

## ABSTRAKSI

Rahmana Nur Arini

Penelitian ini merupakan studi kontrastif tindak tutur mengajak dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan pendekatan pragmatik yaitu analisis yang dilakukan dengan melihat sudut pandang penggunaan bahasa dalam konteks tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi ajakan yang digunakan dalam menyatakan ajakan dalam bahasa Jepang dan bahasa Indonesia, serta menjabarkan persamaan dan perbedaan strategi dalam kedua bahasa tersebut.

Data penelitian diperoleh dari Teks Melengkapi Wacana (TMW) yang dibuat berdasarkan teori skala kesantunan Brown dan Levinson yang dibatasi dalam lingkup akademik. Angket dibagikan kepada 21 mahasiswa Jepang dan Indonesia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teori strategi mengajak yang merupakan turunan dari teori strategi permohonan oleh Anna Trosborg.

Dari hasil analisis diperoleh bahwa dalam merealisasikan ajakan, penutur bahasa Jepang menggunakan 20 jenis strategi ajakan, sedangkan penutur bahasa Indonesia menggunakan 17 jenis strategi ajakan. Bahasa Jepang dan bahasa Indonesia sama-sama menggunakan strategi frase elipsis, imperatif, performatif tidak berpagar, performatif berpagar, keinginan dan harapan, kesediaan, kemampuan, isyarat kuat, isyarat halus, menawarkan, permohonan, imbalan, menyatakan dengan menggunakan perasaan, menggunakan rumusan informasi dan memuji. Perbedaan strategi bahasa Jepang dan bahasa Indonesia adalah, bahasa Jepang menggunakan strategi izin, pengutaraan pikiran, mengarah pada tuturan penolakan ajakan dan pengandaian. Strategi ini tidak ditemukan dalam strategi oleh penutur bahasa Indonesia. Sebaliknya, pada strategi oleh penutur bahasa Indonesia, ditemukan strategi memberi izin yang tidak ditemukan pada strategi bahasa Jepang. Dari penelitian ini dapat diketahui pula bahwa tindak tutur ajakan dalam bahasa Jepang kebanyakan dibentuk dengan menggunakan perubahan kata kerja, dan bentuknya dapat berubah mengikuti tingkat sosial serta kedekatan antara peserta tutur. Sedangkan dalam bahasa Indonesia kebanyakan menggunakan penanda kata ajakan, misalnya *mari* dan *ayo*. Namun dalam bahasa Indonesia penanda ajakan ini kebanyakan dapat digunakan kepada lawan tutur yang memiliki status sosial yang lebih tinggi, setara maupun lebih rendah.

Kata kunci : analisis kontrastif, ajakan, kesantunan

## ABSTRACT

Rahmana Nur Arini

The research is a contrastive study of invitation speech act between Japanese and Bahasa Indonesia. This research is worked descriptively by using a pragmatic approach that is an analysis which applied by considering the language using point of view in a particular context. The aim of this research is to describe the strategies used in both Japanese and Indonesian speech act of invitation along with seeking their similarities and differences in strategies.

Research data were collected using a Discourse Completion Test (DCT) that based on Brown and Levinson's scale of politeness theory which be limited in academic scope. The questionnaires were giving to the 21 students both Japanese and Indonesian. These data were later analyzed by using the invitation strategy theory which derived from Anna Trosborg's categorization of request.

From the result of the data analysis, it was found that in term of expression of invitation used, Japanese speakers used 20 strategies while Indonesian speakers used 17 strategies. The two speakers realized the invitation used elliptical phrase, imperatives, unhedges performatives, hedged performatives, desire/whishes, obligation, willingness, ability, strong hints, mild hints, offers, request, repayment, feeling, information and praise. Permission, expression of thought, expression of aiming to refusal the invitation and assumption only realized by Japanese speakers. While the expression of giving permission only realized by Indonesian speakers. Subsequently, from the result it also found that Japanese speakers realized the act of invitation by change the verb and it can be changed according the hearer's power and distance. While in Bahasa Indonesia, almost the utterance of invitation realized using word maker such as *mari* and *ayo*. However, in the Indonesian the word maker could be used for hearer's that having higher social status, equal or lower than speaker.

Key word : analysis contrastive, invitation, politeness.

## 要旨

日本語とインドネシア語における誘い発話のストラテジーの対照研究

ラーマナ・ヌル・アリニ

本論文は、日本語とインドネシア語の誘い発話のストラテジーにおける対照研究である。発話された場面から見る言語の使い方、いわゆる語用論に基づいた。日本語とインドネシア語の誘い発話の形式の形成に使われているストラテジーの共通点および相違点を明らかにすることが目的である。

本論文のデータは、発話完成テスト (Discourse Completion Test) から収集した。日本語母語話者とインドネシア語母語話者の大学生それぞれ 21 名ずつに対してアンケート調査を実施した。得られたデータをアンナ・トロスボルグの依頼理論による誘いストラテジー理論に基づき分析した。

分析の結果、日本語母語話者は 20 のストラテジーを使うのに対して、インドネシア語母語話者は 17 のストラテジーを使うことが明らかになった。日本語とインドネシア語の誘いストラテジーの共通点は、①省略、②命令文、③明確な勧誘遂行表現、④緩和された勧誘遂行表現、⑤欲望・希望、⑥義務表現、⑦意志求め、⑧能力求め、⑨明らかなヒント⑩曖昧なヒント ⑪申し出 ⑫依頼、⑬弁償の提案、⑭感動表現、⑮情報を伝わる⑯褒めるストラテジーが使われることが分かった。相違点については、日本語では①許可を求める、②思いことを伝わる表現、③誘いを断る表現、④仮定が使われる一方、インドネシア語では「許可を与える」使われることが分かった。日本語の誘い発話はほぼ動詞の変化で作られている。日本語は例えば「行く」の誘い言葉は「行きましょう」や「行ってくれない」などの動詞の変化という形になるが、インドネシア語では動詞が変わらず、「ayo (～ましょう)」と「mari (～ましょう)」などの誘いメーカーの言葉を採用することで、誘い表現になることが分かった。相手の「社会的距離」と「力」により変化することが分かった。一方、インドネシア語の誘い発話では例えば「mari」と「ayo」などの単語メーカーを活用し、相手の立場に関係なく、目上、同等、と目下のすべての立場の人に使われることが分かった。

キーワード：対照研究、誘い、ポライトネス