



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

***STRATEGI KOMUNIKASI BAHASA JEPUN DALAM KONTEKS ANTARA
BUDAYA SEMASA SESI LAWATAN PEMANDUAN PELANCONGAN DI
MALAYSIA***

ROSWATI ABDUL RASHID

FBMK 2015 52



**STRATEGI KOMUNIKASI BAHASA JEPUN DALAM KONTEKS ANTARA
BUDAYA SEMASA SESI LAWATAN PEMANDUAN PELANCONGAN DI
MALAYSIA**

Oleh

ROSWATI ABDUL RASHID

**Tesis ini telah dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti
Putra Malaysia, sebagai memenuhi syarat keperluan untuk Ijazah Doktor
Falsafah.**

Ogos 2015

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini , termasuk tanpa had teks, logo, ikon, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia.



DEDIKASI

*Kusyukuri nikmat hidup ini
Allah SWT Yang Maha Esa*

Kehadiranmu melengkapkan hidupku
Rohizat Saidin
Ahmad Najmi Rohizat
Ahmad Najwan Rohizat
Najma Nurina Rohizat

Doa restumu sentiasa mengiringi setiap langkahku
Abdul Rashid Ngah
Saidin Abdul Manaf & Maizom Mat Din

Sentiasa dalam ingatan
Allahyarhamah Wok Ali

Keluarga yang sentiasa di sisi kala suka dan duka
Kakak-kakaku
Abang-abangku
Adik-adikku
Ipar duaiku
Anak-anak saudara dan cucu

Sahabat yang sentiasa menyuntik motivasi dan semangat
Ryina Ikhwan
Farah Tajuddin
Radhiah Ismail

Temannya kongsi impian mengapai bintang
Roshanim Koris
Nor Asliza Abdul Rahim
Sahabat seperjuangan

Pelunasan tanggungjawabmu merealisasikan impianku
Rakyat Malaysia

“Terima Kasih”

Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Doktor Falsafah

**STRATEGI KOMUNIKASI BAHASA JEPUN DALAM KONTEKS ANTARA
BUDAYA SEMASA SESI LAWATAN PEMANDUAN PELANCONGAN
DI MALAYSIA**

Oleh

ROSWATI ABDUL RASHID

Ogos 2015

Pengerusi : Roslina Mamat, PhD

Fakulti : Bahasa Moden dan Komunikasi

Kajian ini merupakan suatu penelitian terhadap komunikasi antara budaya dalam pelancongan. Konteks komunikasi antara budaya yang dirujuk dalam kajian ini ialah bahasa Jepun (BJ) dan budaya Jepun antara pemandu pelancong (TG) Malaysia berbahasa Jepun dengan pelancong Jepun (PJ) di sepanjang sesi lawatan pemanduan pelancongan (SLPP). Kajian ini penting untuk memberikan satu rumusan tentang penguasaan komunikasi antara budaya TG Malaysia berBJ dari aspek pengaplikasian strategi yang mendasari komunikasi tersebut. Kepincangan penguasaan kemahiran antara budaya telah dikenal pasti akibat daripada kegagalan TG menguasai budaya negara hos dan pelancong. Walhal adalah satu keperluan bagi seseorang TG mempunyai kemahiran berkomunikasi antara budaya demi mencapai komunikasi yang efektif dan penyaluran maklumat adalah tepat yang bakal membentuk pengalaman pelancong terhadap destinasi yang dilawati. Secara khususnya kajian ini menjawab tiga persoalan kajian iaitu, 1) apakah strategi dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP diaplikasikan oleh TG Malaysia berBJ?, 2) apakah elemen yang mendasari pengaplikasian strategi oleh TG Malaysia berBJ dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP?, dan 3) apakah strategi negatif yang cenderung ke arah tercetusnya konflik semasa komunikasi antara budaya berlangsung di sepanjang SLPP? Kajian yang berorientasikan pendekatan kualitatif ini menggunakan kaedah rakaman audio, video dan catatan pemerhatian. Sebanyak tiga SLPP di sekitar KL digunakan sebagai kajian rintis manakala lima SLPP di sekitar bandar Melaka digunakan sebagai kajian sebenar. Responden kajian terdiri daripada lima orang TG Malaysia berBJ dan 17 orang PJ. Analisis melibatkan penekanan pengaplikasian strategi oleh TG di sepanjang SLPP secara kualitatif dan dipersembahkan dalam bentuk statistik mudah. Secara keseluruhan dapatan kajian menunjukkan terdapat 20 substrategi dari lima strategi utama telah diaplikasikan oleh para TG. 10 substrategi daripadanya adalah lima strategi utama yang menyokong teori Strategi dalam Komunikasi Antara Budaya SLPP (Huang, 2011a). Manakala 10 yang selebihnya merupakan substrategi baharu yang ditemui diaplikasikan oleh para TG berdasarkan faktor budaya masyarakat pelancong PJ dan penguasaan TG Malaysia berBJ. Substrategi memberi pendapat dikenal pasti strategi yang paling efektif terhadap kelancaran komunikasi antara budaya SLPP.

Faktor yang mendasari pengaplikasian substrategi ini ialah tempoh pengalaman seseorang TG dalam kariernya sebagai pemandu pelancong, penguasaan pengetahuan destinasi pelancongan dan latar belakang bangsa serta agama seseorang TG memainkan peranan yang penting. Dua substrategi yang diaplikasikan oleh TG iaitu strategi percampuran kod dan pengalihan kod dikenal pasti cenderung ke arah tercetusnya konflik di mana timbulnya situasi yang telah mencetuskan percanggahan dari segi nilai budaya, etika, mengancam air muka dan menjejaskan tahap kepuasan para PJ akibat daripada pertembungan budaya semasa SLPP. Dapatan kajian turut membuktikan bahawa unit bahasa, iaitu pencilahan turut dikenal pasti cenderung ke arah tercetusnya konflik. Manakala sebaliknya dengan elemen ketidaksantunan BJ dibuktikan tidak menjejaskan interaksi TG dan PJ di sepanjang SLPP. Keseluruhan kajian menyimpulkan bahawa pengendalian SLPP kepada PJ memerlukan TG Malaysia berBJ mengaplikasikan strategi tambahan yang khusus berbanding dengan yang terdapat pada kerangka teori Strategi dalam Komunikasi Antara Budaya (Huang, 2011a). Ini menunjukkan kerangka teori Huang (2011a) yang berasaskan penggunaan BI sebagai medium di sepanjang SLPP kepada pelancong antarabangsa yang berkunjung ke Yunnan, China berbeza pendekatan strateginya berbanding dengan penggunaan BJ sebagai medium terhadap PJ. Dengan lahirnya satu set strategi untuk menangani masalah dan mewujudkan komunikasi yang berkesan ini diharapkan penguasaan komunikasi antara budaya para TG akan lebih efisien dan berketrampilan.

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirement for the degree of Doctor of Philosophy

JAPANESE LANGUAGE COMMUNICATION STRATEGIES IN INTERCULTURAL CONTEXTS OF TOUR GUIDED SESSION IN MALAYSIA

By

ROSWATI ABDUL RASHID

August 2015

Chairman: Roslina Mamat, PhD
Faculty : Modern Languages and Communication

This study is an investigation of intercultural communication in tourism. The context of intercultural communication referred in this study are Japanese language (BJ) and Japanese culture between Malaysian tourist guides (TG) who speaks Japanese language and Japanese tourists (PJ) during the guided tour session (SLPP). This study is important in providing a summary of Malaysian speaking Japanese Language TG's intercultural communication mastery in the application of strategic aspects which underlies the communication. Lameness of intercultural skills was identified as a result of the failure of TG to master the culture of the host country and tourists. Whereas it is a necessity for a TG to occupy intercultural communication skills in order to achieve an effective communication and by circulating information precisely will shape the tourist experience of the destinations visited. In particular, this study addresses three issues, namely, 1) what are the strategies applied in intercultural communication during the SLPP by Japanese speaking Malaysian TG?, 2) what are the elements that underlies the application of the strategy by Japanese speaking Malaysian TG in intercultural communication during the SLPP ?, and 3) what is the negative strategy that tends to create conflict during the intercultural communication of SLPP? This study is based on qualitative approach that uses audio recordings, video and observations. Three SLPP around KL were used as a pilot study, whereas five SLPP around Malacca town were used for the actual study. The respondents are consist of five Japanese speaking Malaysian TGs and 17 PJs. Data's are analysed by using qualitative methods and presented in a simple statistics. Overall, the results in this study found that there are a total of 20 sub-strategies from five main strategies are applied by the TG. 10 sub-strategies derived from five main strategies that support the theory of Strategy in Intercultural Communication in SLPP (Huang, 2011a). While, the remaining new 10 sub-strategies was applied by the TG based on the cultural factor of PJ tourist society and the mastery of Japanese speaking Malaysian TG. Sub-strategy of giving opinions was identified as the most effective strategy in the fluency the SLPP intercultural communication. The factors that underlie the application of the strategies is a TG's career experience period as a tourist guide, knowledge of tour destinations, and also the race and religious background of a TG play an important role in the application. The study also found that two sub-strategies namely code mixing and code switching

strategies applied by TG has sparked a conflict in terms of cultural values, ethics and effects of the satisfaction level as a result of cultural clash during the SLPP. The findings also prove that the language unit namely insertion was being identified to create conflict, while conversely the language element of impoliteness was proved not to affect the interaction of TG and PJ along the SLPP. Overall, this study concluded that in handling the SLPP to PJ requires Malaysian Japanese speaking TG to apply additional strategies that are more specific compared to the Strategies in Intercultural Communication (Huang, 2011a) theoretical framework. With the emergence of a set of strategies in handling the problems and strategies of effective communication were expected that the TG intercultural communication mastery will be more efficient and competent.



