



**INTERAKSI JUAL BELI ANTARA PEDAGANG PAKAIAN
DENGAN PEMBELI DI PASAR MUNCAR KECAMATAN
MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI: TINJAUAN
ETNOGRAFI KOMUNIKASI**

SKRIPSI

Oleh

**Fitria Nurhidayah
NIM 070110201062**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**INTERAKSI JUAL BELI ANTARA PEDAGANG PAKAIAN
DENGAN PEMBELI DI PASAR MUNCAR KECAMATAN
MUNCAR KABUPATEN BANYUWANGI: TINJAUAN
ETNOGRAFI KOMUNIKASI**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Sastra Indonesia (S-1)
dan mencapai gelar Sarjana Sastra

Oleh

**Fitria Nurhidayah
NIM 070110201062**

**JURUSAN SASTRA INDONESIA
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Suyatni dan Ayahanda Slamet tercinta, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, memberikan motivasi dan pengorbanan selama ini;
2. guru-guru terhormat, sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
3. Almamater Fakultas Sastra Universitas Jember.

MOTO

“Dan di antara tanda-tanda (kebesaran)-Nya ialah penciptaan langit dan bumi, perbedaan bahasamu dan warna kulitmu. Sungguh, pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui”

(Terjemahan Surat *Ar-Ruum* Ayat 22) *)

“Jangan mencoba menjadi seorang manusia yang sukses, tetapi lebih mencoba menjadi seorang manusia yang bernilai” **)

(Albert Einstein)

“Berusahalah sekuat yang kamu bisa. Yakinlah, Tuhan tidak akan berdiam diri”
(Penulis)

*) Departemen Agama Republik Indonesia. 2005. *Al Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Al-Hidayah.

**) <http://www.poztmo.com/2011/09/kata-kata-bijak-terbaik-terbaru>.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Fitria Nurhidayah

NIM : 070110201062

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: “Interaksi Jual Beli antara Pedagang Pakaian dengan Pembeli di Pasar Muncar Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi: Tinjauan Etnografi Komunikasi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 Februari 2012

Yang menyatakan,

Fitria Nurhidayah
NIM 070110201062

SKRIPSI

**INTERAKSI JUAL BELI ANTARA PEDAGANG PAKAIAN DENGAN
PEMBELI DI PASAR MUNCAR KECAMATAN MUNCAR
KABUPATEN BANYUWANGI: TINJAUAN
ETNOGRAFI KOMUNIKASI**

Oleh

Fitria Nurhidayah
NIM 070110201062

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Agus Sariono, M.Hum.

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. A. Erna Rochiyati S., M.Hum.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Interaksi Jual Beli antara Pedagang Pakaian dengan Pembeli di Pasar Muncar Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi: Tinjauan Etnografi Komunikasi” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 28 Februari 2012

tempat : Fakultas Sastra Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Dr. Agus Sariono, M.Hum.
NIP 196108131986011001

Anggota I,

Anggota II,

Dra. A. Erna Rochiyati S., M.Hum.
NIP 196011071988022001

Drs. Andang Subaharianto, M.Hum.
NIP 196504171990021001

Mengesahkan

Dekan,

Drs. Syamsul Anam, M.A.
NIP 195909181988021001

RINGKASAN

Interaksi Jual Beli antara Pedagang Pakaian dengan Pembeli di Pasar Muncar Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi: Tinjauan Etnografi Komunikasi; Fitria Nurhidayah; 2012; 177 halaman; Jurusan Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Jember.

Pasar merupakan salah satu ruang interaksi jual beli tempat bertemunya pedagang dan pembeli. Pasar ditandai dengan adanya transaksi secara langsung dan terdapat proses tawar-menawar dalam interaksi tersebut. Dalam sebuah pasar, proses interaksi jual beli akan semakin menarik karena komunikasi yang terjadi antara pedagang dengan pembeli memiliki pola-pola komunikasi yang berbeda. Pola-pola komunikasi tersebut merupakan strategi yang digunakan pedagang untuk mempengaruhi pembeli dalam mencapai kesepakatan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola-pola komunikasi interaksi jual beli antara pedagang pakaian dengan pembeli, dengan menggunakan kajian etnografi komunikasi.

Kajian etnografi komunikasi di Indonesia jarang sekali dilakukan, hanya beberapa peneliti bahasa yang meneliti kajian etnografi komunikasi. Etnografi komunikasi adalah suatu studi terhadap peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu suatu cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda kebudayaan. Pola-pola komunikasi pada interaksi jual beli antara pedagang pakaian dengan pembeli di Pasar Muncar dikategorisasikan menjadi dua yaitu pola-pola komunikasi interaksi jual beli antara pedagang pakaian dengan pembeli pelanggan dan pola-pola komunikasi interaksi jual beli antara pedagang pakaian dengan pembeli bukan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan tiga tahap, yaitu: (1) tahap penyediaan data, dilakukan dengan menggunakan metode simak (observasi), teknik dasar sadap, teknik lanjutan Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), teknik lanjutan rekam, teknik lanjutan catat dan juga

menggunakan wawancara mendalam. Metode simak (observasi) dan wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh data konteks, sedangkan teknik lanjutan SBLC digunakan untuk memperoleh data tuturan percakapan; (2) tahap analisis data, menggunakan metode komparatif untuk mengetahui penggunaan bahasa atau varian bahasa yang digunakan para pedagang pakaian dan pembeli, dan metode etnometodologi untuk mengetahui pola-pola komunikasi antara pedagang pakaian dengan pembeli; (3) tahap penyajian hasil analisis data, menggunakan metode penyajian secara informal dan formal.

