

Pemahaman Strategi Komunikasi pada Ranah *Cross Culture* Indonesia dan Jepang sebagai Bentuk Peningkatan *Hospitality* di Yan Yan Silver

Anak Agung Ayu Dian Andriyani¹, Made Henra Dwikarmawan Sudipa², Ni Putu Vineisya Tarasista³

^{1,2,3}Program Studi Sastra Jepang, Universitas Mahasaraswati Denpasar
agungdianjepang@unmas.ac.id¹, hendradwikarmawan@unmas.ac.id², tarasista2006@gmail.com³

Abstract

Bali Island, as a tourism destination grounded in the concept of local wisdom that underpins social harmony, continues to exist and develop innovative approaches to sustainable tourism. This concept emphasizes tourism development that does not harm the environment or culture while providing economic benefits, protecting the environment, and preserving local socio-cultural values. One of the key attractions supporting this concept is the empowerment of micro, small, and medium enterprises (UMKM) to strengthen the local economy, including Yan Yan Silver. Based on a situational analysis conducted through direct observation and interviews, this community service program aims to enhance the cross-cultural communication competence of workers at Yan Yan Silver, a silver craft in Bali that frequently interacts with Japanese tourists. Limited understanding of Japanese cultural values, politeness strategies, and effective communication techniques has led to miscommunication and a decline in service quality. Therefore, this program focuses on practical training in Japanese-language communication strategies, the introduction of Japanese interaction norms, and culturally based hospitality practices. The methods employed include preliminary observation, interviews, participatory training, role-play simulations, and evaluation. The evaluation results before and after the training clearly indicate a significant improvement in workers' readiness to interact with Japanese tourists, particularly in the use of polite expressions, appropriate body language, and an enhanced understanding of Japanese tourists' communication expectations. This training is expected to contribute to improving service quality and strengthening the competitiveness of Yan Yan Silver as a culturally based silver gallery destination.

Keywords:

communication strategies
cross culture
Japanese tourism
staff

Abstrak

Pulau Bali sebagai destinasi wisata yang berlandaskan konsep kearifan lokal masyarakat Bali yang menjadi dasar harmoni kehidupan tetap eksis dan menyusun terobosan baru dalam konsep pariwisata berkelanjutan. Yaitu, pengembangan pariwisata tanpa merusak lingkungan, budaya dengan memberikan manfaat ekonomi, menjaga lingkungan, serta melestarikan sosial-budaya lokal. Serta yang menjadi daya tarik adalah peningkatan UMKM untuk mendukung perekonomian masyarakat Bali. Salah satunya di Yan Yan Silver. Berdasarkan analisis situasi melalui observasi langsung dan wawancara, maka kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi lintas budaya (*cross-cultural communication*) para pekerja di Yan Yan Silver sebagai salah satu UMKM kerajinan perak di Bali yang banyak berinteraksi dengan wisatawan Jepang. Minimnya pemahaman tentang nilai budaya Jepang, strategi kesantunan, serta teknik komunikasi efektif menyebabkan terjadinya miskomunikasi dan turunnya kualitas

pelayanan. Oleh karena itu, pengabdian ini fokus pada pelatihan strategi komunikasi berbahasa Jepang secara praktis, pengenalan norma-norma interaksi masyarakat Jepang, serta praktik hospitality berbasis budaya. Metode yang digunakan meliputi observasi awal, wawancara, pelatihan partisipatif, simulasi role-play, dan evaluasi. Setelah melaksanakan pelatihan terlihat secara jelas berdasarkan hasil evaluasi sebelum dan sesudah kegiatan, adanya peningkatan signifikan dalam kesiapan pekerja menghadapi wisatawan Jepang, terutama dalam penggunaan tuturan santun, pemilihan bahasa tubuh yang tepat, serta pemahaman terhadap ekspektasi komunikasi wisatawan Jepang. Pelatihan ini diharapkan berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dan daya saing Yan Yan Silver sebagai destinasi galeri perak berbasis budaya.

