

Humor dan Komunikasi Dalam Industri Pelancongan di Malaysia

ROSWATI ABDUL RASHID
RADHIAH ISMAIL
Universiti Malaysia Terengganu
roswati@umt.edu.my
radhiah@umt.edu.my

NOOR ASLIZA ABDUL RAHIM
Universiti Malaysia Perlis
asliza@unimap.edu.my

ROSLINA MAMAT
Universiti Putra Malaysia
linamm@upm.edu.my

ABSTRAK

Kajian ini meneliti corak dan fungsi humor dalam sesi lawatan pemanduan pelancongan yang digunakan oleh pemandu pelancong Malaysia dalam bahasa Jepun semasa mengendalikan sesi lawatan pelancong Jepun yang berkunjung ke Malaysia. Data diperolehi melalui kaedah pemerhatian sistematik rakaman audio visual dan pemerhatian semasa interaksi pemandu pelancong dengan pelancong Jepun dalam lapan set sesi lawatan di sekitar destinasi pelancongan Kuala Lumpur dan Bandar Melaka. Rakaman audio sesi lawatan pemandu pelancong (SLPP) ditranskripsikan secara verbatim, manakala rakaman visual dan pemerhatian digunakan sebagai refleksi terhadap konteks interaksi yang tidak dapat dirakam melalui rakaman audio dan visual. Hasil kajian menunjukkan humor yang digunakan semasa sesi lawatan adalah bercorak jenaka atau berseloroh yang digunakan dengan tujuan untuk menimbulkan gelak ketawa semata-mata. Humor yang digunakan bukan sekadar untuk menarik perhatian dan minat pelancong agar memberi fokus terhadap penerangan pelancongan malah berfungsi untuk menjalin dan mengekalkan hubungan antara kedua pihak, iaitu pemandu pelancong dengan pelancong Jepun. Hubungan yang terjalin ini menjadikan suasana sesi lawatan pemanduan pelancongan lebih santai dan mesra. Kajian ini memberi implikasi kepada para pemandu pelancong Malaysia berbahasa Jepun dan juga bahasa lain mengenai corak dan fungsi humor yang perlu digunakan semasa sesi lawatan pelancongan yang dikendalikan terhadap pelancong asing di Malaysia. Dapatan kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor yang mendasari keberkesanan komunikasi dalam lawatan pemandu pelancongan di Malaysia.

Kata kunci: *Humor, pemandu pelancong, pelancong Jepun, bahasa Jepun, pemanduan pelancongan.*

Humour and Communication in the Tourism Industry in Malaysia

ABSTRACT

This study was conducted to observe the pattern and function of humour used by Malaysian tour guides during their guided tour sessions. The guided tour sessions were done in Japanese with Japanese tourists who were visiting Malaysia. Data was collected employing systematic observation methods using audiovisual records and on-site observation notes on their interactions. The interactions between the tour guides and tourists were observed and their conversation were

recorded during their 8 tour sessions around Kuala Lumpur and Malacca City. For data analysis, the audio records were transcribed verbatim, while the visual records and observation notes were used as references for certain contexts that were unclear in the audio records. The result shows that humour was applied during the tour sessions in the form of jokes to make participants laugh. In addition to attract the interests of the Japanese tourists for them to focus more on the explanations by the tour guides, it also functioned to build good relationships between the tourists and the tour guides. The good relationships built between them have made the tour sessions to be more relaxed and friendly. This study has shown the importance of using humour by tour guides during their guided tours for tourists visiting Malaysia. The findings of this study could also give a clearer picture on the basic factors of effective communication for guided tour sessions in Malaysia.

Keywords: *Humour, tour guides, Japanese tourists, Japanese language, guided tour.*

PENGENALAN

Statistik menunjukkan kedatangan pelancong asing ke Malaysia khususnya pelancong Jepun (PJ) kekal dalam carta sepuluh negara yang melawat Malaysia dalam tempoh 18 tahun bermula dari tahun 1998 sehingga 2015. Sejalan dengan perkembangan tersebut, sehingga 31 Ogos 2015 terdapat seramai 607 orang pemandu pelancong (TG) berbahasa Jepun di seluruh Malaysia. Jumlah ini merupakan populasi yang tertinggi dalam statistik TG bahasa asing di Malaysia.

Menurut Weiler dan Ham (2002), peranan TG akan mempengaruhi pengalaman pelancong dari aspek yang paling asas, iaitu mempengaruhi destinasi yang harus dituju, apa yang perlu dilihat dan apakah aspek budaya negara hos yang perlu diterokai. Takajima (2011), pula memperincikan dengan lebih mendalam dan secara berfokus tentang peranan TG berbahasa Jepun di Malaysia, iaitu menyalurkan maklumat yang secukupnya mengenai destinasi lawatan dan memberi penerangan serta panduan tentang destinasi lawatan. Manakala, bagi pihak pelancong pula keperluan menggunakan perkhidmatan TG bukan hanya menerima penerangan dan panduan berkenaan persekitaran di sepanjang lawatan tetapi menjadi pengantara interaksi dengan masyarakat negara tuan rumah. Perkara yang sama turut disentuh oleh Yu, Weiler, & Ham (2002) dalam merumuskan antara kepentingan pelancong menggunakan perkhidmatan TG, iaitu keinginan memperoleh pengalaman baru daripada budaya asing dengan cepat dan mengelak kesukaran berinteraksi di negara asing. Oleh yang demikian, bagi memastikan peranan dan keperluan para TG dan PJ dapat dijalankan dengan berkesan, komunikasi yang efektif semasa SLPP harus digunakan oleh para TG. Bagi memastikan komunikasi yang efektif dapat digunakan oleh TG semasa SLPP sejajar dengan melaksanakan peranannya, beberapa strategi telah digunakan para TG berbahasa Jepun di Malaysia (Roswati Abdul Rashid, Roslina Mamat & Yamato, 2013). Strategi tersebut, ialah pengadaptasian budaya PJ, membina pelbagai kemahiran komunikasi, membina persamaan, membuat perbandingan, mengekalkan hubungan bersesuaian dan penyelesaian konflik. Salah satu sub-strategi bagi mengekalkan hubungan yang bersesuaian ialah melalui penggunaan strategi humor.

Roswati Abdul Rashid, Roslina Mamat, Hazlina Abdul Halim dan Normaliza Abdul Rahim (2013) juga turut membincangkan budaya pelancongan dalam masyarakat budaya Jepun. Kajian ini memberi fokus kepada pola dan tingkah laku pelancong Jepun dan membuktikan bahawa pemandu pelancong tidak boleh menilai etika dan tingkah laku pelancong Jepun berdasarkan pemahaman yang terhad. Roslina Mamat, Normaliza Abdul Rahim, Hazlina Abdul Halim dan Farah Tajuddin (2012) membincangkan ujaran pendek bahasa Jepun yang digunakan oleh pemandu pelancong dan pelancong Jepun ketika

berkomunikasi yang boleh memberi impak negatif dan positif dalam komunikasi bahasa Jepun. Ujaran pendek yang dimaksudkan adalah maklum balas minimal (*aizuchi*), maklum balas, celahan yang menyokong perbualan dan celahan yang mengganggu perbualan.

Penggunaan humor semasa SLPP turut diulas oleh Ong (2005), Huang (2010), Beeftin (2011) dan Huang (2011) dalam kajian mereka yang meneliti berkenaan komunikasi oleh TG sebagai salah satu strategi melancarkan komunikasi.