Perbedaan etnik antara pedagang pakaian dengan pembeli tetap membuat interaksi jual beli berlangsung komunikatif. Dalam interaksi jual beli, pedagang pakaian menggunakan strategi yang berbeda untuk mempengaruhi pembeli pelanggan dan pembeli bukan pelanggan dalam mencapai kesepakatan harga. Strategi yang digunakan pedagang pakaian untuk mempengaruhi pembeli pelanggan yaitu dengan melakukan pengenalan identitas barang atau pakaian yang terdiri atas dua sampai enam pengenalan identitas barang. Selain itu, juga dengan melakukan penggodaan, memunculkan pertanyaan yang tidak berhubungan dengan interaksi jual beli, menggunakan sebuah lelucon, dan melakukan pemberian solusi. Strategi yang digunakan pedagang pakaian untuk mempengaruhi pembeli bukan pelanggan yaitu dengan melakukan pengenalan identitas barang atau pakaian yang terdiri atas satu sampai empat pengenalan identitas barang. Selain itu, juga dengan menggunakan ungkapan basa-basi dan melakukan pemberian saran.

Pembeli pelanggan dan pembeli bukan pelanggan mempunyai strategi yang berbeda untuk mempengaruhi pedagang pakaian dalam mencapai kesepakatan harga. Strategi yang digunakan pembeli pelanggan pakaian untuk mempengaruhi pedagang pakaian yaitu dengan menaikkan harga tawaran kepada pedagang pakaian sebagai bentuk keinginan memiliki pakaian yang dijual oleh pedagang pakaian. Strategi yang digunakan pembeli bukan pelanggan untuk mempengaruhi pedagang pakaian yaitu dengan melakukan perayuan kepada pedagang pakaian dan menaikkan harga tawaran.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Interaksi Jual Beli antara Pedagang Pakaian dengan Pembeli di Pasar Muncar Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi: Tinjauan Etnografi Komunikasi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S-1) pada Jurusan Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Drs. Syamsul Anam, M.A. selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember;
2. Dr. Agus Sariono, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Sastra Indonesia dan Dosen Pembimbing I sekaligus Penguji Utama yang telah banyak memberikan perhatian, saran, motivasi, dan bimbingan selama penyusunan skripsi ini;
3. Dra. A. Erna Rochiyati S., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II Anggota I yang memberikan saran, perhatian, dan kesabaran dalam penulisan skripsi ini;
4. Drs. Andang Subahianto, M.Hum., selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran;
5. Dr. Rr. Novi Anoegrajekti, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
6. semua dosen beserta karyawan Fakultas Sastra Universitas Jember terhormat, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran;
7. guru-guru sejak TK sampai SMA, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan;
8. adik tersayang, Arief Dwi Hidayat, yang selalu memberikan kasih sayang dan canda tawa setiap waktu;
9. keluarga besar Sujimo dan Rustam Aji yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi;

10. 'SES', yang selalu memberikan semangat dan kasih sayang, serta setia menemani di saat suka maupun duka;
11. sahabat saya *Ejrenk* (Rina, Riski, Riza, Mega dan Andini) yang selalu memberikan motivasi, dan tempat berbagi suka maupun duka;
12. teman-teman Sastra Indonesia angkatan 2007 (Afi, Dita, Windi, Nisa, Irfa, Tiwi, dll) yang selalu membantu dan memberi motivasi;
13. para informan penelitian, yang telah memberikan informasi;
14. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup dan Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Bahasa dan Fungsi Bahasa.....	9
2.2.2 Masyarakat dan Kebudayaan	11
2.2.3 Komunikasi.....	12
2.2.4 Kompetensi Komunikatif.....	16
2.2.5 Tindak Tutur	17

2.2.6 Etnografi Komunikasi.....	20
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Tahap Penyediaan Data.....	23
3.2 Tahap Analisis Data.....	25
3.3 Tahap Penyajian Hasil Analisis Data.....	33
3.4 Sumber Data dan Data.....	34
3.4.1 Sumber Data.....	34
A. Lokasi Penelitian.....	34
B. Populasi.....	34
C. Sampel.....	35
D. Informan.....	36
3.4.2 Data.....	37
BAB 4. DESKRIPSI INTERAKSI JUAL BELI ANTARA PEDAGANG PAKAIAN DENGAN PEMBELI.....	38
4.1 Interaksi Jual Beli antara Pedagang Pakaian dengan Pembeli Pelanggan.....	38
4.2 Interaksi Jual Beli antara Pedagang Pakaian dengan Pembeli Bukan Pelanggan.....	86
BAB 5. PENUTUP.....	138
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA.....	142
LAMPIRAN.....	145

DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG

- A = Pedagang pakaian
- AA = Pegawai pedagang pakaian
- B = Pembeli pakaian pertama
- C = Pembeli pakaian kedua
- BJ = Bahasa Jawa
- BM = Bahasa Madura
- BI = Bahasa Indonesia
- EJ = Etnik Jawa
- EM = Etnik Madura
- EC = Etnik Cina
- sEU = Subetnik Using
- EB = Etnik Bugis
- [] = Pengapit bunyi fonetis
- ‘ ’ = Pengapit makna
- () = Pengapit tindakan