PENGHARGAAN

Bismillahirrahmannirahim

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah dan Maha Penyayang

Segala Pujian ke Hadrat Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang.
Selawat dan Salam kepada Junjungan Besar Nabi Muhamad SAW.

Syukur ke hadrat Ilahi dengan izin dan rahmat-Nya, tesis ini dapat disempurnakan. Pelbagai bantuan dan sokongan dari segi akademik dan moral daripada pihak universiti, pensyarah, sahabat dan rakan seperjuangan telah diterima di sepanjang tempoh menyiapkan penulisan tesis ini.

Penghargaan khas dan berjuta terima kasih ditujukan kepada ketiga pensyarah dalam Jawatankuasa Penyeliaan pengajian ini, iaitu **Prof. Madya Dr. Roslina Mamat** selaku pengerusi yang sentiasa memberikan kerjasama, nasihat, pandangan yang sangat berguna dan memantau perkembangan penyelidikan ini agar berjalan dengan lancar di sepanjang pengajian ini. Seterusnya kepada **Dr. Eriko Yamato** selaku penyelia bersama yang turut sama bertungkus lumus memantau dan memberikan tunjuk ajar yang sangat berharga terhadap kajian dan penulisan tesis ini. Akhir sekali, kepada **Prof. Madya Dr. Zaitul Azma Zainon Hamzah** yang sentiasa menitipkan pandangan bernas dan petunjuk yang berguna terhadap hala tuju kajian ini sehingga tesis ini dapat disempurnakan. Segala ilmu, bantuan, panduan dan buah fikiran yang diberikan amat saya hargai. Tanpa bimbingan dan kerjasama tersebut sudah pasti tesis ini sukar disempurnakan.

Terima kasih yang tidak terhingga juga ditujukan kepada semua peserta kajian yang sudi mengambil bahagian dalam tesis ini. Antaranya pemandu pelancong Malaysia berbahasa Jepun dan pelancong Jepun.

Penghargaan turut ditujukan kepada Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia yang menjadi platform bagi saya melengkapkan diri dengan pengetahuan dan kemahiran secara teori dan pratikal dalam bidang pengkhususan pengajian. Terima kasih juga kepada Kementerian Pendidikan Malaysia dan Universiti Malaysia Terengganu atas peluang dan kepercayaan yang diberikan untuk menaja pengajian ini.

Terima kasih semua dan Allah SWT sahaja yang dapat membalas segala kebaikan tersebut.

õktqktq"qugyc ni narimashita. Atki cvqq"iq/cko cujkwö

Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 24hb Ogos 2015 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Roswati Abdul Rashid bagi menilai tesis beliau yang bertajuk “Strategi Komunikasi Bahasa Jepun Dalam Konteks Antara Budaya semasa Sesi Lawatan Pemanduan Pelancongan di Malaysia” mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Doktor Falsafah.

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

Ahmad Mahmood bin Musanif, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Muhammad Fauzi bin Jumingan, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Vijayaletchumy a/p Subramaniam, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Munif Zarirruddin Fikri bin Nordin, PhD

Profesor Madya
Pusat Pengajian Umum
Kolej Sastera dan Sains
Universiti Utara Malaysia
(Pemeriksa Luar)



ZULKARNAIN ZAINAL, PhD

Profesor dan Timbalan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 5 November 2015

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk ijazah Doktor Falsafah. Ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut:

Roslina Mamat, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Eriko Yamato, PhD

Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

Zaitul Azma Binti Zainon Hamzah, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

BUJANG KIM HUAT, PhD

Profesor dan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Perakuan Pelajar Siswazah

Saya memperakui bahawa:

- ◁ tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- ◁ setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- ◁ tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau di institusi lain;
- ◁ hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak Universiti Putra Malaysia mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- ◁ kebenaran bertulis daripada penyelia dan Pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- ◁ tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____ Tarikh: _____

Nama dan No. Matrik: ROSWATI ABDUL RASHID – GS30718

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah seliaan kami;
- tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan di bawah Peraturan 41 dalam Peraturan 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: _____

Nama Pengerusi Jawatankuasa Penyeliaan: _____

Tandatangan: _____

Nama Ahli Jawatankuasa Penyeliaan: _____

Tandatangan: _____

Nama Ahli Jawatankuasa Penyeliaan: _____

ISI KANDUNGAN

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
PENGHARGAAN	v
PENGESAHAN	vi
PERAKUAN	viii
SENARAI JADUAL	xii
SENARAI RAJAH	xiii
SENARAI SINGKATAN	xv
BAB	
1 PENDAHULUAN	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Pernyataan Masalah	2
1.3 Objektif Kajian	5
1.4 Persoalan Kajian	6
1.5 Kepentingan Kajian	6
1.6 Batasan Kajian	7
1.7 Definisi Operasional	8
1.8 Kesimpulan	10
2 SOROTAN LITERATUR	
2.1 Pengenalan	11
2.2 Pelancongan Malaysia	11
2.2.1 Pelancong Jepun	15
2.2.2 Pemandu Pelancong	21
2.3 Komunikasi Antara Budaya	24
2.4 Kecekapan Komunikasi Antara Budaya (ICC)	28
2.5 ICC dalam Pelancongan	31
2.5.1 Penguasaan Budaya	36
2.5.2 Kemahiran Berbahasa	37
2.5.3 Motivasi	43
2.5.4 Situasi	45
2.6 Konflik Komunikasi Antara Budaya dalam Pelancongan	46
2.6.1 Kesantunan Bahasa Jepun	49
2.6.2 Pencelahan	52
2.7 Perkaitan Sorotan Kajian Lepas dengan Penyelidikan	54
2.8 Kesimpulan	54

3	METODOLOGI	
3.1	Pengenalan	55
3.2	Reka Bentuk Kajian	55
3.3	Kerangka Teori Strategi Komunikasi Antara Budaya SLPP	56
3.4	Kerangka Teori Kajian	64
3.5	Kerangka Konsep Kajian	66
3.6	Populasi dan Persampelan Kajian	67
3.7	Data Kajian	71
3.8	Pengumpulan Data Kajian	92
3.9	Tatacara Analisis	96
3.10	Pertimbangan Etika	99
3.11	Kesimpulan	100
4	ANALISIS DATA DAN PERBINCANGAN	
4.1	Pengenalan	101
4.2	Analisis Kajian	101
	4.2.1 Pengaplikasian Strategi dalam Komunikasi Antara Budaya	101
	4.2.2 Elemen yang Mendasari Pengaplikasian Strategi	190
	4.2.3 Strategi Negatif yang Cenderung ke Arah Tercetus Konflik	203
4.3	Rumusan Dapatan	229
4.4	Kesimpulan	231
5	RUMUSAN DAN CADANGAN	
5.1	Pengenalan	233
5.2	Perbincangan dan Kesimpulan	233
5.3	Rumusan Kajian	238
5.4	Implikasi Teori dan Metodologi	239
5.5	Sumbangan Kajian	240
5.6	Cadangan Kajian Akan Datang	240
	5.6.1 Aspek Kesantunan BJ	240
	5.6.2 Aspek Pedagogi Pembelajaran dan Pengajaran BJ	241
	5.6.3 Aspek Menyediakan Bahan Rujukan	242
5.7	Penutup	242
	RUJUKAN	243
	LAMPIRAN	
	LAMPIRAN A – Surat Kebenaran Mengumpulkan Data	256
	LAMPIRAN B – Iklan Penyertaan SLPP ke Melaka	258
	LAMPIRAN C – Surat Kebenaran dan Persetujuan Pengelibatan Peserta	259
	LAMPIRAN D – Dapatan Data Analisis	261
	BIODATA PELAJAR	284
	SENARAI PENERBITAN	285

SENARAI JADUAL

Jadual	Halaman	
2.1	Kedatangan Pelancong ke Malaysia 1998 - 2013	12
2.2	Program Pelancongan yang Ditawarkan KPM	14
2.3	Kedatangan Pelancong ke Malaysia 2009-2013	17
2.4	TG Mengikut Kemahiran Bahasa Asing	24
3.1	Profil TG	68
3.2	Profil PJ	70
3.3	Perincian Data Rakaman	91
3.4	<i>Basic Transcription System for Japanese</i> (Usami, 2000)	95
4.1	Pengaplikasian Strategi dalam Komunikasi Antara Budaya SLPP	102
4.2	Perincian Pengaplikasian Strategi	103
4.3	Strategi yang Dominan Pengaplikasiannya	191

SENARAI RAJAH

Rajah	Halaman	
2.1	Statistik PJ ke Luar Negara	16
2.2	Trend Kedatangan PJ ke Malaysia	18
2.3	Bilangan TG Malaysia Mengikut Negeri sehingga 30 September 2014	23
2.4	Model Konteks Komunikasi Antara Budaya	25
2.5	Model Keprihatinan Komunikasi Silang Budaya	26
2.6	Model IC	30
2.7	Model Penganalisan Faktor yang Menyumbang kepada IC TG dan Kepuasan Pelancong	32
2.8	Pengelasan Identiti - Teori Pengurusan Identiti	34
2.9	Pergerakan dan Keadaan Subjek dalam Situasi <i>Kenjoogo</i>	51
2.10	Pergerakan dan Keadaan Subjek dalam Situasi <i>Sonkeego</i>	52
3.1	Kajian Perspektif dalam Kajian Kualitatif	56
3.2	Kerangka Teori Kajian	65
3.3	Kerangka Konsep Kajian	66
3.4	Dapatan Kajian Rintis	90
3.5	Proses Generik Data	96
3.6	Contoh Pengelasan dan Pengkategorian Substrategi	97
4.1	Pengaplikasian Substrategi dalam Komunikasi Antara Budaya SLPP	104
4.2	Strategi Adaptasi terhadap Perbezaan Budaya	104
4.3	Substrategi Mengadaptasi Tingkal Laku PJ	105
4.4	Substrategi Mengungkapkan Kata Selamat BJ	109
4.5	Strategi Mengadaptasi Sistem Panggilan Sapaan	113
4.6	Substrategi Mengadaptasi Masa	116
4.7	Strategi Membina Himpunan Pelbagai Kemahiran Komunikasi	120
4.8	Substrategi Percampuran Kod	120
4.9	Kategori Penggunaan Bahasa dalam Substrategi Percampuran Kod	125
4.10	Substrategi Bertanya	126
4.11	Substrategi Bertanya - Memohon Persetujuan	126
4.12	Substrategi Bertanya - Mendapatkan Maklumat	128
4.13	Substrategi Bertanya - Merayu Kerjasama	129