Humor

Humor disifatkan sebagai sebahagian daripada komunikasi (Ulloth, 2002). Humor ialah sifat dan amalan manusia yang sentiasa wujud (Tapley, 2006) dan merupakan sebahagian daripada kehidupan seharian (Astedt-Kurki & Liukkonen, 1994). Collectt (2004) mengulas humor dan ketawa adalah penting untuk kesejahteraan sesama manusia dan merupakan pertimbangan sosial. Pemerhatian Collectt (2004) mendapati, orang yang bertindak balas terhadap humor yang dilontarkan dilihat sebagai tertarik kepada pelontar humor tersebut. Manakala mereka yang gagal untuk ketawa dilihat tidak tertarik terhadap humor dan pelontar humor tersebut. Humor tercetus apabila berlakunya keadaan yang bertentangan atau tidak sesuai atau keadaan yang lari daripada landasan yang sepatutnya dan disifatkan sebagai kejanggalan iaitu keadaan yang tidak kena pada tempatnya (Mallan, 1993).

Terdapat banyak definisi mengenai humor. Secara umum humor merujuk kepada apa-apa rangsangan yang membangkitkan hiburan dan pengalaman lucu (Wilson, 1979). Definisi humor kepada orang sasaran ialah merujuk kepada emosi atau keadaan akal fikiran seseorang yang boleh menghasilkan ketawa atau rasa menyeronokkan (Simon, 1988). Sementara Asmah Omar (2000) pula menghuraikan humor dari sudut pengungkapannya, iaitu menuturkan kata yang mencuit hati orang yang mendengar dan membuatkan seseorang itu ketawa atau ingin ketawa walaupun dalam keadaan marah. Walaupun definisi humor yang diberikan adalah pelbagai, namun matlamat konsep humor adalah sama, iaitu menimbulkan rasa seronok atau mencuit hati yang boleh mencetuskan gelak ketawa. Humor membuatkan emosi seseorang menjadi riang dan membuat perasaan atau fikiran seseorang berubah kepada lebih baik. Justeru, adalah penting corak dan fungsi humor yang digunakan oleh para TG berbahasa Jepun diterokai bagi meneliti satu lagi bentuk keberkesanan komunikasi di sepanjang SLPP.

SOROTAN KAJIAN HUMOR

Penerokaan humor dalam interaksi telah mendapat perhatian daripada ahli akademik sejak beberapa abad yang lalu (Norricks, 2010) dan telah dilakukan dalam pelbagai bidang seperti pendidikan, sosiologi, psikologi, falsafah, antropologi, perubatan, komunikasi dan sebagainya (Oshima, 2013; Ulloth, 2002). Penyelidikan humor dalam pendidikan kebanyakannya melihat peranan humor sebagai perangsang dalam situasi pembelajaran. Antaranya ialah, kajian Norul Haida Bt Reduzan (2011) dalam kalangan pelajar Melayu di Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjong Malim. Dapatan kajiannya menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara gaya pengajaran dengan penerapan unsur humor sebagai perangsang dalam situasi pembelajaran bahasa Melayu. Hubungan yang kuat antara humor ini dirincikan lagi melalui kajian Shaffe Mohd Daud, Ramli Basri, Roselan Baki, Sahandri Ghani Hamzah dan Mokhtar Nawawi (2011). Kajian mereka meneroka peranan amalan jenaka dalam kalangan guru pelatih dan pandangan murid terhadap amalan jenaka oleh guru serta kesannya terhadap pembelajaran. Hasil kajian menunjukkan bahawa amalan jenaka dapat mengurangkan batasan darjat atau formaliti antara guru dengan murid. Malah

jenaka dapat mewujudkan suasana atau persekitaran pembelajaran yang menyeronokkan di samping meningkatkan interaksi antara kedua-dua pihak, iaitu guru dan pelajar. Begitu juga dengan kajian Aria (2002) yang meneliti penggunaan humor dalam pembelajaran kosa kata yang mendapati amalan humor dapat mengurangkan tekanan dan ketegangan dalam kalangan pelajar. Aria (2002) merumuskan bahawa penggunaan humor dalam pembelajaran dapat membantu peningkatan pemerolehan kosa kata dalam kalangan pelajar.

Manakala Ivy (2013) menjelaskan bahawa amalan humor yang merangkumi jenaka, kartun, cerita melucukan, video atau gambar perlu digunakan pada setiap peringkat dalam institusi pendidikan. Malah, penggunaan humor juga tidak terkecuali dalam pendidikan kanak-kanak khas, pendidikan montessori dan kelas perseorangan. Ivy (2013) yang meneliti peranan humor di dalam semua peringkat institusi pendidikan telah menyenaraikan beberapa faedah penggunaan humor dalam bilik darjah antaranya, ialah:

- i. membantu menarik dan mengekalkan perhatian pelajar.
- ii. mengurangkan tekanan atau kebimbangan.
- iii. meningkatkan keyakinan diri, harga diri serta semangat.
- iv. meningkatkan motivasi pelajar dan penglibatan dalam pembelajaran.
- v. menggalakkan rasa penerimaan dalam kelas yang membolehkan pelajar untuk berfikir secara kreatif dan kritis.
- vi. membantu pelajar untuk melihat maklumat dengan cara yang baru dan berbeza.
- vii. menyediakan hubungan yang kurang pertentangan antara guru dan pelajar.
- viii. membuatkan guru lebih disenangi ramai.

Segala faedah penggunaan humor dalam pembelajaran yang disenaraikan ini adalah selaras dengan kajian Ulloth (2002) yang mengenal pasti faedah penggunaan humor dalam kalangan pelatih jururawat. Menurut Ulloth (2002), humor merupakan alat yang berkesan untuk para pengajar menyampaikan intipati pengajaran dengan berkesan, menarik perhatian para pelatih, melegakan ketegangan, menjalin hubungan yang baik antara pengajar dan pelatih serta mewujudkan suasana pembelajaran yang baik.

Penyelidikan humor tidak hanya tertumpu dalam pendidikan, malah turut meliputi bidang perkhidmatan seperti kejururawatan. Dalam hal ini, Astedt-Kurki dan Liukkonen (1994) melihat penggunaan humor dalam interaksi antara pesakit dan jururawat. Kajian mereka mendapati penggunaan humor dalam perkhidmatan jururawat menyumbang kepada kepuasan tahap kerja dan dapat meningkatkan motivasi. Sementara, kajian Hobbs (2007) yang meneliti penggunaan humor dalam kalangan peguam semasa perbicaraan mendapati bahawa penggunaan humor oleh peguam berfungsi memujuk pihak lawan atau plaintif untuk menarik pertuduhan yang telah dibuat. Hobbs (2007), mendapati humor yang digunakan oleh peguam sangat agresif dan bertujuan untuk mempersendakan serta mengalahkan pihak plaintif. Hobbs (2007), merumuskan bahawa penggunaan humor oleh peguam dalam perundangan sebagai satu strategi yang penting dalam usaha membantu mempertahankan hujah dan sekali gus mencapai kemenangan.

