

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian literatur

Dalam penelitian ini, teori dan beberapa konsep serta pemikiran yang berhubungan langsung dengan permasalahan penelitian ini nantinya adalah teori interaksi simbolik dan konsep penelitian etnografi komunikasi.

##### 1. Pengertian Komunikasi

Pentingnya dan pengaruh komunikasi pada manusia secara dramatis digaris bawahi oleh Keating dalam Samovar, Porter, Mcdaniel (2014:18) ia menuliskan “komunikasi itu sangat kuat: mampu membawa temankita ke sisi kita atau menceraiberaikan musuh, meyakinkan atau memperingati anak-anak menciptakan mufakat atau garis pertempuran antara kita”.

Meskipun komunikasi merupakan kegiatan yang 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 para ahli yang memberikan batasan pengertian. Hal ini senada yang disampaikan oleh Fiske (2012:1) komunikasi adalah salah satu dari aktivitas yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikanya.

Komunikasi memiliki definisi yang tak terhingga seperti saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut dan banyak lagi lainnya, sedangkan Everett M dalam Suranto (2010:3) mengatakan bahwa

komunikasi ialah proses yang di dalamnya terdapat suatu gagasan yang dikirimkan dari sumber kepada penerima dengan tujuan untuk mengubah perilakunya.

## 2. Unsur atau Komponen Komunikasi

Kata “unsur” atau “komponen” dalam kamus bahasa Indonesia dijelaskan sebagai bagian dari keseluruhan aspek yang membentuk suatu aktivitas atau kegiatan tertentu. Jadi komunikasi itu sebagai sebuah aktivitas, proses, atau kegiatan yang terbentuk oleh karena adanya unsur-unsur komunikasi. Dari komponen-komponen ini selanjutnya terbentuk proses komunikasi.

Memang dalam kebiasaan sehari-hari ada berbagai sebutan untuk sebuah komponen yang sama. Ambil contoh komponen komunikator, disebut pula sumber informasi, dan ada pula yang menamai sebagai pengirim pesan. Komponen media, ada yang menyebut channel, ataupun saluran. Komponen komunikasi dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut Suranto (2010:5)

### a. Komunikator, sumber informasi

Komunikator adalah individu atau orang yang mengirim pesan. Pesan tersebut diproses melalui pertimbangan dan perencanaan dalam pikiran. Proses mempertimbangkan dan merencanakan tersebut berlanjut pada proses penciptaan pesan. Dengan demikian seorang komunikator menciptakan pesan, untuk selanjutnya mengirimkannya dengan saluran tertentu kepada pihak atau orang lain.

b. Pesan

Pesan atau informasi, ada pula yang menyebut sebagai gagasan, ide, simbol, stimuli pada hakekatnya merupakan sebuah komponen yang menjadi isi komunikasi. Pesan ini dapat berupa pesan verbal maupun non verbal

c. Saluran, media

Media ialah suatu sarana untuk menyampaikan pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan. Ada berbagai macam-macam media, meliputi media cetak, audio, audio visual

d. Komunikan, penerima informasi

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menerima pesan. Sebenarnya komunikan tidak sekedar menerima pesan, melainkan menganalisis dan menafsirkannya sehingga dapat memahami makna pesan tersebut.

e. Umpan balik

Umpan balik atau *feedback*, merupakan respon atau tanggapan seorang komunikan setelah mendapat terpaan pesan. Dapat pula dikatakan sebagai reaksi yang timbul

f. Gangguan

Gangguan komunikasi sering kali terjadi, baik gangguan yang bersifat teknis maupun semantis. Adanya gangguan komunikasi ini dapat menyebabkan penurunan efektivitas proses komunikasi.

Dalam proses komunikasi tidak selalu keenam komponen komunikasi itu muncul sekaligus. Ada prasyarat minimal agar komunikasi dapat terlaksana, yaitu

sekurang-kurangnya harus melibatkan tiga komponen, yaitu komunikator, pesan, dan komunikan. Artinya kalau ketiga komponen itu sudah ada, maka komunikasi dapat terlaksana. Mengapa? Karena sudah ada komunikator yang mengirim pesan kepada komunikan.