Corresponding Author:

Anak Agung Ayu Dian Andriyani
Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Bahasa Asing
Universitas Mahasaraswati Denpasar
agungdianjepang@unmas.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pariwisata Bali merupakan salah satu kekuatan utama sektor pariwisata Indonesia dan dikenal sebagai destinasi kelas dunia berdasarkan konsep pariwisata budaya (Andriyani et al., 2019). Pulau Bali populer dengan sebutan “*Pulau Dewata*” karena kekayaan budaya, serta keindahan alamnya yang memikat. Kombinasi antara budaya yang hidup, keramahan masyarakat lokal, dan pemandangan alam yang beragam menjadikan Bali sebagai destinasi yang mampu menarik jutaan wisatawan setiap tahun baik lokal maupun mancanegara. Sebagai destinasi wisata, Bali menawarkan berbagai paket dalam mendukung UMKM lokal ekonomi kreatif seperti kerajinan perak, kain tenun, dan kuliner lokal. Meskipun berkembang pesat, pariwisata Bali juga menghadapi tantangan serius, seperti kemacetan dan sampah.

Pemerintah daerah dan pelaku industri terus mendorong konsep pariwisata berkelanjutan yang menekankan penyebaran kunjungan ke desa wisata, peningkatan kualitas SDM, serta pengelolaan lingkungan hidup. Peran masyarakat, UMKM, dan pelaku budaya juga semakin penting dalam menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian identitas Bali. Secara keseluruhan, pariwisata Bali terus berevolusi mengikuti dinamika global, namun tetap mempertahankan kekhasan budaya dan nilai-nilai lokal sebagai daya tarik utama yang tidak dimiliki destinasi lain di dunia.

Yan Yan Silver adalah sebuah UMKM kerajinan perak (*silver crafts*) dikenal sebagai salah satu destinasi belanja dan edukasi kerajinan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Usaha ini memproduksi berbagai jenis perhiasan dan kerajinan perak dengan sentuhan desain tradisional Bali yang dipadukan dengan gaya modern. Wisatawan Jepang adalah salah satu pengunjung yang paling sering datang karena ketertarikan pada kerajinan tangan berkualitas. Hal ini membutuhkan hospitality yang peka akan budaya konsumen, termasuk pemahaman komunikasi lintas budaya.

Beberapa tantangan dalam pelayanan, khususnya saat berinteraksi dengan wisatawan Jepang diantaranya: 1) kesenjangan komunikasi lintas budaya, misalnya perbedaan cara menyapa, nada bicara, bahasa tubuh; 2) kurangnya pemahaman tentang kesantunan Jepang, seperti konsep *keigo*, *aisatsu*, dan *high-context culture*; 3) gaya komunikasi lokal yang cenderung langsung, ekspresif, dan santai, kadang kurang sesuai dengan ekspektasi wisatawan Jepang; 4) keterbatasan berkomunikasi menggunakan bahasa Jepang pada staf, terutama untuk ungkapan-ungkapan layanan dasar. Sehingga tantangan ini menyebabkan beberapa situasi miskomunikasi dan pengalaman pelayanan yang kurang optimal.

Atas dasar tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai Strategi Komunikasi pada Ranah Cross Culture Indonesia dan Jepang sebagai Bentuk Peningkatan Hospitality di Yan Yan Silver sehingga kualitas layanan di Yan Yan Silver dapat meningkat dan lebih kompetitif.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis agar tercapai pemahaman yang komprehensif dan aplikatif terhadap strategi komunikasi lintas budaya. Adapun metode pelaksanaan meliputi:

1. Observasi Lapangan Awal

Tim pengabdian melakukan observasi langsung di Yan Yan Silver untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang digunakan staf saat berinteraksi dengan wisatawan Jepang. Kemudian mencatat hambatan komunikasi yang sering terjadi dan meninjau kesiapan staf dalam memahami konteks budaya Jepang.

2. Wawancara dan Survei

Tim pengabdian melakukan wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan manajemen dan beberapa staf pelayanan.