Selain daripada itu, beberapa kajian turut dilakukan untuk mengenal pasti ciri humor dengan lebih teliti dalam skop wacana tertentu. Asmah Omar (2000) telah mengkategorikan tujuh jenis humor yang berfungsi untuk mempertahankan pendirian masing-masing iaitu humor melalui sindiran, tempelak, kelakar, candik, mengusik atau melawak, perli dan jenaka kata atau berseloroh. Schmitz (2002) pula menemukan tiga kategori humor dalam pembelajaran bahasa asing dan penterjemahan, iaitu humor sejagat atau humor

berdasarkan realiti, humor berdasarkan linguistik atau perkataan dan humor berdasarkan budaya. Sementara kajian Hay (2008), menunjukkan bahawa hasil daripada tindak balas terhadap humor akan menghasilkan gelak ketawa, mengekalkan kerangka humor yang dibangkitkan, turut serta melawak, mengajuk kata-kata yang diungkapkan oleh pelawak dan mengungkap humor.

Bidang pelancongan juga tidak terkecuali dalam penggunaan humor. Namun, penyelidikan yang menjurus terhadap penerokaan humor oleh TG terhadap pelancong dalam SLPP masih kurang. Antaranya ialah kajian oleh Ong (2005), Huang (2010), Huang (2011), Befthink (2011) serta Roswati Abdul Rashid, Roslina Mamat dan Yamato (2013). Kajian mereka hanya mengenal pasti penggunaan humor sebagai salah satu strategi yang digunakan untuk melancarkan komunikasi antara TG dan pelancong. Hanya kajian Pearce (2009) yang menyenaraikan tujuan humor dalam pelancongan, iaitu pertamanya; membantu para pelancong untuk fokus terhadap sesuatu penerangan lawatan, kedua; membantu mereka merasa selesa dan santai dalam suasana baru dan yang ketiga adalah untuk mempertingkatkan jalinan hubungan dengan para pelancong. Namun, kajian ini tidak memperincikan corak humor secara teliti dari sudut wacana interaksi semula jadi antara TG dengan pelancong. Kajian beliau hanya menggunakan cerita lucu daripada laman sosial sebagai data yang bukannya daripada peristiwa interaksi sebenar dalam SLPP.

PERMASALAHAN KAJIAN

Menurut Rogerson-Revell (2007) walaupun humor adalah fenomena yang universal namun bagaimana, mengapa dan bila ianya digunakan dalam sesuatu peristiwa interaksi adalah berbeza antara bahasa dan budaya. Sesuatu yang berlaku dan dianggap melucukan banyak bergantung pada seseorang pendengar itu. Orang yang berbeza akan mempunyai cita rasa yang berbeza, begitu juga dengan kumpulan tertentu mungkin mendapati sesuatu itu melucukan tetapi tidak pada kumpulan yang lain. Terdapat juga humor yang dianggap lucu bagi seseorang individu tertentu tetapi pada masa yang sama dianggap membosankan oleh individu yang lain. Walau bagaimanapun, keupayaan untuk menikmati dan menghayati humor adalah bersifat universal. Ia dikongsi sesama masyarakat bahasa walaupun persepsi terhadap humor berbeza antara satu sama lain. Penggunaan humor dalam SLPP yang berlatarbelakangkan budaya yang berbeza juga tidak dapat dielakkan. Oleh yang demikian, apakah bentuk atau sifat humor yang digunakan oleh para TG dan untuk apakah tujuan humor tersebut digunakan di sepanjang SLPP? Justeru objektif kajian ini untuk mengenal pasti corak dan fungsi humor dalam bahasa Jepun sebagai medium dalam interaksi antara TG Malaysia berbahasa Jepun dengan pelancong Jepun (PJ) di sepanjang SLPP.

KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah pemerhatian sistematik yang menggunakan rakaman audio dan visual terhadap interaksi TG dan PJ di sepanjang SLPP. Pengkaji memerhati dan mencatatkan tingkah laku peserta kajian dalam keadaan semula jadi. Hal ini kerana, melalui pemerhatian pengkaji dapat mengumpul data mengenai keadaan interaksi yang berlaku secara verbal, formal, tidak formal, terancang dan tidak terancang. Pemerhatian yang dilakukan dalam kajian ini tertumpu kepada peristiwa semula jadi yang merujuk kepada SLPP yang disertai oleh TG Malaysia berbahasa Jepun dan PJ. Oleh itu, secara keseluruhannya kaedah ini merupakan kaedah peristiwa semula jadi yang dipilih, dicatat dan dikod ke dalam unit-unit yang bermakna dan dihuraikan oleh pemerhati yang bukan merupakan peserta kajian.

Sebanyak lapan SLPP telah dirakam yang berdurasi selama 26 jam 56 minit yang mana melibatkan lapan orang TG (TG1 sehingga TG8) dan 24 orang PJ (PJ1 sehingga PJ24). Kelapan-lapan TG tersebut terdiri daripada TG warganegara Malaysia yang memiliki lesen TG (bahasa Jepun) daripada Kementerian Pelancongan Malaysia.

Kesemua TG pernah tinggal di Jepun sekurang-kurangnya selama satu tahun dan paling lama selama 11 tahun. TG3, TG5, TG6 dan TG7 merupakan bekas pelajar Malaysia yang pernah mendapat pendidikan tahap ijazah muda di Jepun selama empat tahun. Tempoh TG berkecimpung dalam bidang ini adalah antara satu tahun hingga 20 tahun. Dari segi tahap penguasaan bahasa Jepun pula, TG8 memiliki Tahap Satu dan TG7 memiliki Tahap Empat Ujian Kemahiran Bahasa Jepun (*Japanese Language Proficiency Test - JLPT*). Ujian ini terdiri daripada lima tahap, iaitu tahap satu merupakan tahap paling tinggi dalam pengukuran ujian tersebut sebaliknya tahap lima adalah paling rendah. Ke kerap mengendalikannya pakej PJ antara mereka adalah antara satu ke sepuluh kali sebulan.

Pengumpulan data dijalankan di sekitar destinasi pelancongan Kuala Lumpur dan bandar Melaka menerusi pakej FIT (*Free Independence Travellers*). Pemilihan tempat adalah kerana dua destinasi tersebut kaya dengan nilai sejarah dan budaya yang mempengaruhi aktiviti harian, kepercayaan agama dan persekitaran. Faktor ini dilihat dapat menyediakan sejumlah pengetahuan yang akan membangkitkan keterujaan para PJ.

Bagi proses penganalisisan data, setiap data rakaman audio SLPP akan ditranskripsikan secara penuh dan dikategorikan berdasarkan pengkategorian humor oleh Asmah Omar (2000). Teknik humor yang dicirikan oleh Asmah Omar (2000) dalam perbincangan dan perbincangan digunakan sebagai kerangka teori kajian ini. Perincian humor oleh Asmah Omar (2000) digunakan kerana pengkategorian humor yang diuraikan berdasarkan konteks peristiwa sebenar bahasa yang semula jadi dan spontan yang menyingkap elemen penggunaan bahasa dan budaya dalam sesebuah komunikasi. Oleh itu, pencirian humor oleh Asmah Omar (2000) yang meliputi skop penggunaan humor dalam konteks masyarakat Malaysia ini mampu menerangkan penggunaan humor oleh TG dalam interaksi di sepanjang SLPP di Malaysia.

Penyelidik mendapatkan perkhidmatan daripada penyelidik lain yang fasih bahasa Jepun untuk membuat semakan agar transkripsi yang telah dibuat adalah selari dan tepat dengan rakaman. Manakala rakaman visual dan catatan daripada pemerhatian juga turut diambilkira sebagai data sokongan.