4.14	Substrategi Bertanya - Prihatin	131
4.15	Substrategi Bertanya - Menduga	133
4.16	Substrategi Bertanya - Meminta Pendapat	135
4.17	Pertanyaan Lain	136
4.18	Substrategi Bertanya Mengikut Kategori	138
4.19	Substrategi Memberikan Pendapat	139
4.20	Substrategi Pengalihan Kod	143
4.21	Substrategi Memberikan Cadangan	147
4.22	Substrategi Meningkatkan Motivasi dan Memberikan Galakan	151
4.23	Strategi Membina Persamaan	156
4.24	Substrategi Mewujudkan Persamaan	156
4.25	Substrategi Membuat Perbandingan	160
4.26	Strategi Mengekalkan Hubungan Bersesuaian	164
4.27	Substrategi Bercerita	164
4.28	Substrategi Humor	168
4.29	Substrategi Memberikan Pujian	173
4.30	Substrategi Merendah Diri	177
4.31	Strategi Menyelesaikan Konflik	181
4.32	Substrategi Memberikan Peringatan	182
4.33	Substrategi Menangani Konflik	185
4.34	Substrategi Memohon Maaf	189
4.35	Substrategi yang Dominan Pengaplikasiannya	192
4.36	Kesalahan Ketidaksantunan	213
4.37	Pencelahan	221
4.38	Pengaplikasian Strategi Mengikut Strategi Utama	230

SENARAI SINGKATAN

PKPM	-	Perbadanan Kemajuan Pelancongan Malaysia
KPM	-	Kementerian Pelancongan Malaysia
KL	-	Kuala Lumpur
FIT	-	<i>Free Independence Travel</i>
TG	-	Pemandu Pelancong (<i>Tourist Guide</i>)
PJ	-	Pelancong Jepun
SLPP	-	Sesi Lawatan Pemanduan Pelancongan
BJ	-	Bahasa Jepun
BI	-	Bahasa Inggeris
BM	-	Bahasa Melayu
UNWTO	-	<i>United Nation and World Tourism Organization</i>
JLPT	-	<i>Japanese Language Proficiency Test</i>
KRTG	-	Kajian Rintis Pemandu Pelancong
KRPJ	-	Kajian Rintis Pelancong Jepun
IC	-	Kecekapan Antara Budaya (<i>Intercultural Competence</i>)
CC	-	Kecekapan Komunikasi (<i>Communication Competence</i>)
ICC	-	Kecekapan Komunikasi Antara Budaya (<i>Intercultural Communication Competence</i>)
L2	-	Bahasa Kedua (<i>2nd Language</i>)

© COPYRIGHT UPM



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Dalam industri pelancongan, pengurusan organisasi yang baik, destinasi pelancongan yang menarik, strategi pemasaran yang efektif, dan sebagainya tidak akan dapat dimaksimumkan dan dikekalkan pasarannya tanpa pengurusan yang profesional dan kakitangan yang mempunyai kemahiran komunikasi yang baik untuk berurusan dengan organisasi, ahli perniagaan pelancongan dan para pelancong (Leslie, Russell, & Govan, 2004). Kenyataan ini membuktikan bahawa dalam industri pelancongan, hubungan yang baik tidak dapat dikekalkan tanpa komunikasi yang berkualiti antara tuan rumah (hos – akan diguna pakai untuk merujuk tuan rumah bagi penulisan seterusnya) dengan pelancong. Lebih-lebih lagi hubungan tersebut melibatkan orang luar daripada negara-negara lain di mana bahasa asing diperlukan seperti yang ditegaskan oleh Leslie, Russell dan Forbes (2002) - sesetengah bahasa umumnya merupakan prasyarat dalam sesebuah komunikasi, dan dengan itu keupayaan untuk bertutur dengan pelancong dalam bahasa mereka adalah sesuatu yang penting dalam pasaran yang kompetitif.

Schroder (1981) berpendapat bahawa pelanggan dalam bidang perniagaan, sama ada pelancong atau ahli perniagaan didapati lebih gemar bertutur dalam bahasa ibunda mereka. Graves (2001) dalam perbincangan dengan Duta Perancis dan Jerman di UK, melaporkan bahawa kemahiran bahasa asing merupakan “kunci kepada pembelajaran dimensi antara budaya”. Ini membuktikan keupayaan berinteraksi dengan orang daripada budaya yang berbeza memberikan manfaat yang besar kepada ekonomi (Neuliep, 2006).

Jelas pernyataan di atas menunjukkan bahawa terdapat keperluan untuk meningkatkan kesedaran tentang manfaat yang akan diperolehi sekiranya seseorang itu berkebolehan berbahasa asing. Ini membuktikan bahawa dalam industri pelancongan, pengetahuan BI sahaja tidak mencukupi. “Tidak dapat disangkal lagi walaupun penguasaan BI merupakan satu bahasa globalisasi, namun kemampuan untuk bertutur bahasa lain atau beberapa bahasa semakin penting dalam ekonomi yang berdaya saing dan global” (Blunkett, 1998). Walaupun begitu, kemahiran bahasa asing tidak datang secara sendirian di mana ia datang bersama dengan budaya negara tersebut dan merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan (Monod, 1992). Begitu juga Devereux (1998) yang menggambarkan pengaplikasian pengetahuan budaya dan kemahiran bahasa asing merupakan sebahagian daripada kecekapan perkhidmatan rentas budaya dalam industri pelancongan yang berkualiti. Oleh itu, secara kesimpulannya pengetahuan budaya dan penguasaan bahasa asing tidak dapat dipisahkan. Penutur bahasa kedua memperoleh dan menggunakan bahasa asing sambil perlu menerapkan unsur budaya bahasa asing tersebut.

Sejajar dengan persekitaran industri pelancongan hari ini, yang diwarnai oleh pelbagai latar belakang pelancong antarabangsa merupakan titik penting dalam usaha mewujudkan pemahaman yang lebih baik terhadap pelancongan pelbagai budaya. Seperti dakwaan Reisinger dan Turner (1999), variasi budaya dalam nilai orientasi dan tingkah laku sosial mempunyai kesan langsung kepada pengalaman percutian para pelancong. Keupayaan hos untuk bertindak balas terhadap keperluan pelancong pelbagai budaya ialah satu elemen penting dalam menentukan pengalaman percutian pelancong yang positif dan memuaskan. Oleh itu, salah satu komponen yang memenuhi keperluan asas pelancong yang ingin diketengahkan dalam penyelidikan ini ialah penggunaan bahasa Jepun (akan dirujuk sebagai BJ untuk penulisan seterusnya) sebagai medium dalam sesi lawatan pemanduan pelancongan (akan dirujuk sebagai SLPP untuk penulisan seterusnya) terhadap para pelancong Jepun (akan dirujuk sebagai PJ untuk penulisan seterusnya) yang berkunjung ke Malaysia dalam konteks pertembungan budaya antara dua negara yang berbeza, iaitu Malaysia dan Jepun.

1.2 Pernyataan Masalah

Penyelidikan terhadap prestasi pemandu pelancong (akan dirujuk sebagai TG¹) untuk penulisan seterusnya) dan impaknya terhadap kepuasan pelancong masih lagi kurang jika dibandingkan dengan penyelidikan terhadap perkhidmatan di hotel dan restoran dalam pelancongan (Zhang & Chow, 2004; Hsu & Chan, 2009). Low (1999) merupakan satu-satunya penyelidik yang melihat kepuasan pelancong asing ke Malaysia terhadap prestasi TG Malaysia. Namun, penyelidikan yang menjurus kepada penerokaan kepuasan TG Malaysia masih belum dilakukan. Oleh itu, penyelidikan berfokuskan prestasi TG dan impaknya terhadap kepuasan pelancong adalah penting dijalankan kerana peranan TG itu sendiri sebagai penentu utama kepuasan para pelancong (Hughes, 1991; Geva & Goldman, 1991; Schmidt, 1979; Wang, Hsieh, & Huan, 2000). Berikut ialah tiga gambaran prestasi para TG Malaysia berBJ semasa mengendalikan sesi pemanduan terhadap PJ.

Takajima (2011) menggambarkan dua situasi tingkah laku TG Malaysia yang tidak sensitif terhadap budaya masyarakat Jepun yang telah dikemukakan oleh PJ. Antaranya ialah:

Situasi 1:

TG telah menerima cenderamata daripada PJ dan telah menerima cenderamata daripada PJ. TG beranggapan cenderamata yang diterima adalah untuk dikongsi dengan semua orang (TG dan pemandu kenderaan). Namun bagi pihak PJ pula cenderamata tersebut disediakan khas daripada Jepun untuk dihadiahkan kepada TG tersebut. Perbuatan TG menyerahkannya kepada pemandu kenderaan membuatkan pelancong tersebut berasa terhina. Apa yang dijangkakan daripada TG tersebut ialah mengucapkan terima kasih

¹ Pemilihan kata singkatan TG ini dibuat agar tidak terkeliru dengan singkatan PJ (Pelancong Jepun) dalam kajian ini sekiranya mengguna pakai kata nama asal pemandu pelancong, iaitu PP.

pada saat cenderamata bertukar tangan dan menyimpannya di tempat yang selamat sebagai tanda penghargaan.

