

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang adalah negara yang terkenal dengan budaya kesopanan dan juga ramah tamahnya dalam menyambut tamu. Salah satu bentuk kesopanan masyarakat Jepang adalah dengan adanya budaya *omotenashi*, yaitu budaya ramah tamah dalam menyambut tamu yang menjadi ciri khas masyarakat Jepang dalam bersosialisasi (Yusof dan Shutto;2014). *Omotenashi* berasal dari kata もてなす(*motenasu*) yang berarti melayani, dengan penambahan awalan (o-) di awal kata sebagai simbol honorifik dalam bahasa Jepang, yang juga berarti melayani dan menyambut seseorang. Kata *motenasu* juga dapat diartikan menjadi tidak membawa apapun oleh masyarakat Jepang. *Omotenashi* menggunakan sudut pandang dari lawan bicara agar dapat memahami secara mendetail kebutuhan dan kondisi dari lawan bicara tanpa harus bertanya dengan terperinci kepada lawan bicara terlebih dahulu. *Omotenashi* juga diwakilkan sebagai bentuk kesempurnaan dari pelayanan yang diberikan oleh masyarakat Jepang, pelayanan yang diberikan diusahakan agar dapat melebihi ekspektasi dari tamu yang dilayani (Terasaka dan Inaba : 2014).

Budaya *omotenashi* dijadikan sebagai sebuah standar baku pelayanan jasa di Jepang. Masyarakat Jepang memiliki salah satu moto hidup yang

berbunyi お客様は神さま (*okyakusama wa kamisama*) yang berarti bahwa tamu adalah dewa (Belal:2013). Hal ini menjadi dasar standar pelayanan di Jepang dan mengakar pada kewajiban memperlakukan tamu dengan sebaik mungkin hingga tamu merasa puas dan mendapatkan kesan yang baik dari penerima tamu. Pelayanan yang diberikan oleh masyarakat Jepang dalam menyambut tamupun sifatnya tulus, ikhlas, dan menyeluruh, hal ini dikarenakan anggapan bahwa tamu harus diperlakukan layaknya dewa mewajibkan tiap individu di Jepang memberikan keramahan total kepada para tamu.

Omotenashi juga merupakan budaya yang dijadikan salah satu daya tarik dari Jepang ketika Jepang dipilih menjadi tuan rumah pada Olimpiade Tokyo 2020 yang dikarenakan adanya pandemi COVID-19, pelaksanaannya diundur pada tahun 2021. Pada momen tersebut, Christel Takigawa selaku *Bid Ambassador* menjelaskan secara umum mengenai konsep budaya *omotenashi* yang disimbolkan sebagai budaya ramah-tamah orang Jepang yang tulus dan tanpa maksud apapun sebagai salah satu poin daya tarik wisata di Jepang. Penjelasan tersebut semakin menguatkan posisi Jepang pada seluruh dunia sebagai negara dengan pelayanan terhadap tamu yang memuaskan.

Memiliki kedudukan sebagai salah satu negara dengan kemampuan ekonomi, sosial, dan budaya paling kuat di wilayah Asia, membuat Jepang menarik berbagai macam orang untuk datang. Para warga asing tidak hanya datang sebagai turis, sebagian ada yang bekerja, hingga menetap dan hidup di Jepang. Berdasarkan berita dari antaranews.com berjudul “2.000 peserta

magang dikirim ke Jepang setiap tahun”, jumlah peserta magang ke Jepang bisa mencapai 2.000 orang setiap tahunnya. Pemagang tersebut terdiri dari berbagai macam latar belakang, dan juga ditempatkan di berbagai macam sektor pekerjaan di Jepang.

Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan magang bagi orang Indonesia untuk dapat merasakan bekerja di Jepang adalah PT JIPA atau Japan Indonesia Program Akademik. PT JIPA merupakan lembaga yang didirikan pada tahun 2012 dengan bentuk awal sebuah yayasan dalam bidang pendidikan bahasa Jepang. Saat ini, PT JIPA telah bekerjasama dengan berbagai lembaga pendidikan formal sebagai penyalur tenaga kerja yang dapat diberangkatkan ke Jepang (jipa.co.id).