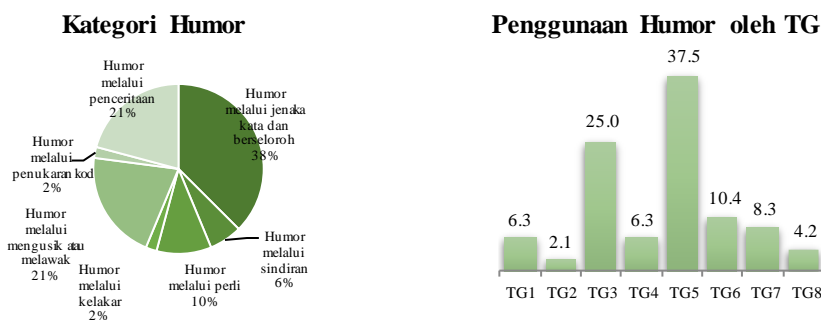
HASIL KAJIAN

Secara keseluruhan, kekerapan penggunaan humor adalah sebanyak 48 kali bagi SLPP yang berdurasi sepanjang 26 jam 56 minit. Secara purata setiap 33 minit pemanduan akan diselitkan satu kali humor. James (2001) menyarankan kekerapan penggunaan humor yang ideal bagi setiap 50 minit sesi pengajaran ialah sebanyak tiga hingga lima kali, iaitu 16 minit hingga 10 minit pengajaran akan diselitkan dengan satu kekerapan humor. Namun Rajah 1 menunjukkan kekerapan penggunaan humor oleh para TG adalah tidak sekata. TG5 dilihat paling banyak menggunakan humor, iaitu sebanyak 37.5%, diikuti oleh TG3 (25.0%), TG6 (10.4%) dan TG yang lain hanya menggunakan humor di bawah 10%. Rajah 1 juga memperlihatkan bahawa tahap penguasaan bahasa Jepun mempengaruhi kekerapan penggunaan humor. Ini dapat dilihat pada TG5 yang memiliki JLPT Tahap 1 menunjukkan beliau memiliki penguasaan bahasa Jepun yang baik dan paling kerap menggunakan humor di sepanjang SLPP. Ini disokong oleh statistik penggunaan TG lain yang menggunakan humor melebihi 8% ke atas adalah dalam kalangan TG yang pernah mendapat pendidikan tinggi di

Jepun, iaitu TG3, TG5 dan TG7. Mereka sekurang-kurangnya pernah menetap di Jepun selama empat tahun yang dijangkakan memiliki tahap penguasaan bahasa Jepun yang baik dan mencukupi untuk berinteraksi dengan masyarakat Jepun.

Data analisis turut mendapati 95.8% peratus daripada humor yang digunakan bercirikan sosiobudaya umum yang tiada kaitan langsung dengan budaya masyarakat Jepun. Oleh yang demikian, boleh dikatakan bahawa pengetahuan budaya para TG mengenai masyarakat Jepun bukanlah faktor yang menyumbang kepada penggunaan humor di sepanjang SLPP.

Dari segi corak humor yang digunakan pula, sebanyak tujuh kategori yang disenaraikan oleh Asmah Omar (2000) telah digunakan oleh para TG di sepanjang SLPP. Kategori yang paling banyak digunakan ialah humor melalui jenaka kata atau berseloroh, iaitu sebanyak 38% dan diikuti humor melalui penceritaan dan humor melalui mengusik atau melawak yang masing-masing sebanyak 21%. Manakala kategori yang selebihnya hanya 10% dan di bawah 10% penggunaannya.



Rajah 1: Penggunaan Humor

Kategori humor melalui jenaka atau berseloroh adalah sebanyak 38%. Humor jenis ini diungkapkan dengan permainan kata bertujuan menimbulkan gelak ketawa semata-mata. Data analisis mendapati kesemua humor jenaka atau berseloroh ini digunakan oleh TG rentetan daripada penerangan berkenaan sesuatu fakta dalam SLPP. Ini dapat dilihat dalam Contoh 1, iaitu TG5 berseloroh mengatakan sesiapa yang menang dalam pertarungan lumba kuda bakal menginap di *Hotel Golden Horses*, sebaliknya kepada yang kalah akan terjun tasik yang terdapat di hotel tersebut. Humor ini adalah rentetan daripada penerangan mengenai *Hotel Golden Horses* yang mempunyai padang golf 18 lubang dan ikon pemain golf dunia iaitu *Tiger Woods* yang pernah menginap di hotel tersebut. Humor TG5 ini berkesan dan dianggap jenaka apabila TG5 mengajak para PJ membuat pertarungan lumba kuda yang sememangnya tidak akan dapat direalisasikan dalam waktu yang singkat semasa SLPP. Tambahan pula syarat yang diutarakan oleh TG5 juga tidak munasabah yang diterjemahkan oleh para PJ sebagai bahan jenaka dan difahami sebagai sesuatu yang menggelikan hati. Humor ini bersifat permainan kata yang diwujudkan dengan tujuan menimbulkan gelak ketawa semata-mata agar menarik minat PJ terhadap penerangan yang diberikan. Humor yang diungkapkan oleh TG5 mencuit hati para PJ dan membuatkan mereka ketawa. Menurut Shaffe Mohd Daud et al. (2011) interaksi yang disusuli dengan ketawa akan dapat merancakkan lagi topik perbualan. Ini terbukti apabila interaksi antara TG5 dan para PJ beralih kepada penerangan yang seterusnya tanpa sebarang konflik yang boleh mengancam kelancaran lawatan.

Contoh 1: Humor Melalui Jenaka Kata Atau Berseloroh - Lawatan 5 (109:109)

- TG5: *Ee, sono hoteru no uragawa keijoba*
PJ13: *Keijoba?*
TG5: *Ninatterun. Dakara hoteru kara ne, keiba ga miremasu <PJ13 : {Warau} > de, hoteru no mae wa hanbun wa 18 hooru no gorufu koosu. (PJ13 : Ee) TIGER WOOD mo asoko de shia, peeru shita koto ga arimasu. De, ee, ato wa hanbun wa sonoshi, hiroi ike, maitoshi FORMULA 1no boosoo ruusu wa ne, asoko de okonawaremasu. (PJ13 : Ee) hontou ii tokoro ne, watashi wa tomatta koto nain desu keredomo <PJ13 : {Warau} >*
Ne, maa jikai ne, <PJ14 : {Warau} > anoo keibajo de okane wo kakemashoou
PJ13: *<PJ13 & PJ14 : {Warau} > kattara ano hoteru tomarimasu <PJ14 : {Warau} > maketara ike wo tobiorirun desu*
{Warau}

TERJEMAHAN

- TG5: Ya, di belakang hotel ialah lumba kuda
PJ13: Padang lumba kuda?
TG5: Telah menjadi padang lumba kuda. Oleh itu dari hotel dapat dilihat padang lumba kuda. <PJ13 : {Ketawa} > dan, di hadapan hotel separuh daripadanya ialah padang golf 18 lubang. (PJ13 : ya) TIGER WOOD juga pernah bertanding di sana, pernah muncul di sana. Dan, selebihnya, separuh daripada itu ialah kolam yang luas. Dan setiap tahun, FORMULA 1no boosoo ruusu wa ne, asoko de okonawaremasu. (PJ13 : Ya) Tempat tersebut sangat bagus. Tetapi saya tidak pernah menginap di sana <PJ13 : {Ketawa} >
PJ13: Suatu hari nanti <PJ14 : {Ketawa} > mari kita bertaruh wang di ladang lumba kuda tersebut <PJ13 & PJ14 : {Ketawa} > **Siapa yang menang akan menginap di hotel** <PJ14 : {Ketawa} > **Siapa yang kalah akan terjun ke dalam tasik** <PJ14 : {Ketawa} >

