

**ADAPTASI PEDAGANG ETNIS MINANG DENGAN
MASYARAKAT LOKAL DI PASAR PAYA ILANG
TAKENGON ACEH TENGAH**

SKRIPSI

Oleh

RESTY SEPTIA PRATIWI T

1703110038

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2022

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

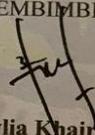
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama : **RESTY SEPTIA PRATIWI T**
NPM : 1703110038
Judul Skripsi : **ADAPTASI PEDAGANG ETNIS MINANG DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI PASAR PAYA ILANG TAKENGON ACEH TENGAH.**

Medan, 24 Agustus 2022

PEMBIMBING


Dr. Leylia Khairani, M.Si

Disetujui Oleh

KETUA PROGRAM STUDI


AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

DEKAN


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh:

Nama : RESTY SEPTIA PRATIWI T
NPM : 1703110038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 24 Agustus 2022
Waktu : Pukul 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI II : CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.

PENGUJI III : Dr. LEYLIA KHAIRANI, M. Si

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Resty Septia Pratiwi T**, NPM 1703110038, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Agustus 2022

Yang menyatakan



RESTY SEPTIA PRATIWI T

**Adaptasi Pedagang Etnis Minang Dengan Masyarakat Lokal Di Pasar Paya
Ilang Takengon Aceh Tengah
Resty Septia Pratiwi T
1703110038**

ABSTRAK

Pasar paya ilang merupakan pasar tradisional yang berada di Takengon, Aceh Tengah. Etnis minang yang dikenal dengan ciri khas mereka yaitu merantau membuat etnis minang banyak tersebar diseluruh bagian daerah Indonesia salah satunya daerah Takengon. Para pedagang etnis minang banyak menjadikan berdagang sebagai matapencarian mereka. Pasar paya ilang sendiri hampir 90% pedagangnya berasal dari etnis gayo, namun 10% berisi pedagang dari entis lainnya, salah satunya pedagang etnis minang. Bagaimana terjadinya Adaptasi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal yaitu etnis gayo. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana adaptasi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang Takengon, Aceh Tengah. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis data, mengumpulkan data, mengolah, dan mendiskripsikan data, dan menarik kesimpulan secara kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adaptasi yang terjadi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal sendiri berhasil terjalin dengan baik dikarenakan adanya kesadaran komunikasi dan interaksi baik bagi pedagang etnis minang, pedagang lain dan masyarakat lokal.

Kata Kunci : Adaptasi Pedagang Etnis Minang Dengan Masyarakat Lokal Di Pasar Paya Ilang Takengon Aceh Tengah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala yang senantiasa memberikan bantuan, nikmat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan tugas dan syarat wajib dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi bekal petunjuk bagi hidup dan kehidupan kita di dunia yang selanjutnya di akhirat.

Suatu kebanggan dan kebahagiaan bagi penulis atas terselesainya tugas akhir akademik ini, meskipun dalam proses penyusunan ini penulis banyak mengalami hambatan, dikarenakan atas keterbatasan penulis. Namun Alhamdulillah, berkat bantuan dan motivasi serta doa dari keluarga dan berbagai pihak, Alhamdulillah penulis dapat melaluinya, walaupun penulis menyadari skripsi yang berjudul “**Adaptasi Pedagang Etnis Minang Dengan Masyarakat Lokal Di Pasar Paya Ilang Takengon Aceh Tengah**” tentu yang jauh dari kata sempurna.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih untuk orangtua yaitu Ayahanda Arwin tercinta dan yang paling istimewa Ibunda Ramadanis

tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan, perhatian, pengorbanan, bimbingan, serta doa yang tulus yang tidak pernah terhenti terhadap peneliti, sehingga peneliti termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi. Dan untuk kedua adik peneliti Ifan dan Farhan yang selalu mennyemangati peneliti. Serta teman-teman peneliti yang telah memberikan perhatian dan dukungan kepada peneliti

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, yaitu:

1. Kepada orang tua tercinta. Ayahanda SERTU Arwin dan ibunda Ramadanis yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, serta doa yang tidak pernah henti-hentinya. Sehingga anakmu mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Bapak Dr Arifin Saleh,S.Sos.MSP.
4. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bapak Abrar Adhani,M.I.Kom.
5. Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu Dra Hj.Yurisna Tanjung
6. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Bapak Akhyar Anshori.S.Sos.M.I.Kom.

7. Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi, Bapak Faizal Hamzah Lubis.SSos.M.I.Kom.
8. Dosen pembimbing saya Ibu Dr.Leylia Khairani,M.Si yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas skripsi ini.
9. Seluruh Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan dan pengalaman.
10. Seluruh staff pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu peneliti baik selama masa perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada tempat penelitian saya pasar paya ilang Takengon,Aceh Tengah yang telah memberikan dan meluangkan waktunya untuk peneliti bisa mencapai pendidikan ini.
12. Kepada dua adik ku Ifan Rinanda dan Farhan Winta Wardi yang selalu mendukung dan mendoa kakaknya hingga selalu selesainya penulisan skripsi ini.
13. Kepada kakak ku Kristana yang terus menerus mendengar keluh penulis dan selalu memberi semangat dan doa dalam penulisan skripsi ini.
14. Kepada teman-temanku Afrillia Eka Sari dan Fitri Mulyani yang telah selalu ada dan juga mau mendengar keluh penulis dan membantu doa dalam penyelesaian skripsi ini.

15. Dan untuk teman peneliti yaitu, Henni, Tati, Diah , Kak Mira yang telah menemani penulis dalam penulisan skripsi di tamimi kos 3.
16. Kepada ibu Risa, Ibu Adriani, Ibu della, dan Ibu Maharani, saya mengucapkan terima kasih karena suah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian skripsi ini.
17. Kepada seluruh keluarga peneliti yang memberikan dukungan dan semangat terhadap peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
18. Kepada balqis teman peneliti yang telah bersama-sama berjuang dan menemani peneliti selama berada di kampus.
19. Dan yang terakhir, penulis berterima kasih kepada diri sendiri karena tetap berjuang dan tidak menyerah, tetap percaya kepada diri peneliti bahwasannya peneliti bisa sampai pada titik ini dan selalu percaya bisa mennyelesaikan pendidikan peneliti.

Akhir kata, penulis memohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi semua pihak dan bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca dalam menambah pengetahuan dan wawasan.

Medan, Mei 2022
Penulis

RESTY SEPTIA PRATIWI T
NPM: 1703110038

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian	5
1.4.Manfaat Penelitian	5
1.5.Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1 Pengertian Komunikasi.....	8
2.2 Komunikasi Antar Budaya.....	9
2.3 Pasar	14
2.4 Interaksi Sosial.....	15
2.5 Adaptasi	15
2.5.1 Adaptasi Budaya	17
2.6 Etnis Minang.....	19
2.7 Etnis Gaya.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Kerangka Konsep.....	23
3.3 Defenisis Konsep	23
3.4 Kategorisasi Penelitian.....	24
3.5 Narasumber	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7 Teknik Analisa Data	27
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Utama Subjek Penelitian	29

4.1.1 Profil Kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah	29
4.2.2 Adaptasi Pedagang etnis Minang di Pasar Paya Ilang	30
4.2.3 Adaptasi Pedagang etnis Minang dengan Masyarakat Lokal di Pasar Paya Ilang	32
4.2.4 Komunikasi Antar Budaya para Pedagang di Pasar Paya Ilang	34
4.2.5 Komunikasi Verbal dan Non Verbal yang terjadi di Paya Ilang dengan Masyarakat Lokal	36
4.2.6 Faktor Pendukung dan Penghambat yang terjadi selama Adaptasi dan Interaksi	37
4.2. Pembahasan	38
BAB V PENUTUP	42
5.1 Simpulan	42
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar-individu. Nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. Budaya yang berasal dari pikiran, adat istiadat, dan kemudian kebudayaan yang berkembang ataupun kebiasaan yang sulit untuk diubah. Perkembangan globalisasi di era modern sendiri membuat khalayak dapat dengan mudah mempelajari bagaimana budaya dari setiap daerah berkembang hanya melalui teknologi digital.

Takengon yang merupakan ibu kota dari Aceh Tengah merupakan kota yang penduduk asli merupakan etnis Gayo. Jumlah penduduk di Aceh Tengah pada tahun 2012, tercatat 2011.360 jiwa. Sebagian besar penduduk di Aceh Tengah merupakan asli etnis Gayo sekitar 90%, selain etnis Gayo terdapat etnis-etnis lainnya seperti, Minang, Jawa, Aceh, dan Batak. Konsentrasi penduduk terbanyak terdapat di kecamatan Bebesen dan jumlah sedikit di kecamatan Bies.

Merantau tak bisa dipisahkan dari masyarakat Minangkabau. Asal usul kata merantau itu sendiri berasal dari bahasa dan budaya Minangkabau yaitu “rantau” yang memiliki arti wilayah yang berada diluar wilayah inti Minangkabau. Semakin berkembangnya zaman Minangkabau mengalami peradaban dimana yang awalnya merantau hanya di luar inti wilayah Minangkabau namun seiring berkembangnya merantau meluas hingga ke wilayah diluar Minangkabau.

Etnis Minang yang juga handal berdagang menjadikan nya para perantau dari Minang berdagang di daerah yang ia tinggali, salah satu nya Takengon, yang merupakan banyak nya orang-orang etnis Minang yang menetap atau sekedar merantau di daerah Takengon.