### 3. Hakikat Komunikasi

Berdasarkan pengertian dan model komunikasi yang telah di uraikan, maka dapat dikemukakan hakikat makna dari suatu proses komunikasi Suranto (2010:11)

a. komunikasi adalah suatu proses

Dikatakan komunikasi adalah suatu proses, karena komunikasi adalah kegiatan dinamis yang berlangsung secara berkesinambungan. Di samping itu, komunikasi menunjukkan suasana aktif diawali dengan seorang komunikator menciptakan dan menyampaikan pesan, menerima umpan balik, dan begitu seterusnya yang pada hakikatnya menggambarkan suatu proses yang senantiasa berkesinambungan.

b. komunikasi adalah sistem interaksi

Dari proses komunikasi dapat diidentifikasi adanya unsur atau komponen yang terlibat di dalamnya, mulai dari komunikator, pesan, sampai komunikan. setiap komponen memiliki setiap tugas atau karakter yang berbeda, namun saling mendukung terjadinya sebuah proses transaksi yang dinamakan komunikasi. dari proses komunikasi tersebut, yang ditransaksikan adalah pesan atau informasi.

- c. komunikasi hendak meraih tujuan tertentu

Setiap proses komunikasi pastilah terkait dengan adanya tujuan tertentu. Seseorang berkomunikasi, tentulah mempunyai tujuan tertentu yang ingin di capai. Mulai dari tujuannya yang sifatnya sambil lalu atau sekedar iseng, sampai kepada tujuan yang hendak di capai secara terencana seperti tujuan untuk mencapai suatu informasi, menambah pengetahuan, bahkan mungkin untuk mengubah sikap atau perilaku.

Untuk melakukan tugas utama membina sistem komunikasi agar dapat terlaksana secara efektif dan harmonis. Geoffery Mills dan Oliver Standingfird mengemukakan empat asas pokok komunikasi sebagai berikut:

1. Komunikasi berlangsung antar pikiran seseorang dan pikiran orang lain. Komunikasi hanya bisa terjadi di antara orang-orang yang memiliki kepentingan bersama
2. Orang yang telah melakukan komunikasi mempunyai suatu kewajiban untuk meyakinkan dirinya bahwa ia memahami pesan yaang akan di sampaikan tersebut

#### **4. Tipe Komunikasi**

Ada macam tipe-tipe komunikasi menurut Cangara (2007:30) yaitu

- a. Komunikasi dengan diri sendiri (Intrapersonal communication)

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya komunikasi di sini karena adanya seseorang yang

memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terberik dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia, baik yang terjadi di luar maupun di dalam diri seseorang.

b. Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal Communication)

Komunikasi antarpribadi yang di maksud di sini ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) bahwa “*Interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting.*” Menurut sifatnya komunikasi dapat dibedakan atas dua macam, yakni komunikasi diadik dan komunikasi kelompok kecil.

Komunikasi diadik ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka. Komunikasi diadik menurut Pace dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara. Percakapan berlangsung dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam, dan lebih personal, sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang satunya pada posisi menjawab.

Komunikasi kelompok kecil ialah proses komunikasi yang berlangsung antar tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana anggota-anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya

c. Komunikasi Publik (Public Communication)

Komunikasi publik biasanya disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public speaking* dan komunikasi khalayak.

Apapun namanya, komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

Komunikasi publik memiliki ciri komunikasi interpersonal, karena berlangsung secara tatap muka, tetapi terdapat beberapa perbedaan yang cukup mendasar sehingga memiliki ciri masing-masing

Dalam kondisi publik penyampaian berlangsung secara berkelanjutan. Dapat didefinisikan siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya. Interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Hal ini di karenakan waktu yang digunakan sangat terbatas, dan jumlah khalayak relatif besar. Tipe komunikasi publik biasanya di temui dalam berbagai aktivitas seperti kuliah umum, khotbah, rapat akbar, ceramah dan semacamnya

## 5. Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi menurut Suranto (2010:14) dibagi menjadi empat bagian yaitu:

- a. Komunikasi informatif, ialah teknik komunikasi dengan menyampaikan pesan secara berulang-ulang untuk memberikan informasi kepada

komunikasikan. Proses komunikasi ini satu arah, dari komunikator ke komunikasikan dalam rangka penyebaran informasi.