PT JIPA memiliki program studi bahasa Jepang dan program internship. Program studi bahasa Jepang terdiri dari program studi bahasa Jepang umum dan juga program bahasa Jepang sesuai dengan skill khusus yang di butuhkan seperti keperawatan dan pariwisata. Program *internship* merupakan program yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa Indonesia untuk dapat merasakan magang di Jepang dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan yang berlaku. Batasan waktu dalam program magang tersebut tersedia dari 6 bulan dan 1 tahun dan ditempatkan khususnya pada sektor pariwisata.

PT JIPA sudah bekerjasama dengan 4 universitas di Surabaya yaitu Universitas Airlangga, Universitas Negeri Surabaya, Universitas 17 Agustus,

dan Universitas Dr Soetomo Surabaya. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa calon peserta magang dari Universitas lain di Surabaya untuk dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti program magang dari PT JIPA.

Pada masa magang di Jepang, mahasiswa peserta magang dituntut untuk beradaptasi dengan kultur budaya Jepang. Tuntutan adaptasi yang tinggi disebabkan perbedaan budaya kerja dan budaya secara umum antara Indonesia dan Jepang. Menurut salah satu dari peserta magang di bagian pelayanan hotel yang penulis wawancarai, perbedaan pelayanan di Jepang dan Indonesia ternyata cukup besar. Salah satunya adalah dalam hal perlakuan kepada pelanggan. Pada proses pelayanan di Jepang, pelanggan diterapkan pada posisi yang tinggi dan tidak bisa disalahkan. Kesalahan sekecil apapun yang terjadi adalah tanggung jawab dari pemberi layanan dan pemberi layanan harus meminta maaf untuk itu. Pada bagian penggunaan bahasa, pemberi layanan khususnya dalam institusi bisnis wajib menggunakan bahasa Jepang dengan tingkat kesopanan tertinggi yaitu 尊敬語 (*sonkeigo*). Skripsi ini akan membahas mengenai bagaimana proses internalisasi budaya yang terjadi pada mahasiswa Surabaya peserta magang PT JIPA di *Shiretoko Daiichi Hotel* di Hokkaido Jepang terhadap budaya *omotenashi*. Peserta magang tersebut adalah peserta yang diposisikan sebagai pekerja khususnya di sektor pelayanan di *Shiretoko Daiichi Hotel*, Jepang selama kurang lebih 6 bulan hingga satu tahun. Dari pengalaman penempatan tersebut, peserta magang secara langsung dituntut untuk beradaptasi dan

mengimplementasikan budaya *omotenashi* pada lapangan magang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis jabarkan di atas, rumusan masalah yang muncul pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah proses internalisasi budaya konsep *omotenashi* mahasiswa magang dari PT.JIPA di *Shiretoko Daiichi Hotel*?
2. Bagaimana pergolakan penerimaan dan juga penolakan budaya *omotenashi* yang dialami oleh para informan?
3. Bagaimana dampak dari penerapan budaya *omotenashi* terhadap informan setelah menerapkan budaya *omotenashi* selama satu tahun?

1.3 Tujuan Penelitian

Penulis memiliki beberapa tujuan dalam penelitian yang dilakukan, tujuan-tujuan tersebut diantaranya :

1. Mendeskripsikan proses internalisasi yang terjadi pada para informan peserta magang di *Shiretoko Daiichi Hotel* pada periode magang 2019.
2. Mendeskripsikan mengenai pergolakan penerimaan budaya *omotenashi* pada informan peserta magang di *Shiretoko Daiichi Hotel* pada periode magang 2019.
3. Mendeskripsikan perubahan perilaku yang dialami peserta magang di *Shiretoko Daiichi Hotel* setelah menerapkan budaya *omotenashi* selama satu tahun

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua manfaat antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, manfaat penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan wawasan penerapan *omotenashi* di Jepang, khususnya pada bidang pariwisata.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses internalisasi budaya dalam dunia kerja, khususnya pada bidang pelayanan jasa.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan atau acuan untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan budaya *omotenashi*, dan internalisasi budaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran umum tentang internalisasi budaya *omotenashi*. Proses internalisasi yang terjadi diharapkan bisa menjadi gambaran bagi para pembaca, dan juga para mahasiswa yang ingin mendaftarkan diri pada program yang serupa.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penulis juga menggunakan penelitian terdahulu sebagai salah satu sumber data penelitian. Penggunaan penelitian terdahulu juga digunakan

untuk memperkaya wawasan dan juga teori pada penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian yang penulis jadikan sebagai rujukan tinjauan pustaka adalah :