Situasi 2:

Pada pandangan orang Jepun, sekiranya timbul kesilapan berkenaan SLPP dan mengakibatkan ketidakpuasan hati dalam kalangan PJ, bukan TG sahaja yang harus memohon maaf tetapi pada dasarnya pihak atasan yang harus memohon maaf bagi pihak staf bawahannya sebagai melahirkan rasa tanggungjawab atas kekurangan tunjuk ajar yang diberikan kepada orang bawahannya.

Manakala situasi 3 ialah contoh daripada kajian oleh Roslina Mamat, Hazlina Abdul Halim dan Normaliza Abdul Rahim (2012) dari aspek penggunaan “pencelahan” oleh juru iring berBJ yang bertugas di salah sebuah kompleks kraftangan terkemuka di KL semasa mengiringi para PJ untuk memberikan taklimat berkenaan produk yang dikeluarkan.

Situasi 3:

Komunikasi yang berlangsung antara juru iring berBJ dengan PJ berjalan secara spontan dan bersahaja. Namun kelancaran perbualan dicatatkan oleh jurubahasa dengan mencelah percakapan salah seorang PJ yang sedang bertutur. PJ tersebut yang jelas belum dapat menghabiskan percakapannya terdiam dan tidak lagi meneruskan ayatnya walaupun selepas jurubahasa selesai bercakap. Dalam data selama satu jam, didapati PJ tidak pernah mencelah percakapan jurubahasa tetapi jurubahasa tersebut telah mencelah sebanyak sembilan kekerapan di sepanjang perbualan tersebut berlangsung. Malah didapati kebanyakan pencelahan yang dibuat tiada kaitan langsung dengan apa yang sedang atau yang akan dituturkan oleh PJ.

Daripada ketiga-tiga kes di atas jelas menunjukkan bahawa kepincangan penguasaan kemahiran antara budaya yang telah dikenal pasti akibat daripada kegagalan TG Malaysia berBJ menguasai budaya negara hos dan PJ. Huang (2010) menegaskan bahawa menjadi satu keperluan bagi seseorang TG mempunyai kemahiran berkomunikasi antara budaya demi mencapai komunikasi yang efektif dan penyaluran maklumat adalah tepat yang bakal membentuk pengalaman pelancong terhadap destinasi yang dilawati. Untuk mewujudkan pemahaman yang lebih baik terhadap keperluan mencapai komunikasi antara budaya yang efektif dalam konteks komunikasi pelancongan, penyelidik merasakan adalah wajar pola strategi dalam komunikasi antara budaya yang digunakan oleh TG Malaysia berBJ semasa berinteraksi dengan PJ di sepanjang SLPP diterokai.

Seterusnya ialah dua isu besar lain yang turut memperkukuh lagi keperluan kajian ini menyelongkar dengan lebih mendalam lagi elemen yang mendasari pengaplikasian strategi dalam komunikasi antara budaya oleh para TG. Pertamanya ialah isu penggunaan bahasa dalam pelancongan. Menurut Leslie et. al. (2002) kebimbangan telah disuarakan oleh majikan, akademik, agensi kerajaan dan orang awam yang

prihatin tentang ketidakupayaan TG menyampaikan perkhidmatan yang berkesan, terutama dalam penggunaan bahasa dalam interaksi mereka dengan pelancong. Huang (2011a) telah turut membangkitkan persoalan dalam konteks perkhidmatan pemanduan pelancongan, iaitu sejauh manakah TG mampu mengkomersilkan komunikasi mereka dengan pelancong?

Kajian Roslina Mamat, Yamato dan Normaliza Abdul Rahim (2010) memperjelaskan tahap penguasaan BJ yang perlu ada pada seseorang sekiranya ingin menjadi TG Malaysia berBJ. Kajian mereka melihat strategi komunikasi yang digunakan oleh pegawai penerangan di pusat kraf tangan semasa berinteraksi menggunakan BJ, mendapati bahawa pegawai tersebut kerap menggunakan strategi komunikasi ketika berinteraksi yang mana diinterpretasikan sebagai tidak fasih atau lemah. Kajian tersebut turut mendapati bahawa dari segi penggunaan bahasa santun pula banyak ujaran yang tidak menggunakan bentuk sopan yang asas dan jauh sekali menggunakan bahasa sopan pada peringkat yang lebih tinggi. Ini memberikan tanda aras kepada KPM selaku pihak yang bertanggungjawab mengeluarkan lesen TG agar tahap penguasaan BJ yang tertentu harus ditetapkan sebagai kriteria dalam meluluskan lesen tersebut.

Isu kedua ialah kepincangan dari segi penyaluran maklumat yang tidak jelas dalam kalangan TG kepada pelancong. Seperti mana dapatan kajian luar negara begitu juga dalam konteks TG Malaysia, Ong (2005) dalam kajiannya mendapati bahawa TG Malaysia kurang berpengetahuan tentang sejarah dan budaya Malaysia serta kekurangan kosa kata dan penggunaan kosa kata yang tidak betul. Beliau merumuskan bahawa pendedahan yang minimum tentang destinasi pelancongan menyebabkan TG tidak dapat memberikan penjelasan yang berkesan dan kadang-kadang mengelirukan. Manakala menurut mantan Menteri Pelancongan, Datuk Seri Dr. Ng Yen Yen pada 2011, KPM menerima sebanyak 255 aduan daripada pelancong asing tentang kualiti dan sikap TG antaranya kurang fasih dan kurang pengetahuan terhadap produk pelancongan. Malah ada juga TG yang menipu pelancong (Bernama News, 2011b).

Oleh itu, berdasarkan kedua-dua isu ini, adalah wajar kajian ini mengenal pasti dan meneliti elemen yang mendasari pengaplikasian strategi dalam komunikasi antara budaya oleh para TG Malaysia berBJ semasa berinteraksi dengan PJ. Dan sebagai kontras kepada pengaplikasian strategi dan untuk mempermantap penerokaan penentu keberkesanan perolehan penguasaan komunikasi antara budaya, strategi negatif yang cenderung ke arah tercetusnya konflik harus turut dikenal pasti. Kewajaran meneliti aspek ini adalah bagi tujuan membantu para TG menyalurkan maklumat secara lebih jelas dan mudah serta sebagai garis panduan agar tidak timbulnya konflik. Malah mungkin menjadi satu nilai tambah, iaitu para TG akan menjadi rujukan terbaik bagi orang Jepun semasa berada di Malaysia. Ini adalah selaras dengan peranan TG sebagai penentu utama kepuasan para pelancong (Hughes, 1991; Geva & Goldman, 1991; Schmidt, 1979; Wang et. al., 2000) dan bakal membentuk pengalaman para pelancong terhadap destinasi yang dilawati Hsu et. al. (2009) dan Huang (2011a).

Secara keseluruhannya, penyelidikan ini akan mengisi lompong yang terdapat pada kajian kemahiran antara budaya oleh TG yang terdahulu, iaitu meneliti pola pengaplikasian strategi dalam komunikasi antara budaya yang muncul daripada data

yang diambil terus daripada peristiwa interaksi sebenar antara TG dan PJ. Ini adalah kerana beberapa kajian berfokuskan konteks antara budaya terdahulu antaranya ialah Beefin (2011), Huang (2011a), Huang (2011b), Yu et. al. (2002), Toomey (2012), Izumi (2010), Weill (2011), Steiner dan Reisinger (2004), Meade (2010) dan Renalds (2011) yang telah dilakukan hanya menggunakan data yang diperoleh melalui soal selidik ataupun melalui temu bual, tidak menggunakan data daripada situasi sebenar komunikasi berlangsung. Dapatan mereka masih lagi pada tahap persepsi para responden kajian yang masih boleh dipertikaikan kebolehpercayaannya.

Penerokaan pengaplikasian strategi oleh TG di sepanjang SLPP dengan menggunakan pendekatan kualitatif ini akan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh tentang kelangsungan pengendalian sesebuah SLPP dari sudut bahasa dan budaya dalam konteks antara budaya secara semula jadi. Secara asasnya, penerokaan ini memberikan pemahaman yang lebih jelas apakah yang mendasari sesebuah komunikasi antara budaya dalam SLPP, bagaimana seseorang TG membina dan menyusun pengetahuan apabila berinteraksi dengan PJ dalam konteks antara budaya, dan bagaimana para PJ memberikan tindak balas terhadap komunikasi antara budaya tersebut. Dengan adanya pemahaman ini, kita berupaya membangunkan kesedaran secara kritikal terhadap hubungan sosial dengan PJ dalam komunikasi pelancongan. Pemahaman hubungan sosial dari segi tingkah laku budaya dan bahasa pihak klien dalam konteks pelancongan merupakan asas kejayaan dalam urus niaga perkhidmatan globalisasi.

1.3 Objektif Kajian

Fokus penyelidikan ini ialah penguasaan komunikasi antara budaya TG Malaysia berBJ dari aspek pengaplikasian strategi dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP. Perolehan penguasaan komunikasi ini diteliti dari aspek pengaplikasian strategi dalam konteks komunikasi antara budaya antara TG dan PJ di sepanjang SLPP berlangsung menggunakan medium BJ. Oleh itu, secara khususnya kajian ini merangkumi objektif berikut:

1. Mengenal pasti pengaplikasian strategi oleh TG Malaysia berBJ semasa berinteraksi dengan PJ di sepanjang SLPP dalam konteks antara budaya.
2. Menghuraikan elemen yang mendasari pengaplikasian strategi oleh TG Malaysia berBJ dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP.
3. Merumuskan strategi negatif yang cenderung ke arah tercetusnya konflik semasa komunikasi antara budaya berlangsung di sepanjang SLPP.