Dan kita sangat tahu bahwasannya pasar yang merupakan tempat yang setiap hari terjadinya pertukaran informasi, pertukaran komunikasi bahkan di pasar juga terjadi pertukaran budaya antar setiap suku baik antara pedagang maupun antara pedagang dan pembeli.

Etnis asli Gayo yang mayoritas pekerjaannya merupakan petani kebun kopi, berkebun juga nelayan. Sehingga hasil-hasil kebun dan ikan dijual langsung di pasar paya ilang.

Beradaptasi di lingkungan itu bukanlah proses yang mudah, ketika kebudayaan yang terdapat pada lingkungan tersebut berbeda sangat jauh dengan kebudayaan yang telah menjadi identitas suatu individu yang berpindah. Proses adaptasi ini tentu tidak hanya terjadi pada perpindahan tempat tinggal, namun pada setiap pertemuan yang baru dengan kebiasaan dan kebudayaan yang berbeda mengharuskan setiap orang untuk beradaptasi. Seperti hal nya didalam pasar tentu akan terjadi interaksi dan adaptasi terus menerus dalam interaksi komunikasi yang terjadi di pasar.

Pasar sendiri merupakan sebuah tempat dimana berlangsungnya kegiatan jual beli yang sangat lekat dalam bidang ekonomi, social dan budaya. Sebuah pasar tercipta dan iteraksi manusia untuk melakukan pertukaran kepemilikan barang jasa.

Pasar sendiri terbagi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Perkembangan pasar modern saat ini seperti minimarket, supermarket, dan hypermarket telah mengganti peran dari pasar tradisional, terutama pada masyarakat perkotaan, selain itu jumlah minimarket juga terus bertambah dapat dengan mudah ditemukan oleh masyarakat di perkotaan. Meski demikian pasar tradisional juga menyediakan barang dan jasa yang membuatnya tetap mampu bertahan di tengah – tengah perkembangan pasar modern, salah satu penyebabnya adalah karena kesegaran dari barang yang dijual seperti sayur – sayuran dan buah - buahan dan proses transaksi yang bisa dilakukan secara tawar menawar.

Di Indonesia terdapat ribuan pasar tradisional yang tersebar di seluruh provinsinya, salah satu provinsi tersebut adalah Aceh yang terdapat di kabupaten Aceh Tengah yaitu kota Takengon. Takengon memiliki beberapa pasar tradisional salah satunya ialah pasar paya ilang yang terletak di Bebesen.

Pasar paya ilang yang merupakan pasar tradisional dimana para pembeli tidak hanya menjadi pembeli akan tetapi para pembeli bisa menjadi penjual di pasar paya ilang tersebut.

Kota Takengon selain dikenal sebagai daerah penghasil kopi arabika gayo terbaik di dunia, Takengon juga memiliki potensi dalam hasil berkebunnya dengan daerah lainnya, khususnya sayur-sayuran dan buah-buahan yang menjadi ciri khas dataran tinggi Gayo di Kabupaten Aceh Tengah. Setiap hari para petani petani menghasilkan puluhan ton sayuran seperti kentang, tomat, cabai, kol, dan wortel, begitu juga dengan buah-buahan spesifik dari dataran tinggi Gayo seperti alpukat, jeruk keprok dan markisa yang dihasilkan oleh para petani yang siap jual di pasar Paya Ilang Takengon.

Pasar paya ilang sendiri tidak berisikan oleh para pedagang dari suku gayo sendiri, akan tetapi pasar paya ilang berisikan orang dari Aceh, Jawa, Batak dan Minang/Padang. Yang dimana pasar paya ilang tanpa kita sadari menjadi tempat pertukaran komunikasi antar setiap etnis-etnis yang berbeda.

Adapun yang akan menjadi objek penelitian penulis adalah “Pasar Paya Ilang” Blang Kolak II yang berdomisili di Takengon, Aceh Tengah. Penulis membidik pasar paya ilang sebagai objek penelitian karena pasar paya ilang merupakan pasar terbesar di Takengon dimana para pedagang pasar tidak hanya berisikan penjual berasal etnis Gayo sendiri tetapi juga berisikan pedagang etnis Minang, dan hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana terciptanya adaptasi pedagang etnis Minang yang terjadi di pasar paya ilang terhadap masyarakat lokal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan maka didapatkan rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana terjadinya adaptasi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah?
2. Bagaimana terjadi proses interaksi komunikasi antar pedagang etnis Minang dengan masyarakat lokal ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana terjadinya adaptasi pedagang etnis Minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh tengah.
2. Untuk mengetahui bagaimana terjadi proses interaksi komunikasi antar pedagang etnis Minang dengan masyarakat lokal.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Secara akademis