Penelitian pertama yang membahas *omotenashi* adalah sebuah artikel berjudul “Introducing Omotenashi to the World : Challenges to Japanese Customer Service in a Cross - Cultural Setting” karya Zhu Yi pada tahun 2016, Artikel ini termuat dalam jurnal “Transcultural management review” volume 13. Penelitian ini berfokus untuk mencari penerapan *omotenashi* pada studi kasus perusahaan *retail* pakaian Jepang yang membuka cabang di Hong Kong dengan menggunakan sistem *omotenashi*. Pada penelitian ini, peneliti membandingkan konsep *omotenashi* dengan implementasi yang dilakukan oleh perusahaan *retail* bernama *Ichii* di HongKong. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dari sudut pandang manajemen bisnis, praktik *omotenashi* perlu disesuaikan dengan kondisi sosial budaya dari budaya tersebut akan dilaksanakan. Hal ini dikarenakan tidak semua budaya dapat memberikan timbal balik positif yang sama kepada *omotenashi* ketika menggunakan teknis yang sama dengan yang digunakan di Jepang.

Peran artikel yang ditulis Zhu Yi dalam penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai acuan mengenai penerapan budaya *omotenashi* yang dilakukan oleh subjek non orang Jepang. Penulis dapat memahami bahwa pada penerapan budaya *omotenashi* pada orang non Jepang butuh beberapa penyesuaian dikarenakan perbedaan akar budaya dan juga teknis budaya. Artikel ini memiliki objek pembahasan yang sama dengan penelitian yang

dilakukan penulis yaitu mengenai penerapan *omotenashi*. Namun, Zhu Yi melakukan analisa terhadap perusahaan Jepang yang sedang membuka cabang di Hong Kong, sedangkan objek yang peneliti analisa adalah hotel yang sedang berada di Jepang. Dalam fokus penelitian, penulis berusaha untuk menjelaskan bagaimana proses internalisasi mahasiswa yang sedang melakukan magang, sedangkan artikel Zhu Yi memfokuskan meneliti penerapan secara umum budaya *omotenashi* dalam kasus perusahaan ritel yang berada di luar Jepang.

Penelitian kedua adalah penelitian dengan judul Omotenashi : Budaya keramahtamahan di Jepang (Akar budaya dan manifestasinya) yang merupakan artikel dari jurnal Kiryoku Volume 2 karya Rosliana pada tahun 2018. Artikel ini membahas mengenai bagaimana asal-usul *omotenashi* dan juga bagaimana penerapan *omotenashi* di Jepang, khususnya pada akar budaya *chanoyu* (upacara minum teh) lalu diinterpretasikan secara umum kepada masyarakat Jepang. Penelitian ini menggunakan metode pustaka dalam melakukan pengumpulan data dan juga analisa data hingga mencapai kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah budaya *omotenashi* merupakan budaya yang sangat disadari oleh orang Jepang. Penyebaran budaya *omotenashi* yang menggunakan metode upacara minum teh dan juga menjadikan pelayanan kepada tamu menjadi sebuah standar kebudayaan merupakan cikal bakal dari tersebar luasnya kebudayaan *omotenashi* sebagai budaya yang mengidentifikasikan Jepang. Budaya *omotenashi* terus

berkembang di berbagai era di Jepang, dengan bentuk yang semakin kompleks dan juga konteks penggunaan yang beragam, baik dalam penyambutan tamu rumah tangga maupun tamu dalam bisnis dan juga pelayanan jasa, menjadikan budaya *omotenashi* sebagai salah satu identitas dari negara Jepang.

Artikel yang ditulis oleh Lina Rosliana ini memberikan penulis gambaran mengenai asal-usul budaya, dan juga perkembangan dari budaya *omotenashi* dari masa ke masa. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan dalam rumusan masalah dan juga tujuan penulisan, dimana penulis ingin meneliti proses internalisasi dari budaya *omotenashi* sedangkan penelitian ini mencari asal budaya *omotenashi*.