- b. Komunikasi persuasif, ialah komunikasi yang dilakukan dengan cara halus dan membujuk komunikasikan.
- c. Komunikasi instruktif/koersif, teknik komunikasi ini dicirikan dengan pemberlakuan pemaksaan dan sanksi dari komunikator kepada komunikasikan.
- d. Hubungan manusiawi, ialah teknik komunikasi yang memperhatikan nilai-nilai etnis untuk menciptakan suasana atau iklim komunikasi yang manusiawi.

## **6. Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota dari suatu budaya dan penerima pesan adalah anggota dari suatu budaya lainnya. Komunikasi antarbudaya, komunikasi antar orang-orang yang berbeda budaya (baik dalam arti ras, etnik, ataupun perbedaan sosial ekonomi) Tubbs dan Moss dalam Sihabudin (2013:13)

Liliweri (2015: 8) mengutip pernyataan dari William B. Hart II (1996), "harus dicatat bahwa studi komunikasi antarbudaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan efek kebudayaan terhadap komunikasi". Sehingga menurut Liliweri, definisi paling sederhana dari komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antar dua orang atau lebih yang berbeda latar belakang kebudayaan. Serta definisi lainnya adalah, komunikasi antarbudaya adalah komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh mereka yang berbeda latar belakang

kebudayaan. Dengan pemahaman yang sama, maka komunikasi antarbudaya dapat diartikan melalui beberapa pernyataan sebagai berikut:

- a. Komunikasi antarbudaya adalah pernyataan diri antarpribadi yang paling efektif antara dua orang yang saling berbeda latar belakang budaya.
- b. Komunikasi antarbudaya merupakan pertukaran pesan-pesan yang disampaikan secara lisan, tertulis, bahkan seara imajiner antara dua orang yang berbeda latar belakang budaya.

### **7. Ruang Lingkup Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota suatu budaya lainya. Komunikasi ini bisa terjadi antara orang Jepang dengan orang Indonesia, atau orang Batak dengan orang Jawa. Pada dasarnya setiap kali terjadi perbedaan budaya antara komunikator dan komunike, setiap itu terjadi komunikasi antarbudaya. Karena itu, penelitian komunikasi antarbudaya memfokuskan perhatian pada bagian budaya-budaya yang berbeda itu berinteraksi dengan proses komunikasi. Porter dan Samovar dalam Mulyana dan rakhmat (2006:242)

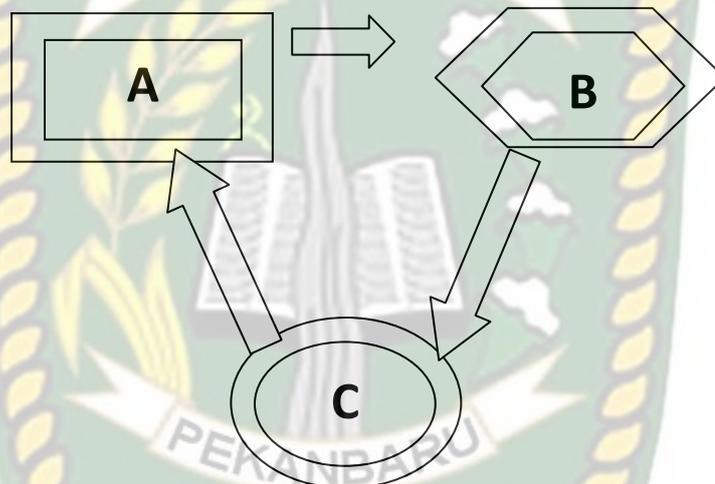
### **8. Model Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi antarbudaya terjadi bila produsen pesan adalah anggota suatu budaya lain dan penerima pesannya anggota budaya lain. Dalam keadaan demikian, kita segera dihadapkan dengan masalah-masalah yang ada dalam suatu situasi dimana suatu pesan disandi dalam suatu budaya dan harus disandi balik dalam budaya lain. Seperti kita lihat budaya mempengaruhi orang lain dalam

berkomunikasi. Akibat pembendaharaan yang dimiliki dua orang berbeda budaya dapat menimbulkan segala macam kesulitan.