3. Penyusunan Modul Pelatihan

Menyusun materi pelatihan berbasis sosiopragmatik yang mencakup: 1) Pengantar Cross Culture Communication (pengertian dan urgensinya dalam industri hospitality); 2) Perbandingan Nilai Budaya Indonesia dan Jepang (etika, cara berkomunikasi, sopan santun, dan kebiasaan sosial); 3) Studi Kasus dan Simulasi Layanan Wisatawan Jepang (praktik sapaan, pelayanan, dan penyelesaian masalah secara budaya); dan 4) Strategi kesantunan ranah jual beli kajian tourism

4. Pelatihan dan Workshop

Pelaksanaan pelatihan secara langsung di Yan Yan Silver selama 1–2 hari menggunakan metode pelatihan bersifat partisipatif dan interaktif, ceramah singkat, diskusi kelompok, dan *roleplay*/simulasi pelayanan tamu Jepang.

5. Pendampingan dan Evaluasi

Melakukan pendampingan selama 2 minggu setelah pelatihan agar staf terbiasa menggunakan strategi komunikasi yang dipelajari. Evaluasi dilakukan dengan: 1) Kuesioner pasca-pelatihan; 2) Observasi tindak lanjut; dan 4) Sesi tanya jawab/refleksi bersama staf

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh dosen dan mahasiswa program studi Sastra Jepang, Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar. Tim pelaksana yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berjumlah 4 orang dosen pendamping dan 3 orang mahasiswa.

3. PEMBAHASAN

Kegiatan ini diharapkan menjadi fondasi awal bagi Yan Yan Silver dalam membangun citra layanan profesional yang sensitif budaya, serta meningkatkan daya saing mereka dalam sektor pariwisata global yang berbasis customer experience. Peserta memiliki pemahaman awal yang baik tentang budaya Jepang dan pentingnya adaptasi dalam pelayanan. Munculnya kesadaran akan perbedaan nilai dan ekspektasi wisatawan asing. Peserta mampu mempraktikkan komunikasi dan perilaku hospitality yang lebih profesional dan sensitif secara budaya. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Yan Yan Silver telah menghasilkan beberapa capaian sebagai berikut:

Peningkatan pengetahuan lintas budaya merupakan strategi secara sistematis untuk bersikap saling menghormati, memahami, menghargai, dan mampu beradaptasi dengan perbedaan nilai, norma, perilaku, serta cara berkomunikasi antara kelompok budaya yang berbeda. Kemampuan ini menjadi acuan penting dalam sektor pelayanan publik, bisnis internasional, dan kehidupan ranah pariwisata. Setelah dilaksanakan pelatihan secara umum semua staf sebagian besar memahami perbedaan cara pandang Jepang dalam berkomunikasi, seperti misalnya, a). pentingnya ungkapan salam (*aisatsu*), b). cara tutur dan sikap tutur kepada wisatawan khususnya Jepang, c). pentingnya membaca konteks sebelum berbicara. Materi ini dapat dipahami dengan baik serta mereka mampu untuk membedakan budaya Indonesia dengan Jepang. Sehingga berbagai pengetahuan ini membuat peserta lebih percaya diri dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan Jepang.



Gambar 1. Pelatihan Tata Cara Menyapa Tamu Dengan Sesuai Budaya Jepang

Setelah pelatihan, peserta menjadi lebih proaktif dalam menyapa wisatawan, lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, serta lebih berhati-hati dalam menggunakan gesture dan ekspresi, sehingga proses pelayanan berlangsung dengan lebih hangat, terstruktur, dan profesional. Staf Yan Yan Silver juga menunjukkan sikap yang lebih terbuka terhadap perbedaan budaya dan lebih siap dalam menghadapi wisatawan asing, khususnya dari Jepang. Hal ini berpengaruh positif terhadap suasana layanan yang lebih profesional dan bersahabat.