Penelitian ketiga yang penulis jadikan referensi adalah artikel berjudul “The Origin of Japanese Excellent Customer Service” karya Abdullah Al-Alsheikh yang tergabung dalam jurnal “Studies in Business and Accounting” volume ke 8, artikel ini membahas mengenai bagaimana *omotenashi* apabila dibandingkan dengan konsep *hospitality* di Barat. Dengan menggunakan pendekatan sejarah pada pembahasannya, artikel ini berhasil membahas berbagai macam cara penerapan *omotenashi* dan juga bagaimana penerapannya di tiap babakan kehidupan sejarah Jepang.

Kesimpulan dari artikel ini adalah *omotenashi* memiliki konsep inti yang berbeda dengan *hospitality* di Barat. Ketika dunia Barat mengartikan *hospitality* sebagai sebuah transaksi dengan ditandai adanya nilai tukar, sudut

pandang Jepang terhadap *omotenashi* adalah sebuah kesukarelaan dibarengi dengan adanya timbal balik antar pihak. Namun tidak dipungkiri bahwa *omotenashi* dan juga *hospitality* memiliki beberapa kesamaan. Penelitian ini memfokuskan arahnya kepada komparasi budaya *omotenashi* dengan budaya *hospitality*. Perbedaan utama dengan penelitian yang akan penulis lakukan terdapat pada objek penelitian, penulis tidak hendak membandingkan budaya *omotenashi* dengan budaya yang lain, dan lebih berfokus mengamati proses internalisasi yang terjadi di dalam diri peserta magang terhadap budaya *omotenashi*. Penelitian ini berperan sebagai referensi batasan dari definisi *omotenashi* Jepang yang peneliti lakukan. Penulis berusaha membatasi bahwa penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian yang membahas mengenai *omotenashi* Jepang dan tidak bersinggungan dengan *hospitality* barat.

Penelitian ke empat yang penulis jadikan sebagai referensi adalah sebuah penelitian karya Chikako Oshima yang berjudul ホスピタリティ研究の課題(hospitality kenkyuu no kadai) (Research on Different Approaches in the Interpretation of Hospitality Across Cultures) pada tahun 2012. Penelitian ini membahas komparasi pengartian antara *omotenashi* Jepang dengan konsep *hospitality* Barat yang seringkali disamakan. Penelitian ini menggunakan studi pustaka sebagai metode penelitian yang digunakan.

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa *hospitality* di Barat dan juga *omotenashi* adalah dua hal yang berbeda. Mereka memiliki

kesamaan dalam hal semangat melayani, namun memiliki perbedaan pada sebab pelayanan. Pada budaya *hospitality* Barat, sebab utama pelayanan adalah nilai tukar ekonomi, sedangkan *omotenashi* memiliki nilai penyebab utama ketulusan hati dari penerima tamu dan juga tamu, sehingga cenderung memberikan pelayanan yang lebih detail dan menyeluruh. Penelitian ini berperan layaknya penelitian yang dilakukan oleh Abdullah Al-Asheikh dalam penelitian penulis, yaitu sebagai penjaga batas penelitian yang penulis lakukan akan membahas mengenai budaya Jepang berupa *omotenashi* dan tidak ada pecampuran dengan budaya *hospitality* Barat.

1.6 Landasan Teori

1.6.1 Konsep *Omotenashi*

Al – Asheikh (2008:29) mengatakan bahwa *omotenashi* memiliki arti yang mendekati keramahan Barat (*hospitality*). *Omotenashi* dibentuk oleh kultur keramah-tamahan Jepang dalam kurun waktu yang lama. *Omotenashi* membuat pelakunya menanamkan kedalam dirinya, bahwa mereka hanya akan bertemu satu kali dengan tamu mereka atau dalam bahasa Jepang disebut dengan istilah 一期一会 (*ichigo-ichie*). Pemahaman bertemu hanya sekali dalam seumur hidup mendorong mereka memberikan kesan yang baik ketika menyambut tamu datang dengan memberik pelayanan yang terbaik.

