

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Budaya berkenaan tentang bagaimana manusia hidup. Manusia belajar, berpikir, merasa, mempercayai, dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktik, komunikasi, tindakan sosial semua itu berdasarkan pola-pola budayanya. Ada yang berbicara sunda, memakan ular, menguburkan orang mati ini semua karena mereka telah dilahirkan atau sekurang-kurangnya dibesarkan dalam suatu budaya yang mengandung unsur-unsur tersebut. Apa yang mereka lakukan, bagaimana mereka bertindak, merupakan respons terhadap fungsi-fungsi budayanya. Porter & Samovar (dalam Sihabudin, 2013: 19)

Budaya berkesinambungan dan hadir dimana-mana, budaya juga berkenaan dengan bentuk fisik serta lingkungan sosial yang mempengaruhi hidup kita. Budaya kita, secara pasti mempengaruhi kita sejak dalam kandungan hingga mati dan bahkan setelah mati, kita di kuburkan dengan cara-cara yang sesuai dengan budaya kita. Budaya di pelajari tidak di wariskan secara genetis, budaya juga berubah ketika orang-orang berhubungan antar satu dengan yang lain.

Budaya mempengaruhi orang yang berkomunikasi. Situasi ini tidak dapat dihindarkan, karena sebetulnya, setiap kali orang melakukan komunikasi dengan orang lain yang mempunyai potensi komunikasi antarbudaya. Hal ini dikarenakan

setiap orang selalu berbeda budaya dengan orang lain, sekecil apapun perbedaan tersebut.

Setiap manusia selalu membawa budayanya kemanapun ia pergi dan budaya tersebut yang melambangkan identitas dari manusia tersebut. Dengan kesamaan bahasa dan budaya akan tercipta kepercayaan diri untuk berinteraksi satu sama lain dan percakapan akan lebih baik dan berkualitas di bandingkan dengan seseorang yang budaya dan bahasa yang berbeda.

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu berinteraksi satu sama dengan yang lainnya, baik itu dengan adat istiadat, norma, pengetahuan maupun dengan budaya di sekitarnya. Setiap manusia membutuhkan itu semua karena manusia tidak dapat hidup secara individu, dalam kehidupannya pasti membutuhkan pertolongan dari orang lain dan untuk itu semua di perlukan komunikasi yang baik, namun tidak semua orang terampil berkomunikasi.

Meskipun komunikasi kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Sebagaimana layaknya ilmu sosial lainnya, komunikasi mempunyai banyak definisi sesuai dengan persepsi ahli komunikasi.

Dalam bukunya Wood T. J (2013:3) komunikasi sebagai sebuah proses sistem/kejadian yang sedang berlangsung di mana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna. Secara sederhana dapat di kemukakan bahwa pengertian komunikasi, ialah proses pengiriman pesan

atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang sumber atau komunikator kepada seorang penerima atau komunikasi dengan tujuan tertentu.

Komunikasi juga merupakan hal yang paling penting bagi individu untuk berinteraksi. Sebuah interaksi sosial bisa tidak berarti apa-apa jika komunikasi di dalamnya tidak berjalan pada semestinya. Sepanjang masanya, manusia melakukan komunikasi sejak dalam kandungan sampai menjelang kematiannya. Oleh karena itu komunikasi dan interaksi tidak bisa di pisahkan dari setiap individu yang hidup di muka bumi ini.

Gambaran Al-Quran tentang aneka ragam, bangsa, bahasa, dan warna kulit di kalangan manusia serupa dengan gambarannya tentang ragam wajah yang terdapat di alam. Semuanya merupakan manifestasi kemahakuasaan Tuhan. Dalam pandangan Al-Quran, manusia adalah suci dan patut dihormati, dan kewajiban kita pada setiap kesempatan, ialah berbuat sesuai perintah-perintah-Nya.

Allah berfirman, "tidakkah kamu melihat bahawasanya Allah menurunkan hujan dari langit lalu kami hasilkan dari hujan itu buah-buahan yang beraneka macam jenisnya dan diantar gunung-gunung itu ada garis-garis putih dan merah yang beraneka macam warnanya dan ada (pula) yang hitam pekat dan demikian (pula) di antara manusia, binatang-binatang melata dan binatang-binatang ternak ada yang bermacam-macam warnanya (dan jenisnya). Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya, hanyalah orang-orang yang berilmu.