Pengaruh budaya atas individu dan masalah-masalah penyandian dan penyandian balikpesan, terlukis dalam model di bawah ini

**Gambar 2.1**  
**Model Komunikasi Antarbudaya**



*Sumber: Porter & Samovar (1998:54) (dalam Rahmat & Mulyana, 2006)*

- a. Budaya A dan B relatif serupa, diwakili oleh segi empat dan segi enam tidak beraturan yang menyerupai segi empat.
- b. Budaya C sangat berbeda dari budaya A dan B. Perbedaanya tampak pada bentuk melingkar dan jarak fisiknya dari budaya A dan budaya B.

Proses komunikasi antarbudaya dilukiskan oleh panah-panah yang menghubungkan antarbudayaa.

- a. Pesan mengandung makna yang dikehendaki oleh penyandi (*decoder*).

- b. Pesan mengalami suatu perubahan dalam arti pengaruh budaya penyandi balik, telah menjadi bagian dari makna pesan (*encoder*).
- c. Makna pesan berubah selama fase penerimaan/penyandian balik dalam komunikasi antarbudaya karena makna yang di miliki *decoder* tidak mengandung makna yang sama dengan *encoder*.

Panah-panah yang menunjukkan:

- a. Perubahan antara budaya A dan b lebih kecil dari pada perubahan budaya A dan C.
- b. Karena budaya C tampak berbeda dari budaya A dan B, penyandian baliknya juga sangat berbeda dan lebih menyerupai pola budaya C.

Model menunjukkan bahwa bisa terdapat banyak perbedaan budaya dalam komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya terjadi dalam banyak ragam situasi, yang berkisar dari ragam interaksi antar orang-orang yang berbeda budaya secara ekstrem hingga interaksi antara orang-orang yang memiliki budaya dominan yang sama, tetapi memiliki subkultur dan subkelompok berbeda.

Subkultur disini menyatakan suatu komunitas rasial, etnik, regional, ekonomi atau sosial yang memperlihatkan pola-pola perilaku. Contoh: sumatra barat; Padang, Padang panjang, Bukittinggi. Sedangkan subkelompok lebih mengarah kepada kelompok yang menyimpang, ciri utama subkelompok adalah komunitas yang perilakunya menyimpang dari nilai nilai, sikap dan moral dari kelompok komunitas yang lainnya. Contoh: geremo, pelacur, homoseks, agama sesat dan lain-lain.

## 9. Pengertian Budaya

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 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)

## 10. Definisi Jual Beli

Jual beli adalah suatu perjanjian antar dua belah pihak atau lebih yang mempunyai kehendak yang serupa namun sama-sama ingin diberi imbalan atas apa yang telah di sepakati. Hal ini senada yang disampaikan oleh B.W (dalam Subekti 1995:1) Jual beli adalah suatu perjanjian timbal balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji akan menyerahkan hak milik suatu barang, sedangkan pihak yang lainnya (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.

Unsur-unsur pokok perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Sesuai dengan asas “Konsensualisme” yang menjiwai hukum perjanjian B.W., perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya “sepakat” mengenai barang dan harga. Begitu kedua belah pihak sudah setuju tentang barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah.

Sifat konsensual dari jual beli tersebut di tegaskan dalam pasal 1458 yang berbunyi: “Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

Konsensualisme berasal dari perkataan “konsensus” yang berarti kesepakatan. Dengan kesepakatan yang dimaksudkan bahwa diantara pihak-pihak yang bersangkutan tercapai suatu kesesuaian kehendak, artinya: apa yang dikehendaki oleh orang yang satu juga sama yang dikehendaki orang yang lain. Kedua kehendak ini bertemu dalam “sepakat” tersebut. Tercapainya sepakat ini dinyatakan oleh kedua belah pihak dengan mengucapkan perkataan-perkataan, misalnya: setuju, iya, oke dan lain sebagainya ataupun sama-sama menaruh tanda tangan tertulis dibawah pernyataan-pernyataan tertulis sebagai tanda (bukti) bahwa kedua belah pihak telah menyetujui segala apa yang tertulis diatas kertas itu.