Oshima (2012) menjelaskan bahwa *omotenashi* adalah bentuk perilaku memberikan pelayanan yang natural, tulus dan juga tidak

mengharapkan adanya balasan dalam bentuk apapun. Dalam bahasa latin, *omotenashi* memiliki arti yang mirip dengan kata *servus* yang artinya melayani, artinya budaya *omotenashi* merupakan budaya yang mendasarkan diri pada pelayanan tingkat tinggi yang detail, tulus, dan juga empatif kepada para tamunya.

Lebih lanjut Rikishi (1997) dalam Oshima (2012) menyatakan bahwa *omotenashi* merupakan sebuah tindakan dengan fikiran dan hati yang sadar dan motivasi yang tinggi untuk dapat memberikan layanan terbaik sepenuh hati. *Omotenashi* yang dimaksud oleh masyarakat Jepang sedikit berbeda dengan *hospitality* definisi Barat. Pada pelayanan tulus yang di maksudkan oleh orang Jepang merupakan pelayanan murni tanpa pamrih, tidak berdasarkan dengan potensi nilai tukar, dan juga belandaskan kepada keinginan untuk meninggalkan kesan yang baik kepada para tamu.

1.6.2 Teori Internalisasi Nilai

Internalisasi menurut pengertian Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah penghayatan terhadap suatu ajaran, doktrin, atau merupakan keyakinan dan kesadaran doktrin atau nilai yang diwujudkan dalam sikap dan perilaku. Menurut Soedjiarto (1989;145), Internalisasi adalah proses menjadikan suatu nilai menjadi bagian dari seseorang. Internalisasi tumbuh dan berkembang dalam diri pribadi yang juga dikondisikan oleh pengaruh lingkungan. Seseorang bisa dikatakan telah terinternalisasi dengan suatu nilai ketika sudah menjadikan suatu nilai

menjadi sebuah sikap dalam berperilaku. Dalam proses internalisasi, personal yang sudah menginternalisasi suatu nilai atau budaya akan merasakan kebermaknaan ketika berhasil menerapkan nilai atau budaya tersebut.

Berikut ini penulis cantumkan tahapan-tahapan terjadinya proses Internalisasi bisa terjadi pada manusia yang dijelaskan oleh Soedijarto mengutip dari David R Kratwohl dan kawan-kawan dalam Soedijarto (1989). Proses terjadinya internalisasi terdiri dari proses terbuka menerima rangsang, mulai memberikan tanggapan pada rangsangan afektif, mulai memberi penilaian, pengorganisasian nilai-nilai, hingga penyaturagaan nilai-nilai.

1.7 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Sugiono (2005) adalah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk menggambarkan suatu realitas, realitas tersebut akhirnya dianalisa dan disimpulkan secara terbatas dalam konteks realitas tersebut di alami. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan proses internalisasi pada mahasiswa magang dari PT.JIPA di *Shiretoko Daiichi Hotel*. Penelitian ini juga menggunakan metode induktif, yaitu metode yang menggunakan persiapan data dari yang bersifat khusus menuju data yang bersifat umum menurut Raco (2012:212).

1.7.1 Wawancara

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi (2015) wawancara adalah metode pencarian data secara lisan di antara 2 orang atau lebih dengan saling bertatap muka dan melakukan kegiatan tanya jawab. Peneliti menggunakan metode wawancara kepada 4 orang mahasiswa Universitas Airlangga dan Universitas Negeri Surabaya yang merupakan peserta magang di Jepang melalui PT JIPA.

Dalam wawancara ini penulis menggunakan media *Zoom Meeting* sebagai media wawancara kepada informan. Hal ini dikarenakan adanya kondisi pandemi COVID-19 yang menyebabkan terbatasnya ruang gerak terutama dalam ruang gerak tatap muka dan untuk menjaga keselamatan masing – masing.

Adapun wawancara dilaksanakan pada bulan Desember tahun 2021, dengan melakukan tanya jawab kepada informan dengan media tidak langsung (menggunakan video call). Pertanyaan yang diberikan kepada informan adalah pertanyaan seputar proses pengenalan terhadap *omotenashi* secara lebih dalam ketika magang, proses pembelajaran dan juga penerimaan konsep *omotenashi* ke dalam diri informan, dan bagaimana proses penerapan *omotenashi* dalam aktivitas magang, dan yang terakhir adalah apakah konsep *omotenashi* yang mereka pelajari dan juga mereka terapkan selama magang di *Shiretoko Daiichi Hotel* memberikan perubahan perilaku dan sikap, dan juga bagaimana pandangan akhir mereka terhadap konsep *omotenashi*.