Sesungguhnya Allah maha perkasa lagi maha pengampun.” (QS. Al Faathir (35):27-28)

Agama Islam serta masyarakat minang sangat menjunjung tinggi kaidah-kaidah islam, didalam budaya minang mereka mengistimewakan setiap wanita, karena adat minang di sebut memakai pola adat Matrilineal dan sesuatu yang membuat adat Minangkabau menjadi khas adalah dengan landasan *adat basandi syaraq, syaraq basandi kitabullah* (adat bersendikan agama islam) oleh sebab itu masyarakat minang secara otomatis memeluk agama islam dari pada agama yang lain.

Ciri atau wajah dari etnis minang adalah budaya “manggaleh”, budaya berdagang. Walaupun tidak sedikit orang minang yang bekerja di pemerintahan dan profesi lainnya namun yang cukup menonjol atau dikenali umum itu adalah profesi dagangnya. Bahkan karena keuletan dan kegigihan atau karena melihat jumlahnya sampai etnis ini di beri julukan “ Yang mampu menyaingi orang Cina” dan bahkan di beri gelar “ Minangkiaw”. Ada juga sebutan lain adalah, begitu ada migrasi ke bulan pada saat itu berdirilah rumah makan padang di sana.

Ada suatu kaitan yang erat antara budaya berjualan dan budaya merantau. seperti yang di katakan Willian Marsden (dalam Latief 2002:54) mengutarakan tentang latar belakang sejarah daerah Minangkabau yang menghadap ke Samudra Hindian dan membelakangi Selat Malaka. Ada lima sungai besar (Rokan, Siak, Kampar, Kuantan, Batang Hari) yang hulunya berada di pedalaman Sumatra Barat yang mengalir dan bermuara di Selat Malaka. Dahulu sungai sungai ini lah yang

digunakan untuk mengangkut hasil pertanian, hutan dan tambang emas ke pasar dunia di Selat Malaka. Menurut beliau orang minangkabau sendirilah yang mengantarkanya ke Malaka atau menjualnya kepada pedagang-pedagang Cina, Arab dan India yang menantinya di kuala sungai.

Masyarakat minang mempunyai kelebihan dalam bidang kuliner dan bahasa, contohnya saja rendang, siapa yang tidak tau dengan maskaan yang satu ini yang telah mendunia. Serta bahasa minang yang telah dominan di Pekanbaru, banyak di lingkungan kita yang beradat Melayu, Jawa, dan bahkan Tionghoa bisa berbahasa minang. Oleh sebab itu peneliti mendapatkan teori yang cocok dengan penelitian ini yaitu teori etnografi karena suatu masyarakat mempunyai perilaku dan kebudayaan yang berbeda yang dipergunakan dalam masyarakat

Etnografi komunikasi adalah salah satu dari sekian metode penelitian bidang komunikasi yang beranjak dari paradigma *interpretative* atau konstrutivis. Metode ini mengkhususkan diri pada kajian mengenai pola komunikasi yang digunakan manusia dalam suatu masyarakat tutur.

Secara sederhananya, etnografi komunikasi adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikasi suatu masyarakat yaitu, bagaimana cara-cara bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda-beda kebudayaanya Koentjaraningrat dalam Nurhadi (2015:17).

Dalam interaksi, tanpa disadari atau tidak kita sudah melakukan komunikasi antarbudaya dan komunikasi itu efektif atau tidaknya tergantung siapa lawan bicara kita karena bila kita berbicara dengan etnis, suku atau budaya yang

berbeda maka berbeda pula bahasanya sehingga ketika orang-orang dari budaya yang berlainan berkomunikasi, penafsiran keliru atas sandi merupakan hal yang lazim.

Interaksi bisa ada di mana saja contoh salah satunya yang berada di pasar, di saat sedang membeli bahan pokok sehari-hari tanpa kita sadari kita telah berinteraksi dengan para penjual yang ada di pasar tersebut. Kita berkomunikasi dengan bahasa yang sesuai dengan budaya lingkungan pasar tersebut

Salah satunya pasar tradisional di Kota Pekanbaru di dalamnya terdapat berbagai macam pedagang dan pembeli dengan latar belakang yang berbeda diantaranya dari Minangkabau, Batak, Jawa, dan Melayu. Pasar Cik Puan merupakan pasar yang ramai dikunjungi masyarakat setempat. Selain letaknya dekat terminal Mayang Terurai, jenis barang dagangannya pun cukup lengkap.