Penelitian ini dapat berguna terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, diantaranya dapat berguna dalam memperluas teori dan kajian ilmu komunikasi pada umumnya, kemudian hasil penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi sebuah rujukan bagi para peneliti dalam penelitian selanjutnya. Dan memperkaya khasannah penelitian di kalangan FISIP UMSU serta menjadi sumber bacaan di lingkungan FISIP UMSU khususnya Ilmu Komunikasi.

b. Secara praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan inspirasi bagi kaum muda untuk lebih mengenal dan mendalami bagaimana adaptasi dan pertukaran baik komunikasi maupun budaya antara dua suku yang terjadi di pasar dan bisa menjadi referensi untuk melakukan penelitian lainnya.

c. Secara teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan adaptasi antar dua etnis budaya yang terjadi di pasar paya ilang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai pengertian komunikasi, pengertian komunikasi antar budaya, unsur-unsur komunikasi antar budaya, bentuk-bentuk, pasar, dan pasar sebagai komunikasi antar budaya, etnis Minang , etnis Gayo, interaksi social dan adaptasi .

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini penulis menguraikan mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis menjelaskan simpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Komunikasi

Stephen Littlejohn mengatakan : *Communication is difficult to define. The world is abstract and, like most terms, posses, numerous meanings* (komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata “komunikasi” bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti).

Kesulitan dalam mendefinisikan kata “komunikasi”, baik bagi kepentingan akademis maupun penelitian, disebabkan kata kerja *to communicate* (berkomunikasi) sudah sangat mapan sebagai kosakata yang sangat umum dan karenanya tidak mudah ditangkap maknanya untuk keperluan ilmiah. Kata komunikasi menjadi salah satu kata yang paling sering digunakan dalam percakapan baik dalam bahasa Inggris maupun Bahasa Indonesia.

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris sendiri *communication* berasal dari kata Latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama-sama, di sini maksudnya salah sama makna. Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna dari bahan percakapan yang berlangsung. Komunikasi harus informative juga persuasive, dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar lain sebatas mengerti dan mengetahui, akan tetapi, juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan kegiatan-kegiatan, dan hal lainnya.

Setelah menyadari pentingnya komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun men menyelidiki gejala komunikasi secara ontologis (pengertian), aksiologis (proses), dan epistemologis (tujuan). Dan pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seorang (komunikator) kepada seorang (komunikan). Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan perasaan yang disadari Effendy (2011: 54)

2.2 Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan diantara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau penampilan pribadi, atau bantuan hal lain disekitarnya yang memperjelas pesan Liliweri, (2007:30).

Komunikasi antar budaya terjadi bila pengirim pesan anggota dari suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota dari suatu budaya lain. Seperti telah kita lihat, budaya mempengaruhi orang yang berkomunikasi. Budaya bertanggung jawab atas seluruh pembendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang di miliki setiap orang. Konsekuensinya, perbendaharaan- perbendaharaan yang dimiliki dua orang yang berbeda budaya akan berbeda pula, yang dapat menimbulkan segal macam kesulitan Mulyana dan Rakhman (2005:20).

Unsur-unsur proses komunikasi antar budaya, Liliweri (2007 :25) yaitu : komunikator, komunikan, pesan atau symbol, media, efek atau umpan balik, suasana (*setting dan context*), dan gangguan (*noise atau interference*).

Misi budaya merupakan suatu hal yang dimana setiap dari masing-masing budaya membawa sebuah kebiasaan atau adat mereka untuk diperkenalkan kepada budaya lain, dan disini setiap budaya memiliki misi masing-masing dari daerahnya untuk saling memperkenalkan dan saling berinteraksi untuk mengenal budaya-budaya di setiap daerah.

Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk Pasar Segiri Samarinda Sebagai Sarana Komunikasi Antar Budaya (Abdul Majid) 157 kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal Mulyana (2005:237). Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita Mulyana (2005:238).

Komunikasi Nonverbal

Secara sederhana pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (1991) komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu

setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima Mulyana (2005:308).

Komunikasi nonverbal juga mengandung lebih banyak muatan emosional dibanding komunikasi verbal, ketika kita mengalami pengalaman yang sedih dan mengecewakan, kita mungkin berkata “tidak apa – apa”, namun ekspresi wajah kita akan menunjukkan kekecewaan yang mendalam. Dalam hubungannya dengan komunikasi verbal, komunikasi nonverbal memiliki fungsi – fungsi sebagai berikut :

1. Komunikasi nonverbal dapat mengulangi komunikasi verbal, ketika kita menganggukkan kepala saat mengatakan “ya”, dan menggeleng ketika mengatakan “tidak”.