### **11. Pasar Tradisional**

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk pelayanan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berbagai segi atau bidang, diantaranya :

a. Segi ekonomi

Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumen yang merupakan komoditas untuk mawadahi kebutuhan sebagai demand dan suplai.

b. Segi sosial budaya

Merupakan kontrak sosial secara langsung yang menjadi tradisi suatu masyarakat yang meruoakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal.

c. Arsitektur

Menunjukkan ciri khas daerah yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat, atau koperasi dengan usaha skal kecil, menengah, dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar tradisonal adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

Ciri-ciri pasar tradisional adalah sebagai berikut:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau negara<sup>1</sup>

## **12. Minangkabau**

Orang Minangkabau yang biasa di panggil dengan “urang minang” atau lebih populer di sebut dengan “urang padang” sama- sama berasal dari daerah darek, pesisir atau daerah rantau. Akan tetapi, mereka lebih sering disapa dengan “urang awak”. Wawancara dengan Mawardi Yunus, mantan ketua umum LKAAM

---

<sup>1</sup><http://e-journal.uajy.ac.id/3402/3/2TA13285.pdf>

Sumatra Barat dalam Latief (2002:47) mengatakan “Suatu ciri atau yang bisa dengan mudah ditandai dan dilihat yang merupakan ciri dari orang minang adalah bahwa orang minang dikaruniai bakat perantau yang ulung”. Keulungannya melebihi etnis cina dan yahudi. Mereka terkenal dengan daya membaurnya yang tinggi, maupun beradaptasi dengan cepat dengan lingkungannya.

Semangat kerukunan ini yang bermuara pada bakat daya baur ini diajarkan oleh adat dan budaya “*dimano bumi dipijak di sinan langit dijunjung*” (dimana bumi di pijak di sana langit dijunjung) dikaitkan dengan “*kalau buyuang pai marantau induak cari dunsanak cari, induak samang cari dahulu*” (kalau anak laki-laki pergi merantau orang tua mencari, saudara mencari, terlebih dahulu mencari orang tua ) artinya adalah “sandaran” atau landasan berpijak di daerah baru yang perlu dicari dan dikokohkan lebih dahulu.

Ciri atau wajah dari etnis minang lainnya yang menonjol adalah budaya “manggaleh”, budaya berdagang, walaupun tidak sedikit orang Minang yang bekerja di pemerintahan, ketentaraan dan profesi lainnya yang cukup banyak jumlahnya dan berhasil, tetapi tetap saja yang menonjol atau yang dikenal umum itu adalah profesi dagangnya.

Bahkan karena kegigihan dan keuletin atau karena memang melihat jumlahnya sampai etnis ini diberi julukan, ”yang mampu menyaingi orang cina” bahkan di beri gelar sebagai “Minangkiaw”. Serta ada juga yang menyebut, begitu ada migrasi kebulan pada saat itu berdirilah rumah makan padang di sana.

### 13. Pengertian Etnografi komunikasi

Koentjaraningrat dalam Nurhadi (2015:17). Etnografi komunikasi adalah salah satu dari sekian metode penelitian bidang komunikasi yang beranjak dari paradigma *interpretative* atau konstruktivis. Metode ini mengkhususkan diri pada kajian pola komunikasi yang digunakan oleh manusia dalam suatu masyarakat tutur. Secara sederhananya, etnografi komunikasi adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikasi suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda beda kebudayaanya

### 14. Ruang Lingkup Kajian Etnografi Komunikasi

Menurut Heymes dalam Nurhadi (2015:18) ada enam kajian etnografi komunikasi.

- a. Pola dan fungsi komunikasi
- b. Hakikat dan definisi masyarakat tutur
- c. Cara-cara berkomunikasi
- d. Komponen-komponen kompetensi komunikasi
- e. Hubungan bahasa dan pandangan dunia dan organisasi sosial
- f. Semesta dan ketidaksamaan

### 15. Objek Penelitian Etnografi Komunikasi

- a. **Masyarakat tutur:** Seville-Troike dalam Nurhadi (2015:19) yang di maksud masyarakat tutur tidak harus memiliki satu bahasa, tetapi memiliki kaidah yang sama dalam berbicara. Sedangkan menurut para ahli lainnya adalah kaidah-kaidah untuk berbicara, sehingga suatu suku bangsa atau

kebudayaan bisa saja memiliki dua atau lebih masyarakat tutur (Kuswarno, 2008: 38).