Pasar ini menurut data yang peneliti dapatkan dari Dinas Pasar, pasar ini mempunyai kurang lebih 421 pedagang yang menjual dagangannya, masing-masing pedagang ini dibagi dengan 3 jenis pedagang yaitu, (1) pedagang kaki lima "PKL SUBUH" sebutanya yang berjumlah 172 orang. (2) pedagang los yang berjumlah 84 orang. (3) dan pedagang kios yang berjumlah 165 orang. (Pra-survey pada tanggal 18-07-2016)

Satu-satunya di Pasar Cik Puan ini setiap jam 10 malam mobil yang menjual berbagai macam-macam sayuran dengan jumlah besar atau grosiran yang langsung dari Sumatera Barat (Bukittinggi) mulai berdatangan dan akan membongkar dagangannya serta menjualnya kembali kepada semua orang yang

ingin membeli mulai dari jam 12 sampai dengan selesai. Pasar Cik Puan ini juga dulunya sebagian adalah bekas terminal yang dimana tempat pembelian tiket bus dan loket pemberhentian angkot.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan permasalahan “Etnografi Komunikasi Antarbudaya dalam proses jual beli di pasar tradisional” dalam hal ini bagaimana pedagang minang merespon komunikasi dari pembeli dengan suku yang berbeda sehingga dalam proses transaksi tersebut terdapat aktivitas-aktivitas yang mempengaruhi keputusan pedagang dalam memberikan kekhususan terhadap pembeli. Contoh : memurahkan harga, memberikan harga standar (tidak mahal) atau ada bonus.

Pada saat di pasar tersebut peneliti mendengar bahasa dan gaya berbicara orang-orang pasar tersebut mempunyai khasnya masing-masing, tergantung dari budaya dan suku mana orang tersebut di lahirkan. Begitu banyak percakapan dengan berbagai bahasa yang berbeda. Terkadang individu merasakan komunikasi itu tidak efektif, yang dikarenakan salah penafsiran oleh si penerima pesan, dan kesalahan penafsiran tersebut di karenakan persepsi oleh setiap individu yang berbeda-beda. Adapula gaya bahasa yang dapat di pengaruhi oleh budaya lingkungan tempat kita tinggal serta dapat berubah apabila kita melihat siapa lawan bicara kita. berikut ini adalah foto-foto aktivitas yang peneliti ambil dari pasar cikpuan

Gambar 1.1



Pedagang los yang sedang menjajahkan dagangan jenis sayuran kepada beberapa pembeli yang sedang memilih-milih sayuran yang akan dibelinya (Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 1.2



Pedagang los yang sedang menjajahkan dagangan jenis bumbu-bumbu masak (cabe giling, bawang putih dan merah halus) (Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 1.3

Pedagang los ikan yang sedang merespon pertanyaan pembeli (Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 1.4

Pedagang los ikan yang membungkus ikan yang dipilih-pilih oleh pembeli (Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 1.5



Pedagang los ayam yang sedang memotong-motong ayam serta pembeli yang menunggu pemotongan tersebut selesai (Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar 1.6



Pedagang kios sembako yang sedang merespon pertanyaan pembeli (Sumber: Dokumen Pribadi)

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di analisis identifikasi masalahnya adalah

1. Terdapat berbagai macam pola komunikasi antarbudaya yang terjadi didalam proses jual beli
2. Aktivitas komunikasi yang digunakan dalam proses jual beli
3. Faktor-faktor dalam komunikasi yang mempengaruhi proses jual beli
4. Eektivitas komunikasi antarbudaya dalam proses jual beli
5. Bahasa apa yang digunakan dalam proses jual beli
6. Banyaknya pasar modern yang menyaingi pasar tradisional

C. Fokus penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang di peroleh oleh penulis maka adapun fokus penelitian ini lebih menitik beratkan pada etnografi komunikasi antarbudaya yang ada di dalam pasar tradisional Cik Puan dalam proses jual beli

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah Pola komunikasi antarbudaya dalam proses jual beli di pasar tradisional maka rumusan masalah yang di angkat adalah:

1. Bagaiman aktivitas komunikasi yang ada di pasar tradisional Cik Puan dalam proses jual beli?
2. Bagaimana masyarakat tutur berkomunikasi di pasar Cik Puan dalam proses jual beli?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk menganalisis aktivitas komunikasi yang ada di pasar tradisional Cik Puan dalam proses jual beli
- b. Untuk menganalisis masyarakat tutur berkomunikasi di pasar Cik Puan dalam proses jual beli

2. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Diharapkan hasil penelitian untuk memperkaya khasanah ilmu komunikasi khususnya komunikasi antarbudaya

b. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai tambahan informasi dan masukan bagi seluruh masyarakat tentang pentingnya interaksi dan berkomunikasi, walaupun dengan suku yang berbeda beda, dan kita tetap bisa mempelajari bahasa yang tidak sama dengan suku kita ataupun budaya kita karena dengan adanya beragam budaya bahasalah yang menjadi identitas bangsa