

ABSTRAK

Pola Komunikasi Antarbudaya Dalam Proses Jual Beli Di Pasar Tradisional (studi pada pedagang asal minang di pasar Cik Puan Pekanbaru)

Muhammad Iqbal Jasman
129110067

Komunikasi Antarbudaya adalah komunikasi antara dua individu atau kelompok yang di mana setiap individu tersebut memiliki kebudayaan yang berbeda-beda. Komunikasi antarbudaya ini sangat berperan penting dalam proses komunikasi yang ada di beberapa pasar tradisional di Pekanbaru salah satu di antaranya adalah pasar tradisional Cik Puan yang dulunya ini adalah tempat pemberhentian loket kendaraan umum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola Komunikasi Antarbudaya Dalam proses Jual Beli Di Pasar Tradisional. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori yang sesuai yaitu teori Etnografi Komunikasi, teori ini mengetahui tentang Masyarakat tuturnya dan Aktivitas Komunikasinya. Subjek penelitian ini adalah 4 Pedagang yang terdiri dari 2 jenis dagangan seperti 2 pedagang sembako dan 2 pedagang sayuran serta di bagi lagi menjadi 3 jenis pedagang yaitu pedagang kaki lima (PKL), pedagang los, pedagang kios. Sedangkan yang menjadi objeknya adalah Pola Komunikasi Antarbudaya Dalam proses Jual Beli Di Pasar Tradisional. Hasil penelitian menunjukkan dalam ruang lingkup masyarakat tuturnya itu sendiri pedagang dan pembeli beradaptasi terhadap lawan bicara dan lingkungannya sedangkan Aktivitas komunikasinya terdapat proses tawar-menawar, percakapan yang menjatuhkan, serta ada juga yang menggoda-goda pembeli.

Kata Kunci: Komunikasi Antarbudaya, Pasar Tradisional, Etnografi Komunikasi,

ABSTARCT

Intercultural Communication Pattern In The Sale and Purchase Process In Traditional Market (study on traders from Minang market in Cik Puan Pekanbaru)

MuhamMad Iqbal Jasman
129110067

Intercultural Communication is communication between two individuals or groups in which each individual has a different culture. Intercultural communication is very important role in the existing communication process in some traditional markets in Pekanbaru one of them is the traditional market Cik Puan which used to be the stop of public transportation counters. The purpose of this research is to know the pattern of intercultural communication in the process of buying and selling in traditional market. In this case the researcher uses descriptive qualitative research approach method. This study uses the appropriate theory of Ethnography theory Communications, this theory knows about the Speech Community and Activities Communications. The subjects of this study are 4 traders consisting of 2 types of traders such as 2 food traders and 2 sellers of vegetables and again divided into 3 types of traders, namely street vendors (street vendors), los traders, and kios traders. While the object is Intercultural Communication Pattern In the process of Sale and Purchase In Traditional Market. The results of research show in the scope of the community itself is sellers and buyers adapt to the other person and the environment, while communication activities there is a process of bargaining, the conversation is dropped, and there are also teasing buyers.

Keywords: *Crosscultural Communication, Traditional Market, Etnografi Communication*