2. Memperteguh, menekankan, atau melengkapi komunikasi nonverbal, sewaktu kita menggunakan nada suara tinggi ketika berbicara didepan orang banyak.

3. Komunikasi nonverbal dapat menggantikan komunikasi verbal dibeberapa situasi, contohnya seorang pengemis datang untuk meminta, kita akan menolak dengan mengangkat telapak tangan atau memberi beberapa recehan tanpa perlu berbicara sedikitpun.

4. Komunikasi nonverbal dapat meregulasi komunikasi verbal, ketika kita terlihat gesilah dan selalu melihat jam tangan di suatu acara, rekan kita mungkin akan mengerti dan segera mengajak untuk pulang.

5. Komunikasi nonverbal dapat membantah komunikasi verbal, misalnya rekan kita setuju untuk menemani kita sementara waktu, namun dia terlihat gelisah dan melihat jam tangannya terus menerus (Mulyana, 2007 : 350). Komunikasi nonverbal memiliki beberapa bentuk perilaku, yaitu(Liliweri 2004 : 98) :

1. Kinesik, studi yang berkaitan dengan bahasa tubuh, seperti posisi tubuh, orientasi tubuh, tampilan wajah, gambaran tubuh, dan lain – lain.

2. Okulesik, studi tentang pergerakan mata dan posisi mata. Universitas Sumatera Utara 22.

3. Haptik, studi tentang peradaban atau memperkenankan sejauh mana seseorang merangkul orang lain.

4. Proksemik, studi tentang hubungan antar ruang, antar jarak, dan waktu berkomunikasi, sebagaimana kecenderungan manusia menunjukkan bahwa dalam berkomunikasi harus ada jarak pribadi, terlalu dekat atau terlalu jauh.

5. Kronemik, studi tentang konsep waktu, misalnya jika suatu kebudayaan mengajarkan untuk tepat waktu maka kebudayaan itu dianggap maju. 6. Appearance, merupakan cara seseorang menampilkan diri yang cukup menunjukkan atau berkolerasi sangat tinggi dengan evaluasi tentang pribadi.

7. Posture, merupakan tampilan tubuh ketika sedang berdiri dan duduk.

8. Pesan – pesan paralinguistik, merupakan gabungan perilaku verbal dan nonverbal, terdiri dari satu unit suara dan gerakan yang menampilkan maksud tertentu dengan makna tertentu.

9. Simbolisme dan komunikasi nonverbal yang pasif, dapat berupa simbol warna dan nomor.

Sama seperti komunikasi verbal, komunikasi nonverbal dalam suatu kebudayaan juga tak kalah rumitnya, jika orang – orang dari kebudayaan lain memiliki sandi nonverbal yang berbeda maka akan terjadi keadaan komunikasi yang rumit, walaupun orang – orang tersebut memahami bahasa verbal yang sama. Perilaku nonverbal seseorang merupakan suatu perangkat kebiasaan yang kita terima dari lingkungan sosial kita, khususnya orang tua (Mulyana, 2007 : 352).

Sangat sulit untuk mencapai komunikasi efektif dalam perbedaan budaya tanpa adanya saling mengetahui makna suatu simbol nonverbal tertentu, misalnya orang amerika biasa berbicara keras untuk menunjukkan kekuatan dan ketulusan, sedangkan orang arab biasa menurunkan suaranya untuk menunjukkan rasa hormat kepada lawan bicaranya. Ketika mereka berkomunikasi orang amerika akan mengeraskan suaranya sebagai pesan nonverbal supaya orang arab tadi juga menaikkan volume suaranya, namun karena orang arab memaknai pesan nonverbal itu dengan kebudayaannya maka bisa dipastikan komunikasi akan mengalami hambatan, meskipun secara verbal kedua orang tersebut saling mengerti (Tubbs dan Moss, 1996 : 246). Di Indonesia juga terdapat komunikasi yang hampir mirip dengan contoh diatas seperti interaksi antara orang batak dengan orang jawa.

2.3 Pasar

Pada mulanya, pasar dinyatakan sebagai tempat dimana barang-barang diperdagangkan dengan pengertian ini kita mengenal pasar. Namun dalam kondisi yang lebih maju, pasar didefinisikan sebagai adanya pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan negosiasi jual-beli atas barang atau jasa tertentu BPKP (2007).

Menurut William J. Stanton (1993) pasar dapat di definisikan sebagai berikut: “pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemauan untuk membelanjakannya”. Dari definisi tersebut terdapat tiga unsur penting di dalam pasar yaitu: orang dengan segala keinginannya, daya beli mereka dan kemauan untuk membelanjakan. Fungsi pasar, terutama pasar bukan hanya sebagai tempat transaksi jualbeli, tetapi juga sebagai media komunikasi antara penjual dan pembeli, pedagang dengan pedagang dan warga masyarakat yang bermukim di sekitar pasar. Pasar menjadi media sosial yang menghubungkan komunikasi antar manusia di suatu daerah Chourmain (1994).