**b. Aktivitas Komunikasi:** Setelah menemukan atau mengidentifikasi masyarakat tutur, maka tahap selanjutnya bagi etnografer adalah menemukan aktivitas komunikasinya. Menurut Hymes, tindak tutur atau tindak komunikasi mendapat statusnya dari konteks sosial, bentuk bahasa dan intonasinya. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi maka kita memerlukan pemahaman mengenai unit-unit diskrit aktivitas komunikasi. Hymes dalam Nurhadi (2015:19) mengemukakan unit diskrit itu adalah sbagai berikut:

- 1) Situasi komunikatif dan konteks terjadinya komunikasi
- 2) Peristiwa komunikatif atau keseluruhan perangkat komponen yang utuh yang meliputi tujuan umum komunikasi, topik umum yang sama, partisipan yang secara umum mrnggunakan varietas bahasa yang sama, dengan kaidah-kaidah dalam berinteraksi dan dalam seting yang sma.
- 3) Tindak komunikatif, yaitu fungsi interaksi, seperti pernyataan, permohonan, perintah atau perilaku non verbal.

Jadi yang dimaksud aktivitas komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah aktivitas khas yang kompleks di mana di dalamnya terdapat peristiwa-peristiwa khas komunikasi yang melibatkan tindak-tindak komunikasi khusus dan berulang

**c. Komponen komunikasi:** Komponen komunikasi merupakan bagian yang paling penting dalam kajian etnografi komunikasi. Yang dimaksud

komponen komunikasi dalam etnografi komunikasi adalah sebagai berikut

Syukur dalam Nurhadi (2015:19)

- 1) Genre atau tipe peristiwa komunikasi
- 2) Topik peristiwa komunikasi
- 3) Tujuan dan fungsi peristiwa secara umum dan juga fungsi dan tujuan partisipan secara individual
- 4) Setting termasuk lokasi, waktu, musim, dan aspek fisik situasi yang lain
- 5) Partisipan, termasuk usia, jenis kelamin, etnik, status sosial, atau kategori lain yang relevan dalam hubungan satu sama lain
- 6) Bentuk pesan, termasuk saluran verbal, non verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dan varietas mana
- 7) Isi pesan, mencakup apa yang dikomunikasikan termasuk level konotatif dan referensi denotatif
- 8) Urutan tindakan, atau urutan tindak komunikatif atau tindak tutur termasuk alih giliran atau fenomena percakapan
- 9) Kaidah interaksi
- 10) Norma-norma interpretasi, termasuk pengetahuan umum, kebiasaan, kebudayaan, nilai dan norma yang dianut, tabu-tabu yang harus dihindari dan sebagainya

**d. Kompetensi komunikasi:** Tindak komunikasi individu sebagai bagian dari satu masyarakat tutur dalam perspektif etnografi komunikasi lahir dari tiga keterampilan, yaitu keterampilan linguistik, keterampilan interaksi dan

keterampilan kebudayaan. Kompetensi ini lah yang sangat mempengaruhi penutur ketika mereka menggunakan atau menginterpretasikan bentuk-bentuk linguistik. Kompetensi komunikasi ini meliputi berikut ini Syukur dalam Nurhadi (2015:19)

- 1) Pengetahuan dan harapan tentang siapa yang bisa atau tidak bisa bicara dalam setting tertentu
- 2) Kapan mengatakanya?
- 3) Bilamana harus diam?
- 4) Siapa yang bisa diajak bicara
- 5) Bagaimana berbicara kepada orang-orang tertentu yang peran dan status sosialnya berbeda?
- 6) Apa perilaku non verbal yang pantas?
- 7) Rutin yang bagaimana yang terjadi dalam alih giliran percakapan?
- 8) Bagaimana menawarkan bantuan?
- 9) Bagaimana cara meminta informasi dan sebagainya?

Kompetensi komunikasi melibatkan segala sesuatu yang berhubungan dengan interaksi yang terjadi dalam masyarakat tutur. Kompetensi komunikasi melibatkan aspek budaya dan sosial sehingga mengacu pada kemampuan komunikasi yang sama-sama dimiliki masyarakat tertentu. Pengertian tentang budaya tersebut meliputi berikut ini.