1.4 Persoalan Kajian

Berdasarkan beberapa isu yang telah dikemukakan pada pernyataan masalah, berikut ialah persoalan kajian yang perlu dijelaskan:

Persoalan kajian secara am:

1. Apakah strategi dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP diaplikasikan oleh TG Malaysia berBJ?
2. Apakah elemen yang mendasari pengaplikasian strategi oleh TG Malaysia berBJ dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP?
3. Apakah strategi negatif yang cenderung ke arah tercetusnya konflik semasa komunikasi antara budaya berlangsung di sepanjang SLPP?

1.5 Kepentingan Kajian

Penyelidikan ini penting untuk memberikan satu rumusan tentang penguasaan komunikasi antara budaya TG Malaysia berBJ dari aspek pengaplikasian strategi dalam komunikasi antara budaya. Penyelidikan ini akan dapat menerangkan penentu keberkesanan perolehan penguasaan komunikasi antara budaya dalam interaksi semasa SLPP dijalankan. Para TG berBJ akan lebih berkeyakinan berkomunikasi dengan PJ sekiranya mereka dilengkapi dengan pengetahuan pengaplikasian penentu keberkesanan komunikasi tersebut. Kepentingan penggunaan strategi ini adalah bagi tujuan membantu mereka menyampaikan mesej secara lebih jelas dan mudah serta sebagai garis panduan agar tidak timbulnya konflik.

Penyelidikan ini juga diharapkan akan menjadi rujukan kepada tenaga pengajar BJ dalam mencari pendekatan atau teknik yang bertepatan dan merencanakan rancangan pembelajaran, khususnya pembelajaran BJ untuk pelancongan. Tumpuan terus kepada penentu keberkesanan penguasaan komunikasi antara budaya dapat dipraktikkan agar pemerolehan penguasaan akan dapat dicapai pada tahap yang maksimum. Hasil daripada usaha ini, bakal TG yang berkualiti dan berkredibiliti akan dapat dilahirkan.

Dapatan penyelidikan ini diharapkan bermanfaat kepada pelajar, pengajar BJ dan institusi yang terlibat dalam pembelajaran BJ bagi program pelancongan dan hospitaliti. Dapatan kajian akan membantu institusi ini mengenal pasti keperluan dan penekanan yang perlu diketengahkan dalam merangka silibus pembelajaran BJ. Dengan adanya silibus yang mengintergrasikan penentu keberkesanan komunikasi antara budaya ini, mutu dan prestasi pelajar dan pengajar diharapkan mencapai tahap yang diperlukan dalam usaha mengeluarkan pekerja pelancongan yang berkualiti.

Kajian ini diharapkan dapat menjadi rujukan kepada pihak KPM dalam menggubal hala tuju profesion TG. Contohnya, menetapkan kriteria dalam permohonan menjadi sebagai seorang TG, kriteria untuk mendapatkan lesen berdasarkan tahap penguasaan budaya serta bahasa, dan sebagainya. Sebagaimana saranan Roslina Mamat et. al. (2012), penguasaan BJ yang baik seharusnya seiring dengan pengetahuan budaya Jepun supaya pengalaman pelancong selama beberapa hari di Malaysia akan menjadi satu pengalaman yang menarik dan memberikan kesan positif kepada mereka.

Akhir sekali kajian ini juga diharapkan akan menjadi rujukan dan pemangkin kepada para pengkaji BJ dalam melakukan kajian selanjutnya yang berkaitan dengan penguasaan komunikasi antara budaya di Malaysia dan luar negara.

1.6 Batasan Kajian

Kajian hanya tertumpu kepada interaksi verbal antara TG Malaysia berBJ dengan PJ di sepanjang SLPP berlangsung. Seramai lima orang TG yang mempunyai kemahiran berBJ yang memiliki lesen sebagai TG setelah menjalani kursus Asas TG selama empat bulan (500 jam kredit) yang ditawarkan oleh KPM dan 17 orang PJ yang merupakan penutur natif BJ sama ada PJ yang datang terus ke Malaysia dengan tujuan melancong ataupun orang Jepun yang mula menetap di Malaysia terlibat sebagai peserta dalam kajian ini. Untuk mendapatkan data verbal yang jelas dan interaksi bersifat dua hala, pakej FIT (*Free Independent Travellers*), iaitu pakej lawatan yang berskala kecil yang boleh disertai sekurang-kurangnya seorang sehingga lapan orang PJ dikendalikan.

Penyelidik hanya menganalisis pengaplikasian strategi yang terdapat dalam interaksi antara para TG dengan PJ di sepanjang SLPP. Justeru itu, penyelidik tidak mengambil kira dan menghuraikan segala kesalahan bahasa dalam interaksi daripada data yang diperolehi, melainkan jika ia mempunyai kaitan dengan objektif kajian. Oleh itu, secara spesifiknya batasan kajian melibatkan perkara berikut yang berkaitan objektif kajian, iaitu:

- i. pengaplikasian strategi oleh para TG Malaysia berBJ.
- ii. elemen yang mendasari pengaplikasian strategi oleh para TG Malaysia berBJ.
- iii. pengaplikasian strategi negatif oleh para TG Malaysia berBJ.

1.7 Definisi Operasional

Istilah berikut ialah istilah operasional berserta definisi berdasarkan skop kajian ini.

Strategi

Strategi yang dirujuk dalam kajian ini ialah muslihat, rancangan, pelan tindakan yang diaplikasikan oleh TG Malaysia berBJ untuk mencapai maksud, makna, matlamat semasa berinteraksi dengan PJ di sepanjang SLPP. Malah strategi turut diaplikasikan oleh TG untuk mengatasi masalah serta kekurangan yang dihadapi ketika berinteraksi dengan PJ dalam usaha menyampaikan mesej. Oleh itu, strategi yang dimaksudkan dalam kajian ini ialah strategi yang digunakan oleh TG untuk melancarkan komunikasi dengan PJ dalam konteks antara budaya di sepanjang SLPP berlangsung.

Substrategi

Substrategi yang dirujuk dalam kajian ini ialah strategi yang berada di bawah sesuatu tema strategi utama yang diaplikasikan oleh para TG Malaysia berBJ untuk mencapai maksud, makna, matlamat semasa berinteraksi dengan PJ di sepanjang SLPP.

Elemen

Elemen yang dirujuk dalam kajian ini ialah aspek yang mendasari pengaplikasian sesuatu strategi oleh para TG Malaysia berBJ semasa berinteraksi dengan PJ di sepanjang SLPP. Elemen ini saling bergantung antara satu sama lain yang membolehkan strategi yang berkesan diwujudkan dalam proses komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP. Elemen yang difokuskan untuk menjelaskan objektif 3 kajian akan dihadkan hanya kepada elemen yang mendasari strategi yang dominan dan signifikan sahaja dalam kajian ini.

Konflik

Konflik yang dirujuk dalam kajian ini ialah situasi yang timbul atau cenderung untuk tercetus akibat daripada perselisihan atau pertentangan dari segi nilai budaya, etika, tidak puas hati dan ancaman terhadap air muka yang timbul daripada pengaplikasian strategi oleh para TG berBJ dalam komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP berorientasikan penggunaan BJ.

Komunikasi Antara Budaya

Istilah "*Intercultural*" merujuk makna pada Kamus Dewan Edisi Keempat (2005) ialah "Antara Budaya". Manakala "*Intercultural Communication*/Komunikasi Antara Budaya" mengikut definisi Gudykunst (1988) ialah komunikasi atau interaksi antara orang yang datang dari budaya yang berbeza. Istilah "Antara Budaya" merujuk kepada penyelidikan komunikasi antara budaya manakala istilah "*Cross Cultural*/Silang

Budaya (Kamus Dewan Edisi Keempat (2005) merujuk kepada penyelidikan perbandingan budaya (Sipola, 2011). Oleh itu dalam penyelidikan ini istilah “Komunikasi Antara Budaya” akan diguna pakai untuk merujuk situasi yang melibatkan komunikasi antara dua atau lebih budaya.

Komunikasi antara budaya didefinisikan sebagai komunikasi yang berlaku apabila seseorang individu dipengaruhi oleh masyarakat budaya yang berbeza. Kedua-dua belah pihak budaya yang berbeza itu akan sama-sama berusaha mencapai makna yang sama dalam sesuatu peristiwa interaksi (Ting-Toomey, 1999).

Oleh itu, komunikasi dalam skop penyelidikan ini merujuk kepada interaksi yang berlaku antara individu dari dua buah negara yang berbeza dari segi tingkah laku budaya, pemikiran, bahasa, kepercayaan, ekonomi negara, politik, geografi, dan sebagainya. Walaupun kedua-dua buah negara ini, iaitu Jepun dan Malaysia daripada kelompok negara yang sama, iaitu negara Asia, namun ternyata tatacara budaya dan berbahasa sangat jauh berbeza. Komunikasi yang didasari daripada pertembungan dua negara yang berbeza latar belakang identiti budaya ini dikategorikan sebagai komunikasi antara budaya. Sehubungan dengan itu, individu yang dirujuk dalam skop kajian ini ialah TG Malaysia berBJ dan PJ. Manakala komunikasi yang difokuskan ialah interaksi yang berlaku antara kedua-dua belah pihak tersebut menggunakan medium BJ yang mewujudkan komunikasi antara budaya di sepanjang SLPP berlangsung.