Pasar sebagai komunikasi antar budaya bisa diartikan dalam penelitian ini adalah pasar sebagai tempat terjadinya interaksi komunikasi antar budaya karena di Pasar pada umumnya tempat berkumpul, bertatap muka secara langsung, dan berinteraksi antar orang-orang yang berbeda latar belakang budaya.

2.4 Interaksi Sosial

Menurut John Lewis Gillin dan John Philip Gillin dalam *Cultural Sociology, a Revision of An Introduction to Sociology* (1954), interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Sedangkan Kimball Young dan Raymond, W. Mack dalam *Sociology and Social Life* (1954) menerangkan interaksi sosial adalah kunci dari semua kehidupan sosial, tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Soerjono Soekanto dalam *Sosiologi: Suatu Pengantar* (1994), menjelaskan interaksi sosial adalah sebuah proses sosial yang mempunyai hubungan dengan berbagai cara berhubungan.

Syarat- syarat terjadinya interaksi sosial

Soerjono Soekanto mengemukakan syarat terjadinya interaksi sosial ada dua yaitu kontak sosial dan komunikasi.

a. Kontak Social

Kontak sosial dapat berlangsung dalam tiga bentuk yaitu antar orang perorangan, antara orang perorangan dengan suatu kelompok manusia dan sebaliknya, antara suatu kelompok manusia dengan kelompok manusia lainnya. Kontak sosial bisa bersifat positif atau negatif. Kontak sosial positif adalah kontak sosial yang mengarah pada kerjasama. Kontak sosial negatif mengarah pada pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan kontak sosial. Kontak sosial juga dapat bersifat primer atau sekunder. Kontak primer terjadi bila yang mengadakan hubungan langsung

bertemu dan berhadapan muka. Sedangkan kontak sekunder memerlukan perantara.

b. Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi (pesan, ide, dan gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain untuk saling memengaruhi satu sama lain. Proses komunikasi dapat terjadi dengan dua cara, yaitu komunikasi verbal (bentuk komunikasi secara lisan dan tulisan) dan komunikasi nonverbal (bentuk komunikasi memakai simbol-simbol).

2.5 Adaptasi

Adaptasi merupakan suatu problema yang perlu dipecahkan ketika seseorang ataupun sekelompok orang berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda budaya. Proses adaptasi antar budaya merupakan proses interaktif yang berkembang melalui kegiatan komunikasi individu pendatang dengan lingkungan sosial budayanya yang baru.

Ada dua tahap adaptasi, yaitu *cultural adaptation* dan *cross-cultural adaptation*.

- a. *Cultural adaptation* merupakan proses dasar komunikasi yaitu di mana ada penyampai pesan, medium dan penerima pesan, sehingga terjadi *proses encoding* dan *decoding*. Proses ini didefinisikan sebagai tingkat perubahan yang terjadi ketika individu pindah ke lingkungan yang baru. Terjadi proses pengiriman pesan oleh penduduk lokal di lingkungan baru tersebut yang dapat dipahami oleh individu pendatang, hal ini dinamakan

enculturation. *Enculturation* terjadi pada saat sosialisasi Gudykunts dan Kim (2003).

- b. Cross-cultural adaptation meliputi tiga hal yang utama. Pertama, *acculturation*. Proses ini terjadi ketika individu pendatang yang telah melalui proses sosialisasi mulai berinteraksi dengan budaya yang baru dan asing baginya. Seiring dengan berjalannya waktu, pendatang tersebut mulai memahami budaya baru itu dan memilih norma dan nilai budaya lokal yang dianutnya. Walaupun demikian, pola budaya terdahulu juga mempengaruhi proses adaptasi. Pola budaya terdahulu yang turut mempengaruhi ini disebut *deculturation* yang merupakan hal kedua dari proses adaptasi. Perubahan akulturasi tersebut mempengaruhi psikologis dan perilaku sosial para pendatang dengan identitas baru, norma dan nilai budaya baru.

2.5.1 Adaptasi Budaya

Dalam komunikasi antar budaya ada suatu gejala yang terjadi ketika seseorang masuk kedalam kebudayaan baru yaitu geger budaya (Culture Shock). Geger budaya merupakan suatu keadaan yang diderita orang yang secara tiba – tiba berpindah atau dipindahkan ke tempat dengan kebudayaan yang asing baginya (Mulyana & Rakhmat 2005 : 174).