Kategori seterusnya ialah penggunaan humor dengan mengusik atau melawak dan humor melalui penceritaan yang kedua terbanyak digunakan, iaitu masing-masing sebanyak 21%. Pertamanya ialah humor melalui mengusik atau melawak sama ada dari aspek tingkah laku, sifat, keadaan, prestasi dan sebagainya. Data analisis mendapati humor ini diungkapkan dalam SLPP dengan untuk tujuan mengusik PJ secara individu. Ini secara tidak langsung menarik perhatian dan mencuit hati para PJ yang lain sehingga menimbulkan gelak ketawa. Ini dapat dilihat dalam Contoh 2, apabila TG5 mengusik PJ14 secara individu dengan mengatakan PJ14 sedang dalam keadaan suasana hati seorang raja kerana sedang memakai baju berwarna kuning. Oleh itu, TG5 harus menjaga tutur katanya terhadap PJ14 kerana berhadapan dengan seorang raja. Mesej TG5 ini berkesan dan dianggap jenaka apabila TG5 merujuk PJ14 sebagai seorang raja Melayu pada ketika itu hanya kerana PJ14 memakai kemeja T berwarna kuning, iaitu warna diraja Malaysia. Oleh kerana PJ14 seorang raja maka TG5 harus bertutur menggunakan bahasa istana terhadap PJ14. Mesej ini tidak sesuai pada tempat dan keadaannya yang telah dikenal pasti dan diterjemah oleh para PJ sebagai bahan jenaka yang diertikan sebagai sesuatu yang menggelikan hati. Humor ini mencetuskan gelak ketawa dalam kalangan semua PJ di bawah kendalian TG5. Humor ini adalah rentetan TG5 menjelaskan mengenai warna diraja, iaitu warna kuning ketika memberi penerangan berkenaan singgahsana berwarna kuning yang terdapat di Muzium Melaka. Situasi ini adalah

selari dengan rumusan James (2001) yang mengatakan humor boleh meningkatkan perhatian dan keseronokan belajar, membantu mengekalkan ingatan dengan tindak balas daripada para PJ pada penerangan seterusnya oleh TG5.

Contoh 2: Humor Melalui Mengusik atau Melawak - Lawatan 5 (772:776)

TG5: *Ee*
PJ13: *Aa*
TG5: *Ne, ima no repurika kore desu ne, de, ee,*
PJ14 *Kaji de↑*
TG5: *Soo, kaji de kietan desu. Dakara jitsubutsu wa kaji de kietan desu (PJ14: Ee). Kono o, ookyuu ga, de, ee Mareeshia no oosama no iro wa kiirono desu. (PJ14: Kiirono) ne, zenbu kiirono (PJ14: Aa), dakara ookyuu e iku to ookyuu mo kiirono desu. Hata mo kiirono, nan demo kiirono ndesu. Dakara a, okyakusan kiirono kite kara, oosama no kibun, oosama no kibun.*
Mina: *Dakara, watashi mo kotoba ki o tsukanai wa ikenai desu.*
TG5: *{Warau}*
Fudan wa oosama ni au toki wa kooiu kanji nan desu ne. Kooiu, ko, mae suwatte iru hitotachi wa booeiki kankei no hitotachi ga (PJ14: N) hannin dattara ushiro no hoo ni.

TERJEMAHAN

TG5: *Ya*
PJ13: *Aa*
TG5: *Sekarang ini (istana) hanyalah sebuah replika.*
PJ14: *Disebabkan kebakaran ↑*
TG5: *Ya, musnah disebabkan kebakaran. Oleh itu (istana) yang sebenarnya musnah oleh kebakaran (PJ14: Aa). Istana ini, warna diraja ialah kuning. (PJ14: Kuning) semuanya berwarna kuning (PJ14: Aa), oleh apabila ke istana, warna bangunan istana sendiri berwarna kuning. Bendera juga berwarna kuning, apa sahaja berwarna kuning. Oleh kerana Encik pelanggan (merujuk PJ14) memakai (baju) warna kuning, mod (PJ14) SEMUA: *sekarang ialah mod raja. Oleh itu saya harus berjaga-jaga dengan tutur kata saya.*
TG5: *{Ketawa}*
*Kebiasaannya situasi sebegini ialah (gambaran) apabila mengadap raja. Orang yang duduk di bahagian hadapan ialah orang yang mempunyai kaitan dengan perdagangan (PJ6: N) pesalah pula akan berada di bahagian belakang.**

Seterusnya, kajian turut mengenal pasti humor melalui penceritaan juga digunakan oleh para TG, iaitu sebanyak 21%. Ini adalah selari dengan humor dalam budaya Jepun yang menurut Oshima (2013), masyarakat Jepun menceritakan pengalaman lucu mengenai mereka, kawan atau ahli keluarga. Cerita yang disampaikan mestilah mengenai personaliti, keadaan sekeliling, fikiran dan tingkah laku pencerita agar pencerita dan pendengar dapat mengenali antara satu sama lain dengan lebih mendalam serta memperoleh kesamarataan dan bukan sekadar untuk ketawa bersama. Kebiasaannya, cerita yang disampaikan mengenai pengalaman lucu kawan atau ahli keluarga pencerita bukannya rekaan. Ini ditunjukkan dalam Contoh 3. TG5 menceritakan pengalamannya mengendalikan kumpulan pelancong pada kali pertama. Cerita yang disampaikan berdasarkan kerjayanya sebagai seorang TG semasa menjalankan tugas, berlatarbelakangkan tempat penginapan para pelancong, sikap pelancong India yang tidak mementingkan ketepatan masa dan tingkah laku mereka yang tidak serius terhadap arahan yang diberikan. TG5 menyatakan waktu berkumpul di lobi hotel pada 10 pagi, tetapi apabila TG5 tiba pada pukul 10 didapati tidak ada seorang pun pelancong India berkumpul di sana. Mesej TG5 ini berkesan dan dianggap jenaka apabila sepatutnya kumpulan pelancong India berada pada tempat yang diarahkan

berkumpul, tetapi sebaliknya pula berlaku kerana tiada seorang pun pelancong India berada di tempat tersebut. Situasi tersebut tidak sesuai pada tempat dan keadaannya yang telah dikenal pasti dan diterjemah oleh para PJ sebagai bahan jenaka yang menggelikan hati. Humor ini mencetuskan gelak ketawa PJ13 dan PJ14 yang mempengaruhi suasana SLPP menjadi lebih mesra dan santai. Ciri yang terdapat dalam penceritaan ini membuka peluang kepada PJ13 dan PJ14 mengenali dengan lebih mendalam akan kerjaya TG5 dan ini menjadikan hubungan kedua belah pihak terjalin dengan lebih baik.