- 1) Makna, yaitu bagaimana anak di dalam masyarakat tutur membangun makna dalam interaksi

- 2) Koordinasi, yaitu bagaimana komponen-komponen budaya yang muncul dalam interaksi tersebut di koordinasikan antara anggota masyarakat tutur
  - 3) Tata aturan, yaitu aturan atau norma yang disepakati dan dijalankan dalam interaksi
  - 4) Kekhasan, yaitu keunikan yang terjadi dalam komponen budaya yang terbangun
- e. **Varietas bahasa:** Pemolaan komunikasi akan lebih jelas bila diuraikan dalam konteks vrietas bahasa. Hymes menjelaskan bahwa dalam setiap masyarakat terdapat varietas kode bahasa dan cara-cara yang bisa dipakai oleh anggota masyarakat atau sebagai *reportoire* komunikatif masyarakat tutur. Variasi ini akan mencakup semua varietas dialek atau tipe yang digunakan dalam populasi sosial tertentu, dan faktor-faktor sosiokultural yang mengarah pada seleksi dari salah satu variasi bahasa yang ada, sehingga pilihan varietas yang dipakai akan menggambarkan hubungan yang dinamis antara komponen-komponen komunikatif dari suatu masyarakat tutur, atau yang dikenal sebagai pemolaan komunikasi

## B. Definisi Oprasional

### 1. Pola Komunikasi

Pola adalah suatu model atau bentuk serta tata cara bagaimana seseorang melakukan suatu hal, sedangkan komunikasi tindakan yang dilakukan satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan serta adanya timbal balik antara

kedunya. Jadi pola komunikasi adalah suatu komunikasi yang mempunyai karakter tertentu serta menyesuaikan pada tingkatannya masing-masing.

## 2. Antarbudaya

Antarbudaya merupakan cara hidup yang berkembang yang sudah menjadi kebiasaan dan berlangsung dari generasi kegenerasi dalam suatu kelompok yang didalam kelompok tersebut setiap individunya mempunyai cara hidup dan kebiasaan yang berbeda ( dalam arti ras, etnik, atau perbedaan-perbedaan lainnya)

## 3. Jual beli

Jual beli dalam definisi umum adalah satu transaksi pertukaran antara dua orang atau lebih dengan menyerahkan hak milik atas barang yang dijual dengan sejumlah uang atau sejumlah barang sesuai dengan nilai barang yang dijual

## 4. Pasar

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya<sup>2</sup>

## C. Penelitian terdahulu

**Tabel 2.1**

| Nama                    | Keterangan   |
|-------------------------|--|
| Imam Abdillah<br>(2015) | Judul: ”Komunikasi Antarbudaya Etnis Tionghoa Dan Pribumi Di Komplek Puri Katelia Indah Di Kecamatan Medan Johor Kota Medan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses komunikasi antarbudaya etnis Tionghoa |

<sup>2</sup> <http://e-journal.uajy.ac.id/3402/3/2TA13285.pdf>

|                               |   |
|-------------------------------|---|
|                               | <p>dan pribumi di Komplek Puri Katelia Indah Kecamatan Medan Johor Kota Medan dan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam proses komunikasi antarbudaya etnis Tionghoa dan pribumi Komplek Puri Katelia Indah Kecamatan Medan Johor Kota Medan</p>  |
| <p>Happy Wulandari (2016)</p> | <p>Judul: “Perilaku Komunikasi Antarbudaya Deteni dengan Masyarakat setempat Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi perilaku komunikasi deteni dengan masyarakat setempat sehingga lebih besar kemungkinan untuk menemukan cara yang lebih efektif meredam keresahan masyarakat sehingga suasana kondusif dapat tercipta</p> |

a. Persamaan

1. Penelitian Pertama: Sama- sama meneliti komunikasi antarbudaya dan menggunakan Teori etnografi komunikasi
2. Penelitian Kedua: Meneliti komunikasi antarbudaya dan menggunakan Teori etnografi komunikasi

b. Perbedaan

1. Penelitian Pertama: tidak meneliti dalam proses suatu transaksi jual beli dan berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi dalam berkomunikasi
2. Penelitian Kedua: tidak meneliti dalam proses suatu transaksi jual beli