1.7.2 Metode pemilihan informan

Raco (2010:115) menjelaskan bahwa informan dalam penelitian kualitatif tidak bisa disimpulkan pada banyaknya informan melainkan kredibilitas dari informan yang memberikan informasi. Informan dengan kredibilitas tinggi, walaupun dengan jumlah yang sedikit dapat menjabarkan informasi yang lebih baik akurat dibandingkan dengan jumlah informan yang lebih banyak dan kurang kredibel. Penulis mencoba merumuskan kredibilitas informan yang bisa menjelaskan baik budaya Jepang maupun budaya Indonesia dengan lebih terperinci dan detail, maka dari itu penulis memilih kriteria informan berdasarkan latar belakang pendidikan yang mempelajari budaya Jepang sebelumnya agar bisa menjelaskan dengan lebih kredibel hal-hal yang berkaitan dengan budaya Jepang dan Indonesia.

1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

A) Data Primer

Data primer yang digunakan merupakan info dari wawancara penulis terhadap mahasiswa Studi Kejepangan Surabaya yang mengikuti program magang di Shiretoko Daiichi Hotel di Jepang.

B) Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan untuk penelitian ini adalah buku-buku teks yang terkait dan membahas tema-tema terkait. Juga hasil penelitian-penelitian, serta artikel yang membahas hal-hal terkait penelitian ini.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Untuk melakukan analisis data, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

Pertama, penulis akan mendalami terkait konsep dari *omotenashi*, latar belakang, teknis dan juga perkembangannya dari berbagai zaman. Bersamaan dengan itu, penulis melakukan studi pustaka kepada konsep internalisasi nilai dan juga proses terjadinya.

Kedua, penulis akan melakukan wawancara kepada mahasiswa jurusan studi kejepangan Surabaya yang mengikuti program magang melalui JIPA di *Shiretoko Daiichi Hotel*, mengenai bagaimana pengalaman pengenalan dan pengalaman mereka dalam penerapan *omotenashi* serta bagaimana tanggapan mereka terhadap budaya *omotenashi*.

Ketiga, berbekal dengan pengetahuan konsep *omotenashi*, konsep internalisasi beserta proses terbentuknya dan juga data hasil wawancara penerapan *omotenashi* di Jepang, peneliti melakukan analisa kecocokan mengenai proses pengenalan dan penerapan budaya *omotenashi* yang diterapkan oleh para peserta magang dengan teori internalisasi nilai. Dengan pengalaman pengenalan dan penerapan oleh mahasiswa peserta magang, lalu dilakukan analisa proses terjadinya internalisasi nilai antar bangsa dan bagaimana dinamika penerimaan budaya lintas negara.

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Bentuk penyajian penelitian ini terdiri dari empat Bab, secara garis besar disusun sebagai berikut:

BAB I. Memuat mengenai latar belakang masalah penelitian yang berisikan mengenai mahasiswa informan informan yang melaksanakan program magang di Jepang dengan kewajiban menerapkan budaya *omotenashi*. Bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian yang digunakan, metode penelitian dan yang terakhir adalah sistematika penulisan skripsi.

BAB II. Berisikan kerangka teori mengenai *omotenashi*, berisikan definisi, sejarah dan unsur-unsur dalam *omotenashi*, serta teori internalisasi nilai yang digunakan untuk menganalisa proses internalisasi yang terjadi dalam diri informan. Dicantumkan pula profil singkat mengenai lokasi magang informan, yaitu *Shiretoko Daiichi Hotel*.

BAB III. Berisikan analisis dari data yang diperoleh dari informan mengenai penerapan *omotenashi* dan analisis dari proses internalisasi dalam penerpaan tersebut.

BAB IV. Berisikan mengenai kesimpulan analisis data informan, saran kepadapeneliti selanjutnya, dan rangkuman penelitian yang sudah dilakukan.