Budaya memiliki 3 ciri dalam aturan, pertama aturan adalah proposisi yang membimbing setiap tindakan, kedua, aturan menyediakan seperangkat harapan, dan ketiga memberikan makna. Ketika seseorang berpindah ke lingkungan dengan

kebudayaan baru, dia juga akan membawa serta aturan dan budayanya ke lingkungan baru tersebut, jika terdapat perbedaan maka orang tersebut pasti akan melakukan adaptasi budaya (Mulyana & Rakhmat, 2005 : 179).

Seseorang yang memasuki suatu budaya baru bisa diibaratkan sebagai seekor ikan yang keluar dari air, meskipun dia berpikiran luas dan terbuka, dia akan kehilangan pegangan, kemudian akan mengalami frustrasi dan kecemasan. Seluruh perasaan kecemasan dan frustrasi tersebut akan membuat orang itu menolak lingkungannya yang membuatnya tidak nyaman dan menganggap buruk setiap kebiasaan dan perilaku yang bertentangan dengan kebiasaannya sendiri. Dalam masa ini, kembali kepada kebudayaan yang lama adalah satu – satunya yang dapat membawanya kepada realitas (Mulyana & Rakhmat, 2005 : 175).

Namun perasaan kecewa dan frustrasi ini tidak akan bertahan selamanya jika orang tersebut menetap dalam waktu lama atau tinggal di lingkungan baru tersebut. Meski masih kesulitan dalam beradaptasi orang tersebut akan mencari teman – teman dengan kebudayaan yang sama dengannya. Lebih lama lagi orang tersebut akan memperoleh pengetahuan tentang bahasa dan kebiasaan – kebiasaan dari lingkungan tersebut sehingga pada akhirnya orang tersebut akan menerima perilaku dan kebiasaan daerah tersebut sebagai cara untuk hidup dan bahkan mulai menikmati perilaku dan kebiasaan tersebut. Pada tahap ini orang tersebut telah selesai dalam melakukan adaptasi budaya. (Mulyana & Rakhmat, 2005 : 177).

2.6 Etnis Minang

Masyarakat etnis Minangkabau dikenal sebagai salah satu masyarakat yang melakukan tradisi merantau dan hal tersebut menjadikan sebuah ciri khas dari masyarakat Minangkabau sendiri. Selain itu, praktik berdagang yang mereka lakukan juga menjadi identitas bagi para masyarakat yang merantau sehingga secara tersirat timbul sebuah identitas bagi masyarakat Minangkabau sebagai masyarakat yang pandai dalam berdagang. Apabila dilihat, banyak sekali perantau dari suku Minangkabau yang memiliki profesi sebagai pedagang di rantau.

Pewarisan nilai-nilai budaya merupakan elemen penting dalam suatu kelompok masyarakat. masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama Koentjaraningrat (1990, hlm 146).

Identitas diri seseorang sebagai sebuah skema dasar yang terdiri dari kumpulan keyakinan dan sikap terhadap diri sendiri yang terorganisasi pernyataan di atas tentunya sangat sesuai dengan yang tadi peneliti katakan dimana keyakinan terhadap self sendiri itu mengacu pada sesuatu yang mempengaruhi yaitu dari bagian yang lebih besar lagi, serta bersifat adaptif dengan lingkungan sekitarnya Baron dan Byrne (2005, hlm. 165).

2.7 Etnis Gayo

Masyarakat Kabupaten Aceh Tengah terdiri beberapa etnis, tetapi yang terbesar adalah Gayo. Etnis ini memiliki karakteristik budaya berbeda dengan budaya Aceh pesisir. Hal ini dapat dipahami berkaitan dengan temuan arkeologis kebudayaan Hoabinh yang menjadi bahan analisis genealogi, proses budaya dan migrasi sehingga terbentuk budaya masyarakat Gayo

Masyarakat Gayo adalah etnis terbesar kedua di Provinsi Aceh setelah etnis Aceh. Mereka mendiami wilayah tengah hingga tenggara provinsi Aceh. etnis Gayo merupakan pemeluk agama Islam, dan mereka menggunakan Bahasa Gayo dalam percakapan sehari-sehari. Hingga kini asal mula atau sejarah masyarakat Gayo masih belum terungkap dengan jelas. Bagi masyarakat Gayo sendiri, zaman purbanya dikenal lewat cerita dari mulut kemulut, baik tentang asal usul, adat istiadat, seni sastra, dan lain-lainnya, CutBanta Rafinis,2004:1.

Bahasa etnis Aceh adalah sub-famili langsung dari Melayu dan bagian dari populasi daratan utama Aceh Tenggara. Sedangkan Bahasa Gayo, menurutnya, dipengaruhi oleh Javo-Sumatran Hension dan Malayic Hension. Hension adalah sub-famili dari sub famili Melayu. Klasifikasi ini menunjukkan bahwa bahasa Gayo lebih muda daripada bahasa Aceh yang merupakan sub famili langsung dari populasi melayu di wilayah utama Asia Tenggara. Dyen juga menduga bahwa Bahasa Batak dipengaruhi oleh dan kemungkinan berasal dari Bahasa Gayo dan Sundic Hension Dyen (1965).