Contoh 3: Humor Melalui Penceritaan - Lawatan 5 (206:214)

- TG5: *So, de, ett tatoebadesu ne. wa, sono Indo kara no kankoukyaku watashi wa saisho no guruupu wa Indo kara no kankookyaku shiranakattan desu yo. Sooiu shuukan, ne, dakara watashi wa koo ittan desu. Sono guruupu ni [Ogyakusan, 10 ji ni robii shuugou onegaishimasu (PJ6: Hai) Sono ato kuukoo chokusetsu ikimasu ne,], de, **watashi wa 10 ji tsuitara daremoinai desu.** (PJ14: Hai, hai & PJ13: ee) de, kaku heya denwashite [Ogyakusan orinai to hikooki noriokuremasu yo,] (PJ14: A, a) ne, yatto hitori hitori oritan desu yo. (PJ13: O, o) de, orite de, nan ninka mata heiki de chotto matte ne, asa gohan ima kara tabemasu. < PJ13 & PJ14 : {Warau} > 10 jihan made desu kara (PJ13 & PJ14: {Warau}) resutoran sho, sono chooshoku ga (PJ13: Ee). Ne, yappari ne, senpai kara hanashi kiku to Indo toka, Indonesia kara no hito wa ne, (PJ6: A) yakusoku suru toki, ichijikan mae iwanaito mazui. (PJ13 & PJ14: Aa) 10 ji shuugoo dattara 9 ji.*
- PJ13: *{Warau}*

TERJEMAHAN

- TG5: Oleh itu, jadi, contohnya pelancong daripada India. Kumpulan pelancong pertama saya ialah pelancong daripada India. Pada waktu tersebut saya masih kurang arif tentang budaya mereka. Saya berkata kepada mereka [Tuan-tuan semua, sila berkumpul pada pukul 10 (PJ14: Ya) dan kita akan terus ke lapang terbang.] **Setelah saya sampai pada pukul 10, tida seorang pun pelancong yang ada** (di lobi). (PJ14: Ya, ya & PJ5: ei) dan saya menelefon ke setiap bilik para pelancong. [Tuan-tuan, sekiranya tidak turun sekarang, kita akan terlewat menaiki kapal terbang.] (PJ14: A, a) Barulah, seorang demi seorang turun (ke lobi). (PJ13: O, o) mereka turun, dan ada beberapa daripada mereka dengan bersahajanya mengatakan tunggu sekejap mereka mahu bersarapan. < PJ13 & PJ14 : {Ketawa} > Sehingga pukul 10 setengah (PJ13 & PJ14: {Ketawa}) mereka bersarapan di restoran (PJ13: Ee). Sememangnya menurut senior, orang India atau orang Indonesia ke (PJ14: A) sekiranya bertemu janji, harus sejam lebih awal, sekiranya tidak, akan mengundang kekalutan.
- PJ13: *{Ketawa}*

Seterusnya, kategori humor melalui perli yang menunjukkan penggunaan sebanyak 10%. Humor melalui perli lebih lembut daripada tempelak mahupun sindiran. Kebiasaannya humor melalui perli ini menyatakan nama orang yang dirujuk dalam sesuatu humor tersebut. Ini dapat dilihat dalam Contoh 4, iaitu TG7 memerli masyarakat Jepun yang mempunyai tabiat menabung wang berlebihan sebagai simpanan dan menyifatkan akibat daripada amalan tersebut telah mempengaruhi kadar pertumbuhan ekonomi negara Jepun. TG7 merujuk 'masyarakat Jepun' secara berseloroh tetapi jelas tanpa berselindung. Malah TG7 mengesyorkan agar masyarakat Jepun mencontohi masyarakat Malaysia yang suka berbelanja yang dianggap olehnya dapat menyumbang dan seterusnya dapat memperbaiki kadar pertumbuhan ekonomi negara. Mesej TG7 ini berkesan dan dianggap jenaka apabila

masyarakat Jepun dikatakan suka menabung dan tidak berbelanja sebagaimana yang dilakukan oleh rakyat Malaysia yang menyebabkan kadar pertumbuhan ekonomi negara Jepun tidak meningkat. Situasi tersebut tidak sesuai pada tempat dan keadaannya yang telah dikenal pasti dan diterjemah oleh para PJ sebagai bahan jenaka yang disifatkan sebagai sesuatu yang menggelikan hati. Walaupun perlian TG7 merujuk kepada masyarakat Jepun tetapi perlian tersebut masih bersifat memuji akan tabiat baik masyarakat Jepun yang suka menabung. Ini tidak mewujudkan situasi konflik dengan maklum balas daripada PJ20 yang mengiyakan jenaka tersebut melalui ujaran “*Soo dane, tameteru ne Nihon/* Yalah kan, Jepun (rakyat) memang menyimpan (wang)”.

Contoh 4: Humor Melalui Perli - Lawatan 7 (480:493)

- PJ20: *Soo desu ne. Yappari xxxx aru yo ne. xxxx*
TG7: *Demo ne, Kuararunpuuru wa maa watashi no iken demo, Kuararunpuuru wa sore wa moo sumu tokoro janai. Maa Tookyoo mitaidesu. Dakara, minna ne, Kuararunpuuru kara sanjuppon ka ichi jikan no aida no totteru basho ni sunderun desu yo. Dakara watashi mitai ne, Shaa Aramu wa moo ii tokoro nan desu ne. Minasan ga ikuto, yappari koko wa ii na, dakara Mareeshia no juutaku ga iin desu ne, dakara Kuararunpuuru wa atarashii juutakugai*
PJ20: *mo nai desukara ne, tochi ga naishi,*
TG7: *xxxx anna ni shoppingu sentaa ga ippai arun da mon, Kuararunpuuru ga, xxxx doko itte mo*
PJ20: *shoppingu sentaa*
TG7: *Minna shoppingu wa suki dakara ne, Mareeshia no hito ne.*
PJ20: *Mareeshiatte nenkan no seichooritsu wa nan paasento gurai?*
TG7: *Go paasento gurai seichoo keizai*
PJ20: *Sugoi yo.*
TG7: *Nihon wa yappari chokin shisugiru.*
PJ20: {Warau}
TG7: *Okane ga tamari sugi. Motto tsukai nasai yo.*
PJ20: {Warau}
Mareeshia no hito mitai ni.
Sooda ne, tameteru ne Nihon

TERJEMAHAN

- PJ20: Ya lah. Seharusnya ada xxxx. xxxx
TG7: Tetapi pada pandangan saya Kuala Lumpur, Kuala Lumpur bukan lagi tempat yang boleh didiami. Seperti mana Tokyo. Oleh kebanyakan orang tinggal di tempat yang jauhnya tiga puluh minit atau sejam daripada Kuala Lumpur. Contoh seperti saya yang tinggal di Shah Alam yang sekarang ini (bandar) yang bagus. Sekiranya para Encik semua ke sana sesungguhnya di sana tempat yang bagus. Penempatan di Kuala Lumpur bagus oleh itu di
PJ20: Kuala Lumpur tiada lagi penempatan baru, tiada lagi tanah.
xxxx sebegini banyak pusat membeli belah. Ke mana pergi pun di sekitar Kuala Lumpur
TG7: terdapat pusat membeli belah.
PJ20: Semua rakyat Malaysia suka membeli belah.
TG7: Lebih kurang berapa peratus kadar tahunan pertumbuhan ekonomi Malaysia?
PJ20: Lebih kurang lima peratus pertumbuhan ekonomi
TG7: Hebatnya
PJ20: Jepun (rakyat) pastinya membuat simpanan yang berlebihan
TG7: {Ketawa}
PJ20: Menyimpan duit berlebihan. Lebih baik gunakannya.
TG7: {Ketawa}
PJ20: (Berbelanja) seperti rakyat Malaysia.
Yalah kan, Jepun (rakyat) memang menyimpan (wang)

Humor melalui kelakar pula digunakan sebanyak 2% yang dapat dilihat dalam Contoh 5. TG8 mengungkapkan humor "**Sorede dashite guru guru pon/Mengalir dan bergulung-gulung keluar**". TG8 telah mencipta bunyi "*guru guru*" dan "*pon*" untuk mewakili perkataan "bergulung-gulung" dan "keluar" yang mana perkataan tersebut tidak menepati maksud perkataan yang terdapat dalam bahasa Jepun, tetapi kedengaran lucu oleh PJ24 yang mengulangi kembali perkataan tersebut dan diiringi dengan ketawa. Humor ini adalah rentetan TG8 menjelaskan mengenai kepercayaan masyarakat Cina di Malaysia yang mengalirkan air hujan supaya memasuki rumah dan kemudian air itu dibiarkan mengalir di sekeliling rumah yang dipercayai akan mendatangkan rezeki.