Sesi Lawatan Pemanduan Pelancongan (SLPP)

SLPP ialah sesi lawatan pelancongan yang diketuai oleh TG untuk memandu para pelancong di sepanjang lawatan pelancongan berlangsung. Dalam skop kajian ini, SLPP merujuk kepada sesi lawatan pakej FIT ke destinasi pelancongan di sekitar bandar Melaka yang mencakupi pengetahuan sejarah, kebudayaan, makanan dan tempat membeli belah.

1.8 Kesimpulan

Bab ini merupakan pendahuluan bagi tujuan pengenalan bagi keseluruhan kajian ini. Ia memberikan gambaran latar belakang dan hala tuju kajian ini. Sebagai kesimpulan, kajian ini bertitik tolak daripada permasalahan yang timbul akibat daripada pertembungan dua budaya dalam pelancongan, iaitu Malaysia dan Jepun. Bagi penyelesaian permasalahan ini, soalan kajian telah dirumuskan. Kepentingan kajian dan batasan kajian turut dikenal pasti dan pendekatan kajian turut dirangka.

Bab seterusnya, iaitu sorotan literatur yang akan membincangkan kajian lain yang relevan dengan kajian ini dan menghuraikan dengan lebih mendalam tentang pelancongan Malaysia, TG, PJ dan komunikasi antara budaya.

RUJUKAN

- Abdul Hadi Sulaiman, Jamilah Othman, Inon Beydha Lukman, & D'Silva, J. L. (2013). Conflict communication management strategies among Indonesian foreign domestic helpers (FDH) and Malaysian employers - An intercultural comparison. *International Business Management*, 7(1), 14–20.
- Ahmed, Z. F., & Krohn, F. B. (1992). Understanding the unique consumer behavior of Japanese tourists. *Travel and Tourism Marketing*, 1(3), pp.73–87.
- Allport, G. W. (1979). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company, Alreshoud. (25th Anniv.). Alreshoud: Addison-Wesley Publishing Company.
- Alred, G., & Byram, M. (2002). Becoming an intercultural mediator: A longitudinal study of residence abroad. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 23(5), 339–352.
- Ambler, T.F.J. (1992). The role of duty free in global marketing. *Business Strategy Review*, 3(3), pp.57–72.
- Asmah Omar. (2000). *Wacana perbincangan, perbahasan dan perundingan*. Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Avruch, K. (2004). Cross-cultural conflict. In *Conflict Resolution*. Paris: UNESCO.
- Awang Sariyan. (2007). *Santun berbahasa*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Bahagian Perancangan dan Penyelidikan Awam KPT. (2010). *Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) Public Higher Education Institution (Public HEI)*.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioural intentions. *Annals of Tourism Research*, 27, pp.785–804.
- Beeftin, K. (2011). *Vqwtkwu" cpf" kpfki gpqwu" vqwt" i wkfgu <" Cp" g zrnqt cvkqp" qh" tqngu".* relationships and intercultural interactions. Unpublished PhD thesis. The Pennsylvania State University, Pennsylvania, USA.
- Bernama News. (2011a). Malaysia destinasi pelancongan paling popular dalam Asean. *Portal Rasmi Pertubuhan Berita Nasional Malaysia*. Retrieved from <http://www.bernama.com/bernama/v7/bm/newsindex.php?id=932397>
- Bernama News. (2011b). Malaysia perlukan pemandu pelancong fasih berbahasa Rusia, Korea, Perancis dan Jerman. Retrieved from http://web6.bernama.com/bernama/v3/bm/news_lite.php?id=571000

- Blunkett, D. (1998). *Foreword. Modern foreign language. A response by the Department of Education and Employment to the final report and recommendations of the Nuffield Languages Inquiry. Department of Education and Employment, London.* (Vol. p.1).
- Bochner, S. (1981). *The mediating person: Bridges between cultures.* Schenkman Publishing, Boston. Boston: Schenkman Publishing.
- Brito, M. (2012). Intercultural interpretation strategies in the museum context : The case study of a guided visit to the coach museum in Lisbon. *Revista Turismo & Desenvolvimento, 17(18), 437–450.*
- Brown, P., & Levinson, S. (1987). *Politeness: Some universal in language usage.* Cambridge: Cambridge University Press.
- Canale, M. (1983). From communicative competence to communicative language pedagogy. In J. C. R. and R. W. Schmidt (Ed.), *Language and Communication* (pp. 2–17). New York: Longman.
- Cha, S., Mcclary, K. W., & Uysal, M. (1995). Travel motivations of Japanese overseas travelers: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Travel Research, 34(7), 33–39.*
- Chen, G. M. (1990). ICC: Some perspectives of research. *Howard Journal of Communications, 2(3), 243–261.*
- Chen, G. M., & Starosta, W. J. (1998). *Foundations of intercultural communication.* Boston: Allyn and Bacon.
- Chou, S. J. (2008). *Tardiness equals laziness.* Tokyo: Tokyo Institute of Technology University.
- Chunhong, Z., & Griffiths, C. (2011). Intercultural communicative competence. *English Language and Literature Studies, 1(2), 113–122.*
- Cohen, E. (1985). The tourism guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research, 12(1), pp.5–29.*
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research, 31(4), 755–778.*
- Crigger, N., & Godfrey, N. (2010). The importance of being humble. *Advances in Nursing Science, 33(4), 310–9.* doi:10.1097/ANS.0b013e3181fb2e8c
- Crompton, J. & Love, L. (1995). The predictive validity of alternative approaches to evaluating quality of a festival. *Travel Research, 34, pp.11–24.*

- Dace, R. (1995). Japanese tourism: How a knowledge of Japanese buyer behavior and culture can be of assistance to British hoteliers in seeking to develop this valuable market. *Journal of Vacation Marketing*, 1(3), 281–288.
- Deardorff, D. K. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of Studies in International Education*, 10(3), 241–266.
- Devereux, C. (1998). More than “Have a nice day”. Cross cultural service competence and the tourist industry’ dalam Leslie, D. et al. 2002. In *IP Publishing Ltd*.
- Dimanche, F. (2003). The Louisiana tax free shopping program for international visitors: a case study. *Travel Research*, 41(2), pp.311– 314.
- Educational Testing Service. (2008). *The TOEFL* Test and score data summaries*. In Sullivan, N. & Schatz, R.T. 2009. *Effects of Japanese national identification on attitudes toward learning English and self-assessed English proficiency*. *International Journal of Intercultural Relations* (Vol. 33).
- Enamoto, S. (1998). The management of politeness in Japanese tour guiding discourse. *Japanese Studies.*, 18(3), pp.295 – 310.
- Esquivel, G. B. (1995). Teacher behaviors that foster creativity. *Educational Psychology Review*, 7(2), 185–202.
- Geva, A. & Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18, 177–185.
- Gilbert, D. and Terrata, M. (2001). An exploratory study of factors of Japanese tourism demand for the UK. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(2), 70–78.
- Glasser, B. & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Graves, D. (2001, February 16). The British need to be multilingual, say envoys. *The Daily Record*.
- Gu, Y. (1990). Politeness phenomena in modern Chinese. *Journal of Pragmatics*, 14(2), pp.237–257.
- Guba, E. (1990). *The paradigm dialo*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Gudykunst, W. B. (1988). *Culture and interpersonal communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Gudykunst, W. B. (2005). *Theorizing about intercultural communication*. (W. B. Gudykunst, Ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (2003). *Communicating with strangers* (2nd ed.). Boston: McGraw Hill.
- Hamzah Osman. (2014, December 12). Tarik 29.4 juta pelancong. *Harian Metro*, p. 67.
- Holbrook, B., & Jackson, P. (1996). The social milieu of two North London shopping centres. *Geoforum*, 27(2), pp. 193–204.
- Holmes, J. (1986). Compliments and compliment responses in New Zealand English. *Anthropological Linguistics*, 28(4), 485–508.
- Howard, J., Thwaites, R., & Smith, B. (2001). Investigating the roles of the indigenous tour guide. *Journal of Tourism Studies*, 12(2), 32–39.
- Hsu, C. H. C., & Chan, A. (2009). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), pp.3–33. doi:10.1177/1096348009349815
- Huang, S. (2010). A revised importance–Performance analysis of tour guide performance in China. *Tourism Analysis*, 15(2), pp.227–241. doi:10.3727/108354210X12724863327803
- Huang, Y. (2011a). Chinese tour guides' strategies in intercultural communication - Implications for language teaching and tourism education. *Journal Of Language Teaching And Research*, 2(1), 146–150. doi:10.4304/jltr.2.1.146-150
- Huang, Y. (2011b). Identity negotiation in relation to context of communication. *Theory and Practice in Language Studies*, 1(3), pp.219–225. doi:10.4304/tpls.1.3.219-225
- Huang, Y., Rayner, C., & Zhuang, L. (2003). Does intercultural competence matter in intercultural business relationship development? *International Journal of Logistics Research and Applications*, 6(4), 277–288.
- Huang, L. & Kawamoto, N. (1997). Comparative study on the difference between Chinese and Japanese greetings. *Nihon Taiiku Daigaku Kiyouu*, 26(2), 247–259.
- Hughes, K. (1991). Tourist satisfaction: A guided “cultural” Tour in North Queensland. *Australian Psychologiss*, 26(3), pp.166–171. 161.
- Ide, S. (2001). Kokusaika shakai no naka no keii hyoogen - “Keii hyoogen” in an internationalizing society. *Nihongogaku*, 20(4), pp.4–13.

