN SULUT. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, *7*(4). https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22010

Nugroho Adi Bagus, Lestari Puji, & Wiendijarti Ida. (2012). Pola komunikasi antarbudaya Batak dan Jawa di Yogyakarta. *Jurnal ASPIKOM*, *1*(5), 403. https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i5.44

Potočnik Topler, J. (2018). Turning travelogue readers into tourists: Representations of tourism destinations through linguistic features. *Cuadernos de Turismo*, *42*, 447–464. https://doi.org/10.6018/turismo.42.20

Pujiono Mhd, & Nelvita. (2017). The lexical interference of Bataknese language into Japanese language amongst students in Universitas Sumatera Utara. *International Journal of Language and Linguistics*, *4*(4), 216–222.

Pujiono Mhd. (2022). *Interferensi leksikal bahasa Indonesia terhadap bahasa Jepang (studi kasus pada mahasiswa bahasa Jepang di Indonesia*. Pustaka Aksara.

Purnomo Budi. (2011). Tourism-Service Language: A Cross-Cultural Perspective on Politeness. *Humaniora*, *23*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jh.1021

Rasa Maria Puspita Destaningtyas Bening, Andayani, & Ulya Chafit. (2019). Analisis Tindak Tutur Ilokusi dalam Dialog Naskah Drama Peace Karya

Putu Wijaya dan Relevansinya dengan Materi Ajar Sastra di Sekolah Menengah Atas. *Basastra: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, *7*(1), 27. https://doi.org/10.20961/basastra.v7i1.35499

Rijal Andy Samsu. (2022). Penggunaan Bahasa dalam Ranah Pariwisata; Studi di Kawasan Taman Nasional Bantimurung Bulusaraung Maros, Sulawesi Selatan. *SASDAYA: Gadjah Mada Journal of Humanities*, *5*(1), 37. https://doi.org/10.22146/sasdayajournal.73287

Roswati Abdul Rashid, Rosila Isma Ismail, Radhiah Ismail, & Roslina Mamat. (2017). Ketidaksantunan dalam perbualan bahasa Jepun oleh pemandu pelancong Malaysia (Impoliteness in Japanese Language by Malaysian Tourist Guide). *GEMA Online® Journal of Language Studies*, *17*(3), 86–105. https://doi.org/10.17576/gema-2017-1703-06

Saragih Elza Leyli Lisnora, Mulyadi, Nasution Khairina, & Pujiono Mhd. (2023). Positive strategies of language politeness across tourism service actors: A cross-cultural socio-pragmatic study. *Research Journal in Advanced Humanities*, *4*(3). https://doi.org/10.58256/wzav3v64

Sarmoko, Novianti Evi, & Rizal Edwin. (2023). Penguatan destination branding untuk menarik investor dalam pengembangan pariwisata Danau Toba. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *4*(3). https://doi.org/https://doi.org/10.31294/khi.v11i2.8552

Searle, J. R. (1969). *Speech Acts*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9781139173438

Searle, J. R. (1976). A classification of illocutionary acts. *Language in Society*, *5*(1), 1–23. https://doi.org/10.1017/S0047404500006837

Searle, J. R. (1979). *Expression and Meaning: Studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511609213

Searle, J. R. (1983). *Intentionality, an essay in the philosophy of mind*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9781139173452

Setpres, B. (2019). *Presiden ingin Danau Toba jadi kawasan wisata berkelas*. BIRO PERS, MEDIA, DAN INFORMASI SEKRETARIAT PRESIDEN. https://www.presidenri.go.id/siaran-pers/presiden-ingin-danau-toba-jadi-kawasan-wisata-berkelas/

Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Sanata Dharma University Press.

Tarigan Nirwaty, Sitompul Rajin, & Salsabila Syafina. (2021). Strategi pemasaran dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sumatera utara terhadap danau toba sebagai destinasi pariwisata super prioritas. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, *8*(2). https://journal.akpardarmaagung.ac.id/index.php/JIAA/article/view/91

Taulia, & Nasution Laraiba. (2021). Mandarin Language Students Illocutionary Acts in Japanese Language Learning at the University of Sumatera Utara.

Journal Polingua: Scientific Journal of Linguistic Literatura and Education, *10*(1), 6–11. https://doi.org/10.30630/polingua.v10i1.166

Usmani Saima, & Almashham Amal. (2024). Cross-Cultural Pragmatics: Analysing Speech Acts in Different Cultures. *International Journal of Language and Literary Studies*, *6*(1), 186–198. https://doi.org/10.36892/ijlls.v6i1.1586

Wan Nor Azlina Abdullah, & Mohamad Rozi Kasim. (2024). Analisis Lakuan Pertuturan dalam Filem Adiwiraku Menggunakan Teori Lakuan Pertuturan Searle. *Jurnal Bahasa*, *24*(2), 267–298. https://doi.org/10.37052/jb24(2)no4

Xu Xiaowei, Xian Xiaojing, Zhang Mengying, & Shi Si. (2025). Face matters: leveraging service robots for promoting travelers' high-effort pro-environmental intentions. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–22. https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2523914