Contoh 5: Humor Melalui Kelakar - Lawatan 8 (1405:1408)

- TG8: *Yon ban me no ame ga taisetsu mizu, are moratte, ue kara haitte (PJ24: Ochiteru) mata deru, wakaru? (PJ22 & PJ23: Aa) sore de ue kara haitte (PJ22: Nihon mo arun da na) ie no naka ni guru guru mawatte (PJ22: Mata deru) moo hitotsu ana tsukutte pon dechau. Sore de chokusetsu minna mendookusai kara, moo ie hairu to kitanai kara pon chokusetsu deru, are wa imi nai. (PJ22: Ame) tomaranai daroo.*
- PJ24: *(PJ24: xxxx ne) da, dasu, sore de dashite guru guru pon, mukoo de pon deru, dechau*
Guru guru pon (TG8: A) {Warau}

TERJEMAHAN

- TG8: Hujan dari lubang keempat adalah penting. Biarkan air hujan tersebut mengalir masuk ke rumah (PJ24 : Dihujani) dan keluar semula, faham tak? (PJ22 & PJ23 : Ya) Oleh itu air hujan yang mengalir masuk tadi (PJ22 : di Jepun juga ada) biarkan mengelilingi dalam rumah (PJ22 : Keluar semula) buat satu lubang lagi dan alirkan keluar. Ramai orang tidak ingin susah kerana air hujan yang keluar akan mengotorkan rumah. Oleh itu mereka keluarkan secara langsung tetapi dengan cara membiarkan ia mengalir mengelilingi rumah terlebih dahulu. Air hujan yang keluar secara langsung tidak membawa erti apa-apa (PJ22 : Hujan) mungkin tidak menghentikan terlebih dahulu.
- PJ24: *(PJ24: xxxx kan)* air hujan tersebut akan dikeluarkan, mengalir bergulung-gulung keluar, akan keluar di sana
Bergulung-gulung keluar (TG8: Ya) {Ketawa}

Secara jelasnya, analisis keseluruhan kajian memperlihatkan penggunaan humor berfungsi sebagai membina dan menjalinkan hubungan yang baik dan berterusan antara TG Malaysia berbahasa Jepun dengan PJ dalam SLPP. Malah, penggunaan humor ini membuka peluang antara TG dan PJ mengenali antara satu sama lain.

PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Menurut James (2001), amalan jenaka dapat meningkatkan perhatian dan keseronokan belajar dan membantu mengekalkan ingatan para pelajar dalam pembelajaran. Oleh itu, hal yang sama akan berlaku dalam situasi SLPP sekiranya humor tidak digunakan, iaitu kemungkinan SLPP akan menjadi hambar dan bersifat formal. Ini turut dikuatkan dengan ulasan Shaffe Mohd Daud et al. (2011) yang mengatakan jenaka dipercayai boleh menyumbang kepada produktiviti dan menjalinkan kerjasama antara rakan sejawat. Hal ini jelas menunjukkan bahawa penggunaan humor merupakan salah satu strategi yang berkesan dalam melancarkan komunikasi antara TG dan pelancong dalam SLPP. Dalam

konteks ini, humor bukan sekadar hiburan sebaliknya sebagai strategi untuk melancarkan komunikasi dan menarik perhatian PJ terhadap penerangan pelancongan serta membina hubungan yang baik.

Keberkesanan penggunaan strategi humor dalam pelancongan telah disahkan melalui kajian Ong (2005), Huang (2010), Huang (2011), Befthink (2011), Pearce (2009) serta Roswati Abdul Rashid, Roslina Mamat dan Yamato (2013). Secara keseluruhan kajian ini telah mencapai objektif bahasa Jepun yang digariskan dan dapatan daripada kajian ini memberi sorotan tambahan kepada kajian lampau dengan penerokaan perincian humor yang lebih teliti dari segi corak dan fungsi humor yang seharusnya digunakan oleh para TG semasa mengendalikan SLPP. Penggunaan humor yang bersesuaian akan dapat mempertingkatkan lagi keberkesanan komunikasi terhadap para PJ semasa SLPP dengan menggunakan medium bahasa Jepun. Corak humor yang bertepatan dan bersesuaian dengan konteks sosial semasa SLPP harus dikuasai oleh para TG kerana menurut Norrick (2003) apabila interaksi dengan masyarakat berbeza budaya berlaku, maka akan wujud risiko untuk terdedah kepada salah faham, kesamaran dan kekecewaan akibat daripada norma sosial dan budaya berbeza yang muncul dari sistem wacana yang berbeza. Keperluan melengkapkan pengetahuan mengenai corak dan fungsi humor yang bersesuaian ini turut disokong oleh Reimann (2010), iaitu sesuatu humor berjaya difahami dan dihayati dalam sesuatu budaya yang berbeza apabila pengungkap humor tersebut bukan hanya perlu peka terhadap peraturan sosial sasaran masyarakat tersebut tetapi perlu bijak mendapatkan ruang dan menyampaikan cerita yang menarik untuk dijadikan humor.

Berdasarkan dapatan kajian ini, corak humor melalui jenaka kata atau berseloroh didapati paling banyak digunakan iaitu sebanyak 38%, diikuti humor melalui penceritaan dan humor melalui mengusik atau melawak yang masing-masing 21%, dan selebihnya humor melalui perli (10%), humor melalui kelakar (2%), humor melalui sindiran (6%) dan humor melalui penukaran kod (2%). Kajian menunjukkan tiga kategori humor terbesar yang digunakan bersifat tidak cenderung ke arah tercetusnya perselisihan atau pertentangan dari segi nilai budaya, etika, tidak puas hati dan ancaman terhadap air muka para PJ yang boleh menimbulkan konflik. Malah, corak humor yang digunakan lebih terarah kepada menjadikan hubungan yang terjalin antara pihak TG dan PJ harmoni di sepanjang SLPP. Kesedaran mengenai corak amalan humor harus diterapkan agar para TG dapat membezakan humor yang sesuai dan tidak sesuai digunakan apabila berhadapan dengan para PJ. Contohnya humor yang melibatkan unsur negatif seperti menimbulkan isu budaya, agama, jenayah dan sebagainya yang boleh mengugat hubungan antara kedua-dua belah pihak di sepanjang SLPP berlangsung.