- Inon Beydha. (2007). *Konflik komunikasi dalam perkahwinan wanita budaya matrilineal Minangkabau Indonesia dengan lelaki budaya Patrilineal Melayu Malaysia di Medan, Indonesia*. Tesis PhD yang tidak diterbitkan. Institut Pengajian Sosial Sains, Universiti Putra Malaysia.
- Iori, I., Takanashi, S., Nakanishi, K. & Yamada, T. (2000). *Shokyuu o oshieru hito no tameno Nihongo bunpoo handobukku*. Tokyo: 3A Corporation.
- Izumi, S. (2010). *Intercultural communication of identity: A study of Japanese international students in the United States*. University Of Oklahoma.
- Jamilah Mohd. (2007). A discourse analysis of Japanese speech styles in initial contact situations: Nurturing learner's awareness of situationally appropriate speech styles. In Ambang Asuhan Jepun (Ed.), *Prosiding Seminar Pendidikan Bahasa Jepun* (pp. 50–57). Selangor: Ambang Asuhan Jepun, Pusat Asasi Sains, UM.
- Japan Tourism Marketing Co. (2013). Statistics of Japanese tourists travelling abroad. Retrieved from <http://www.tourism.jp/en/>
- Japan Tourism Marketing Co. (2014). *The number of Japanese outbound tourists*. Retrieved from <http://www.tourism.jp/en/statistics/#outbound>
- Jassim Nasser Al-Azzawi. (2011). *Compliments and positive politeness strategies. Working Paper of The Open Educational College*.
- Kameda, N. (2014). Japanese business discourse of oneness: a personal perspective. *International Journal of Business Communication*, 51(1), 93–113.
- Kamus Dewan Edisi Keempat. (2005). Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia. (2015). <http://www.motac.gov.my/en/download/viewcategory/27-statistik-pelesenan>. *Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia*.
- Keown, C. F. (1989). A model of tourists' propensity to buy: The case of Japanese visitors to Hawaii. *Travel Research*, 27(3), pp.31–34.
- Kim, S. S., Timothy, D. J., & Hwang, J. (2011). Understanding Japanese tourists' shopping preferences using the decision Tree Analysis method. *Tourism Management*, 32(3), pp.544–554. doi:10.1016/j.tourman.2010.04.008
- Kim, Y. Y. (1991). Intercultural communication competence: A systems theoretic view. In T. Toomey & Korzeny F (Eds.), *Cross-cultural interpersonal communication*. Newbury Park CA: Sage.
- Kim, Y.Y., & Ruben, B. D. (1988). Intercultural transformation: A systems theory. In (Eds.) .. In Y.Y. Kim & W.B. Gudykunst (Ed.), *Theories in intercultural communication* (pp. 299–321). Newbury Park CA: Sage Publication.

- Klyukanov, I. (2005). *Principles of intercultural communication*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Kodama, N. (1996). *Refusals in Japanese: oral and written alternatives elicited by discourse completion task and role play*. School of Education New York University.
- Langer, E. J., & Moldoveanu, M. (2000). The construct of mindfulness. *Journal of Social Issues*, 56(1), 1–9. doi:10.1111/0022-4537.00148
- Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(3-4), pp.181–200. doi:10.1016/j.ijintrel.2004.06.006
- Lembaga Pembangunan Pelaburan Malaysia (MIDA). (2013). *Kualiti Kehidupan*.
- Leslie, D., Russell, H. & Forbes, A. (2002). Foreign language skills and tourism management courses in the UK. *Industry and Higher Education*, 16(6), pp.403–414 (12).
- Leslie, D., Russell, H. & Govan, P. (2004). Foreign language skills and the needs of the UK tourism sector. *Industry and Higher Education*, 18(4), pp.255–267.
- Liu, J. (2012). A study on interruptions in the conversations: To demonstrate the features of the conversation between Japanese native speakers and Chinese Japanese learners. *Ibunka Komyunikeeshon Kenkyuu*, 24.
- Low, S. F. (1999). *Ocn{ukcøu" tour gwkgøu" performance and characteristics*. Unpublished masters thesis. Universiti Utara Malaysia.
- Ma'arof Abdul Rahman. (2007). Prinsip kesantunan berbahasa. *Dewan Bahasa.*, 5(7), pp.16–17.
- Malaysia Truly Asia. (2013). Ke-9 paling popular. Malaysia cipta rekod industri pelancongan dunia yang kompetitif. *Harian Metro*, p. 17.
- Mancini-Cross, C., Backman, K. F., & Baldwin, E. D. (2009). The effect of the language barrier on intercultural communication: A case study of educational travel in Italy. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 9(1-2), 104–123. doi:10.1080/15313220903042004
- Martin, J. N. & Nakayama, T. K. (2007). *Intercultural communication in contexts* (4th ed.). Boston: McGraw Hill.
- Maslida Yusof, Marlyna Maros, & Muhammad Fadzeli Jaafar. (2011). Oops.. maaf: Strategi kesopanan dan penebus kesalahan. *Jurnal Melayu*, (8), 27–50.

- Matsumoto, Y. (1988). Reexamination of the universality of face: politeness phenomena in Japanese. *Journal of Pragmatics*, 12, pp.403–426.
- Matta Academy. (2012). Matta Academy tourist guide course. Retrieved from <http://www.matta.org.my/index.php/news-2/announcements/1061-travel-tours-enhancement-course-ttec-2014>
- McVeigh, B. (2001). Higher education, apathy and pot-meritocracy. *The Language Teacher*, 25(10), pp.29–32.
- Meade, A. (2010). *Intercultural competence: An appreciative inquiry*. (Unpublished PhD thesis). Fielding Graduate University, Santa Barbara, California, USA.
- Mizutani, O. & Mizutani, N. (1987). *How to be polite in Japanese*. Tokyo: The Japan Times.
- Mohammad Azlan Mis & Mohammad Fadzeli Jaafar. (2008). Bahasa sopan vs bahasa tak sopan dalam konteks silang budaya. *Jurnal Bahasa, Mei-Ogos* 2(14).
- Mohd Fadil Mohd Yusof & Jasmine Zae Raziah Radha. (2010). *Kerjaya dalam sektor hospitaliti: sikap dan persepsi pelajar IPT*. UMK Institutional Repository. Retrieved from <http://umkeprints.umk.edu.my/>
- Mok, C., & Lam, T. (2000). Travel-related behavior of Japanese leisure tourists: a review and discussion. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 9(1-2), 171–184. doi:10.1300/J073v09n01
- Monod, D. (1992). dalam Embleton, D. & Hagen, S. (1992). Languages in international business: A practical guide. In *London: Hodder & Stroughton*.
- Morgan, J., & Rinvoluceri, M. (1988). *The Q-Book. Practicing interrogatives in reading, speaking and writing*. London: Longman Group UK LTD.
- Muslich Masnur. (2009). Kesantunan berbahasa: Sebuah kajian sosiolinguistik. Retrieved June 8, 2015, from <http://muslich-m.blogspot.com/2007/04/kesantunan-berbahasa-sebuah-kajian.html>
- Nakahama, Y. (2009). Cross-linguistic influence on referent introduction and tracking in Japanese as a second language. *Modern Language Journal*, 93(2), 241–260. doi:10.1111/j.1540-4781.2009.00859.x
- Neuliep, J. W. (2006). *Intercultural communication: A contextual approach*. London: Sage Publications. (3rd ed.). London: Sage Publication.
- Neutupny, J. V. (1978). Poraitonesu to Nihongo kyooiku. *Nihongo Kyooiku*, 35, pp.5 – 11.

- Newton, D. & Burgoon, J. (1990). The use and consequences of verbal influence strategies during interpersonal disagreement. *Human Communication Research*, 2.
- Norazlina Mohd Kiram. (2010). *Konsep malu orang melayu dalam novel Saga: Satu kajian sosiolinguistik. Tesis Ijazah Kedoktoran Falsafah tidak diterbitkan.* Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Noriati A. Rashid. (2005). *Kesantunan orang Melayu dalam majlis pertunangan.* Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Nozawa, H. (1992). A marketing analysis of Japanese outbound travel. *Tourism Management*, (June), 226–234.
- Oh, J. Y. J., Cheng, C. K., Lehto, X. Y., & O’Leary, J. T. (2004). Predictors of tourists’ shopping behaviour: Examination of socio-demographic characteristics and trip typologies. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 308–319. doi:10.1177/135676670401000403
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioural perspective on the consumer.* New York: McGraw-Hill. New York: McGraw Hill.
- Ong, L. T. (2005). Analisis lakuan komunikatif pemandu pelancong semasa bertugas. *Dewan Bahasa dan Pustaka*, 5(4; 2005), pp. 109–47.
- Oshima, K. (2013). An examination for styles of Japanese humor : Japan ’ s funniest story project 2010 to 2011. *Intercultural Communication Studies XXII (2013)*, 2, 91–110.
- Othman Lebar. (2009). *Penyelidikan kualitatif: Pengenalan kepada teori dan metos.* Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Parker, B., & McEvoy, G. (1993). Initial examination of a model of intercultural adjustment. *International Journal of Intercultural Relations*, 17, 355–379.
- Peretz, H. (2000). *Métodos em Sociologia. Temas e Debates.* Lisboa.
- Pizam, A., & Gang-Hoan, J. (1996). Cross-cultural tourist behavior perceptions of Korean tour guides. *Tourism Management*, 17(4), pp.277–286.
- Pizam, A., Jansen-Verbeke, M., & Steel, L. (1997). Are all tourists alike , regardless of nationality? *Journal of International Hospitality , Leisure & Tourism Management*, 1(1), 19–38. doi:10.1300/J268v01n01
- Pond, K. L. (1993). *The profesional guide: dynamics of tour guiding.* New York: Van Nostrand Reinhold.