Gambar 2. Penggunaan Sikap Ojigi dalam Menyambut Tamu

Para staf dan manajemen Yan Yan Silver, bersedia memberikan informasi yang relevan terkait pola komunikasi yang biasa mereka gunakan dalam melayani wisatawan asing, termasuk kendala-kendala yang pernah dihadapi. Informasi ini sangat membantu dalam menyusun materi pelatihan yang sesuai kebutuhan. Staf Yan Yan Silver mengikuti kegiatan pelatihan dan workshop secara aktif, menunjukkan antusiasme dalam menyimak materi, bertanya, serta berpartisipasi dalam diskusi dan simulasi layanan. Partisipasi ini mencerminkan motivasi mereka untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dalam konteks lintas budaya.

Pengabdian ini dilaksanakan dengan memanfaatkan media pembelajaran berbasis video sebagai sarana pelatihan penggunaan bahasa Jepang. Media pembelajaran berperan dalam menstimulasi proses berpikir peserta, meningkatkan minat serta perhatian, dan membantu membangun keterlibatan emosional dalam kegiatan belajar sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai (Wicaksono, 2011). Untuk menunjang efektivitas pelaksanaan pembelajaran, digunakan media video agar peserta pelatihan dapat memahami materi bahasa Jepang yang disampaikan secara lebih cepat dan optimal.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah metode pembelajaran dengan menyajikan materi ajar melalui kegiatan memperagakan atau mempertunjukkan kepada peserta (Daryanto, 2009). Penerapan metode ini bertujuan mempermudah pemahaman materi karena didukung oleh penggunaan alat peraga dan visualisasi. Dalam konteks ini, metode demonstrasi diwujudkan melalui penyajian pola-pola dasar bahasa Jepang yang ditampilkan dalam bentuk video.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan komunikasi lintas budaya karyawan Yan Yan Silver. Melalui pelatihan strategi komunikasi Indonesia-Jepang, kualitas hospitality meningkat secara signifikan. Pekerja menjadi lebih siap dalam melayani wisatawan Jepang dengan standar profesional dan sensitif budaya, sehingga UMKM memiliki daya saing lebih baik dalam sektor pariwisata.

Kegiatan PKM “Pemahaman Strategi Komunikasi pada Ranah Cross Culture Indonesia dan Jepang sebagai Bentuk Peningkatan Hospitality di Yan Yan Silver” berhasil memberikan dampak positif bagi

peningkatan kompetensi komunikasi karyawan dalam melayani wisatawan Jepang. Melalui pelatihan, simulasi, dan pendampingan lapangan, karyawan memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai strategi komunikasi lintas budaya, penerapan kesantunan, serta penyesuaian gaya komunikasi verbal maupun nonverbal sesuai konteks interaksi pariwisata. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa karyawan lebih percaya diri, adaptif, dan profesional dalam memberikan pelayanan, sehingga meningkatkan kepuasan wisatawan serta memperkuat citra Yan Yan Silver sebagai destinasi wisata budaya yang ramah dan berdaya saing global. PKM ini menegaskan bahwa pemahaman komunikasi lintas budaya merupakan faktor kunci dalam praktik hospitality, khususnya di ranah pariwisata Bali yang bersifat multikultural.

REFERENSI

- Andriyani, A., Djatmika, D., Sumarlam, S., & Rahayu, E. (2019). Learning from face-threatening acts by tourism workers in Bali: The impacts of cross-cultural misunderstanding. *Journal of Social Studies Education Research*, 10(3), 64–81.
- Bennett, M. J. (2015). *Basic concepts of intercultural communication*. Intercultural Press.
- Daryanto. (2009). *Panduan proses pembelajaran kreatif dan inovatif*. AV Publisher.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Sage Publications.
- Ide, S. (2006). *Japanese politeness and pragmatics*. Oxford University Press.
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (1997). *An introduction to tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Samovar, L., Porter, R., & McDaniel, E. (2017). *Communication between cultures*. Cengage Learning.
- Scollon, R., & Scollon, S. (2012). *Intercultural communication: A discourse approach*. Wiley-Blackwell.
- Sugimoto, Y. (2014). *An introduction to Japanese society*. Cambridge University Press.
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Westview Press.
- Wicaksono, D. S., et al. (2011). Media pembelajaran fisika interaktif bahasan kapasitor berbasis Flash dan XML. *Journal Speed–Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi*, 3(2), 47–54.