Seterusnya, dapatan kajian ini turut memperkukuhkan lagi kajian Pearce (2009), iaitu penggunaan humor berfungsi sebagai membina dan menjalin hubungan yang baik dan berterusan. Malah, dapatan kajian ini adalah selari dengan hujah Pearce (2009), iaitu humor berfungsi membantu para pelancong merasa selesa dan santai dalam suasana baru dan dapat mempertingkatkan jalinan hubungan antara pemandu pelancong dengan para pelancong. Ini terbukti dengan wujudnya suasana gelak ketawa yang menjadikan komunikasi dalam SLPP lebih ceria dan santai. Malah, penggunaan humor ini secara tidak langsung turut dilihat menyumbang kepada usaha PJ mengenali lebih dekat TG dan menjadikan hubungan antara kedua belah pihak lebih mesra.

Secara keseluruhannya, pendedahan kepada corak dan fungsi penggunaan humor dapat membantu meningkatkan lagi keberkesanan komunikasi antara TG Malaysia berbahasa Jepun. Walaupun tidak semua para TG boleh berjenaka secara spontan namun ia

boleh dirancang sebagai persediaan untuk digunakan semasa SLPP. Persediaan dan perancangan humor ini menjadi mudah apabila kajian ini turut mendapati bahawa faktor utama yang menyumbang kepada penggunaan humor dalam SLPP adalah penguasaan bahasa Jepun dengan baik. Ini kerana melalui penguasaan bahasa Jepun yang baik TG mampu mengadakan humor dalam sesebuah SLPP. Oleh itu adalah jelas kajian ini harus diperkembangkan lagi untuk membantu TG memperbaiki dan mempelbagaikan lagi variasi humor agar TG lebih berketrampilan dan berkeyakinan.

BIODATA

Roswati Abdul Rashid dan *Radhiah Ismail* masing-masing adalah pensyarah bahasa Jepun dan Sepanyol di Jabatan Bahasa dan Komunikasi, di Pusat Pendidikan Asas dan Liberal, Universiti Malaysia Terengganu.

Noor Asliza Abdul Rahim pula adalah pensyarah bahasa Melayu di Pusat Bahasa Antarabangsa, Universiti Malaysia Perlis.

Roslina Mamat ialah Prof. Madya dan pensyarah kanan dalam bidang bahasa Jepun dan analisis wacana di Jabatan Bahasa Asing, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia.

RUJUKAN

- Andrew Reimann. (2010). Intercultural communication and the essence of humour. *Usunomiya Daigaku Kenkyuuronshuu*.
- Aria, C. (2002). *The use of humor in vocabulary instruction. (Unpublished Masters Thesis)*. Kean University, USA.
- Asmah Omar. (2000). *Wacana perbincangan, perbahasan dan perundingan. Dewan Bahasa dan Pustaka*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Astedt-Kurki, P., & Liukkonen, A. (1994). Humour in nursing care. *Journal of Advanced Nursing, 20*(1), 183–188.
- Beeftin, K. (2011). *Tourists and indigenous tour guides: An exploration of roles , relationships and intercultural interactions (Unpublished PhD thesis)*. The Pennsylvania State University, Pennsylvania, USA.
- Collectt, P. (2004). *The book of tells*. Great Britain: Doubleday.
- Hay, J. (2008). The pragmatics of humor support. *International Journal of Humor Research, 14*(1), 55–82. <http://doi.org/10.1515/humr.14.1.55>
- Hobbs, P. (2007). Lawyers' use of humor as persuasion. *Humor, 20*(2), 123–156. <http://doi.org/10.1515/HUMOR.2007.007>
- Huang, S. (2010). A revised importance–Performance analysis of tour guide performance in China. *Tourism Analysis, 15*(2), pp.227–241. <http://doi.org/10.3727/108354210X12724863327803>
- Huang, Y. (2011). Chinese tour guides ' strategies in intercultural communication - Implications for language teaching and tourism education. *Journal Of Language Teaching And Research, 2*(1), 146–150. <http://doi.org/10.4304/jltr.2.1.146-150>
- Ivy, L. L. (2013). Using humor in the classroom. *Education Digest, 79*(2), 54.
- James, D. L. (2001). Split a gut and learn: Theory and research. ERIC Document Reproduction Series No. ED458671.
- Mallan, K. (1993). *Laugh Lines: Exploring humor in children's literature. Uma ética para quantos?* (Vol. XXXIII). New South Wales: Primary English Teaching Association. Retrieved from <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED362905.pdf06.pdf>.

- Newton, D. & Burgoon, J. (1990). The use and consequences of verbal influence strategies during interpersonal disagreement. *Human Communication Research*, 2.
- Norrick, N. R. (2003). Issues in conversational joking. *Journal of Pragmatics*, 35(9), 1333–1359. [http://doi.org/10.1016/S0378-2166\(02\)00180-7](http://doi.org/10.1016/S0378-2166(02)00180-7)
- Norrick, N. R. (2010). Humor in interaction. *Linguistics and Language Compass*, 4(4), 232–244. <http://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2010.00189.x>
- Norul Haida Bt Reduzan. (2011). *Unsur jenaka sebagai perangsang dalam situasi pembelajaran bahasa Melayu dalam kalangan pelajar Melayu di Universiti Pendidikan Sultan Idris*. Tesis Doktor Falsafah. Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, UPM.
- 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.
- Pearce, P. L. (2009). Now that is funny. Humour in tourism settings. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 627–644. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2009.05.003>
- Roslina Mamat, Normaliza Abdul Rahim, Hazlina Abdul Halim & Farah Tajuddin. (2012). *Short Utterances in Japanese Language Conversation Among Japanese and Malaysian Tourist Guides*. Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication. Jilid 28(1). Pp.97-106.
- Roswati Abdul Rashid, Roslina Mamat, Hazlina Abdul Halim & Normaliza Abdul Rahim. (2013). Masyarakat Jepun Dalam Pelancongan: Satu Penelitian Budaya. Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication. Jilid 29(2) 2013: 87-106.
- Roswati Abdul Rashid, Roslina Mamat and Yamato, E. (2013). Komunikasi Silang Budaya oleh Pemandu Pelancong Malaysia Berbahasa Jepun. *Global Media Journal – Malaysian Edition*, 3(3), 63–88.
- Schmitz, J. R. (2002). Humor as a pedagogical tool in foreign language and translation courses. *Humor*, 1(1974), 89–113.
- Shaffe Mohd Daud, Ramli Basri, Roselan Baki, Sahandri Ghani Hamzah & Mokhtar Nawawi. (2011). Pengaruh amalan jenaka terhadap pengajaran dan pembelajaran murid. *Asia Pasific Journal of Educators and Education*, 26(1), 125–144.
- Simon, J. M. (1988). The therapeutic value of humor in aging adults. *Journal of Gerontological Nursing*, 14(8), 8–13.
- 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.
- Tapley, R. (2006). The value of humor. *Journal of Value Inquiry*, 40(4), 421–431. <http://doi.org/10.1007/s10790-006-9007-y>
- Ulloth, J. K. (2002). The benefits of humor in nursing education. *The Journal of Nursing Education*, 41(11), 476–481.
- Weiler, B., & Ham, S. H. (2002). Tour guide training: A model for sustainable capacity building in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), pp.52–69.
- Wilson Christopher P. (1979). *Jokes: form, content, use and function*. USA: Academic Press.
- 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* (Vol. 8). <http://doi.org/10.1177/135676670200800108>