- Reisinger, Y., & Turner, L. (1999). A cultural analysis of Japanese tourists: challenges for tourism marketers. *European Journal of Marketing*, 33(11/12), pp.1203–1227. doi:10.1108/03090569910292348
- Reisinger, Y., & Waryszak, R. Z. (2000). Tourists ' perceptions of service in shops Japanese tourists in Australia. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 22(5), pp.20–28.
- Reisinger, Y. & Turner, L. (1999). A cultural analysis of Japanese tourists: challenges for tourism marketers. *European Journal of Marketing.*, 33(11/12), pp.1203 – 1227.
- Reisinger, Y. & Turner, L. W. (2002). The determination of shopping satisfaction of Japanese tourists visiting Hawaii and the Gold Coast compared. *Travel Research*, 41(2), pp. 167–176.
- Renalds, T. G. (2011). *Communication in intercultural marriages. (Unpublished PhD Thesis)*. Liberty University, Lynchburg, Virginia, USA.
- Rogers, E. M., & Hart, W. B. (2002). Edward T . Hall and the history of intercultural communication : The United States and Japan. *Keio Communication Review*, (24), 3–26.
- Rosenbaum, M. S., & Spears, D. L. (2006). An exploration of spending behaviors among Japanese tourists. *Travel Research*, 44, pp.467–473.
- Roslina Mamat. (2003). *Analisis perbualan penutur asli bahasa Jepun: Satu kajian pengambilan giliran dan Aizuchi*. Universiti Malaya.
- Roslina Mamat. (2010). Ciri-ciri perbualan bahasa Jepun oleh penutur Malaysia berbangsa Cina dalam industri pelancongan negara. *Jurnal Linguistik*, 11(Disember 2010), 1–12.
- Roslina Mamat & Normaliza Abdul Rahim. (2008). Discourse communication in Japanese among Malaysian tourist guides: communication criteria and strategy. *The International Journal of Learning.*, 15(No. 4), pp. 121 – 127.
- Roslina Mamat, Hazlina Abdul Halim, & Normaliza Abdul Rahim. (2012). Celahan dalam perbualan pemandu pelancong Malaysia dan pelancong Jepun. *GEMA Online™ Journal of Language Studies*, 12(3)(September), 849–863.
- Roslina Mamat, Yamato, E., & Normaliza Abdul Rahim. (2010). Ciri perbualan dan strategi komunikasi pemandu pelancong berbahasa Jepun. In R. M. & L. C. B. Mohd Azidan Abdul Jabar, Lim Sep Neo, Eriko Yamato, Chong Fah Hing, Roslina Mamat, Pabiyah Hajimaming (Ed.), *My Language Your Language*. (pp. pp. 197–210). Serdang: UPM Press.

- Sacks, H., Schegloff, E., & Jefferson, G. (1974). A simplest systematics for the organization of turn taking for conversation. *Language*, 50(4; Part 1), pp.696–735.
- Salam Embark Saleh. (2013). Understanding communicative competence. *University Bulletin*, 3(15), 101–110.
- Samovar, L. A., & Porter, R. E. (2004). *Communication between cultures*. (4th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Press.
- Saville-Troike, M. (2003). *The ethnography of communication: An introduction*. *Language* (3rd Editio., Vol. 80). UK: Blackwell Publishing. doi:10.1353/lan.2004.0214
- Schmidt, C. (1979). The guided tour. *Urban Life*, 7(4), pp.441–467.
- Schroder, M. (1981). Foreign language skills and the needs of the UK tourism sector. *Industry and Higher Education*, 18(4), pp.255–267.
- Sibarani, R. (1992). Hakikat bahasa. *Bandung: PT. Citra Aditya Bakti*.
- Sipola, A. (2011). *Intercultural communication in experience tourism in the Inari Area*. Unpublished PhD Thesis. University of Jyväskylä.
- Spears, D. L., & Rosenbaum, M. S. (2012). The packaged tourist: A Japanese and American perspective. *An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7(1), pp.19–40.
- Stefenel, D. (2014). How much culture is in conflict communication? A cross-cultural approach of two European countries. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 2691–2696. doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.637
- Steiner, C. J., & Reisinger, Y. (2004). Enriching the tourist and host intercultural experience by reconceptualising communication. *Journal of Tourism and Cultural*, 2(2), 118–137.
- Sullivan, N. & Schatz, R. T. (2009). Effects of Japanese national identification on attitudes toward learning English and self-assessed English proficiency. *International Journal of Intercultural Relations*, 33(2009), pp.486 – 497.
- Takajima, M. (2011). Hinihongo bogowasha kankoogaido ni motomerareru Nihongo noryoku to hyooka no sokumen – Tsuaa opereetaa shain no choosa kara. *J. F. Oberlin University NII-Electronic Library Service*, pp.33–45.
- Tarone, E. (1977). Conscious communication strategies. In *Interlanguage*. Washington, DC: TESOL '77.

- Tarone, E. (1983). *Some thought on the notion of communication strategy*. Dalam C. Faerch & G. Kasper, *Strategies in interlanguage communication*. London: Longman.
- Taylor, E. W. (1994). Intercultural competency - A transformative learning process. *Adult Education Quarterly*, 44(3 (Spring 1994)), 154–174.
- Teo Kok Seong. (2003). Kesantunan berbahasa kes bahasa Melayu. *Dewan Bahasa, Mac*, pp.14–23.
- Timothy, D. J. (2005). *Shopping tourism, retailing and leisure*. Channel View. Clevedon: Channel View.
- Ting-Toomey, S. (1993). Communicative resourcefulness: an identity negotiation perspective. In *Intercultural communication competence*. Newbury Park CA: Sage Publication.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating across cultures*. New York: The Guilford Press. New York: The Guilford Press.
- Toomey, A. (2012). *Bicultural identity negotiation, conflicts and intergroup communication strategies*. California State University, Fullerton.
- Tourism Malaysia. (2011). Minister of Malaysia Tourism's Speech. *Tourism Malaysia*. Retrieved from <http://www.motour.gov.my/en/ministry-profile/messages/minister.html>
- Tourism Malaysia. (2013a). Tahun melawat Malaysia 2013/2014: Peraduan mencipta logo dan slogan. *Tourism Malaysia*. Retrieved from <http://corporate.tourism.gov.my/mediacentre.asp>
- Tourism Malaysia. (2013b). Tourist arrival & receipts to Malaysia. *Tourism Malaysia*. Retrieved from http://corporate.tourism.gov.my/research.asp?page=facts_figures
- Tsuda, A. (1984). Sales talk in Japan and the United States. *Washington DC.: Georgetown University Press*.
- Tyers, C. (2000). An examination of the interrogative clause and the associated problems for a group of Japanese learners of English at a junior college in Japan. *Kagoshima Junshin Joshitanki Daigaku Kenkyuu Kiyoo*, 30, 163–180. Retrieved from <http://www.k-junshin.ac.jp/juntan/libhome/bulletin/No30/print/Tyers.pdf>
- Usami, M. (2000). *Kihontekina mojika no gensoku (Basic Transcription System for Japanese-BSTJ) no kaihatsu ni tsuite dalam Roslina Mamat*. 2003. Analisis perbualan penutur asli bahasa Jepun: Satu kajian pengambilan giliran dan maklum balas. Tesis PhD. Fakulti Bahasa dan Lin. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

- Uwe, F. (2006). *An Introduction to qualitative research*. (Third Edit.). London: Sage Publication.
- Wang, K. C, Hsieh, A. T. & Huan, T. C. (2000). Critical service features in-group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21, pp.177–189.
- Watanabe, T. (1977). Aisatsu. In *Satoo Kiyojihen - Kokugogaku Kenkyuujiiten*. Tokyo: Meiji Shoin.
- Weill, C. S. (2011). *A case study of intercultural communication: Oaxacan ceramists and an American author*. Degree of Doctor of Education in Teachers College, Columbia University.
- Wilson Christopher P. (1979). *Jokes: form, content, use and function*. USA: Academic Press.
- World Federation of Tourist Guide Association (WFTGA). (2011). Definition of Tourist Guide. *World Federation of Tourist Guide Associations (WFTGA)*. Retrieved from <http://www.wftga.org/sites/default/files/imce/uploads/documents>
- Yamamoto, D. & Gill, A. M. (1999). Emerging trends in Japanese package tourism. *Travel Research*, 38, pp.134–143.
- Yoshino, K. (2002). English and nationalism in Japan. The role of the intercultural communication industry dalam Sullivan, N. & Schatz, R.T (2009) Effects of Japanese national identification on attitudes toward learning English and self-assessed English proficiency. *International Journal of Intercultural Relations*, 33(2009), pp.486 – 497.
- Yu, X. (2003). *Eqpegrvwcnkupi"cpf"cuiguukpi"kpvgtewmwctn"eqo rgygpeg"qh"vqwt"i wkfgu <" an analysis of Australian guides of Chinese tour groups*. (Unpublished PhD thesis). Monash University Australia.
- Yu, X., Weiler, B., & Ham, S. (2002). Intercultural communication and mediation: a framework for analysing the intercultural competence of Chinese tour guides. *Journal Of Vacation Marketing*, 8(1), pp.75–87. doi:10.1177/135676670200800108
- Yueguo, G. (1992). Pragmatic politeness and culture. *Foreign Language Teaching and Research*, 4, 30—32.
- Yuen, W. L. (2009). *An investigating of the politeness phenomena in hotel service encounters*. Universiti Hong Kong Politeknik.
- Zhang, H. Q., & Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25(1), 81–91.

Zhu, J., & Bao, Y. (2010). The pragmatic comparison of Chinese and Western "Politeness" in cross-cultural communication. *Journal of Language Teaching and Research*, 1(6), pp.848–851. doi:10.4304/jltr.1.6.848-851



© COPYRIGHT UPM