Menurut Melalatoa, merujuk pada Kridaleksana (1962), Bahasa Aceh dan Bahasa Gayo berpisah pada tahun 1515 sebelum Masehi. Margin kesalahan dari penanggalan ini adalah 340 tahun. Sementara Bahasa Gayo dan Bahasa Batak berpisah lebih awal pada tahun 609 sebelum Masehi. Dengan analisa linguistik ini, Melatoa menolak pandangan bahwa dataran tinggi baru saja dihuni oleh kelompok yang kemudian dikenal sebagai Etnis Gayo karena mereka melarikan diri ke wilayah tersebut. Masyarakat gayo sendiri pengahsilan utama mereka hasil Pertanian kopi arabika dan kopi gayo, ikan depik dari hasil nelayan dan sayuran dari hasil perkebunan.

BAB III

METODE PENELITIAN

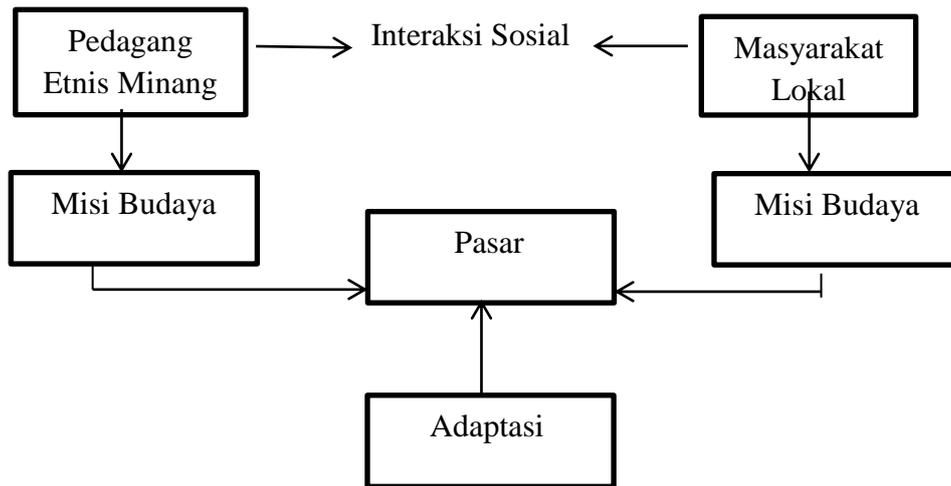
3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Nana Syaodh Sukmadinata (2011:73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Peneliti ingin mengeksplor adaptasi budaya yang terjadi di pasar paya ilang, antar etnis Minang dengan masyarakat lokal di Takengon.

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Biasanya kerangka ini menggunakan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antara variabel dalam proses analisisnya.

Konsep utama penelitian adalah adaptasi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah.



3.3 Defenisi Konsep

Adapun konsep pemikiran yang digunakan peneliti dalam mempersempit perhatian yang akan diteliti adalah :

- a. Adaptasi merupakan suatu problema yang perlu dipecahkan ketika seseorang ataupun sekelompok orang berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda budaya. Proses adaptasi antar budaya merupakan proses interaktif yang berkembang melalui kegiatan komunikasi individu pendatang dengan lingkungan sosial budayanya yang baru.
- b. Interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.
- c. Pasar dinyatakan sebagai tempat dimana barang-barang diperdagangkan dengan pengertian ini kita mengenal pasar. Namun dalam kondisi yang

lebih maju, pasar didefinisikan sebagai adanya pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan negosiasi jual-beli atas barang atau jasa tertentu.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi menunjukkan bagaimana cara mengukur suatu variabel penelitian sehingga diketahui dengan jelas apa yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisis dari variable tersebut. Kategorisasi dalam penelitian ini adalah :

KATEGORI	DEFENISI
PASAR	Pasar dinyatakan sebagai tempat dimana barang-barang diperdagangkan dengan pengertian ini kita mengenal pasar, Fungsi pasar, terutama pasar bukan hanya sebagai tempat transaksi jualbeli, tetapi juga sebagai media komunikasi antara penjual dan pembeli, pedagang dengan pedagang dan warga masyarakat yang bermukim di sekitar pasar
ADAPTASI	Adaptasi merupakan suatu problema yang perlu dipecahkan ketika seseorang ataupun sekelompok orang berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda budaya. Proses adaptasi antar budaya merupakan proses interaktif yang berkembang melalui kegiatan

	komunikasi individu pendatang dengan lingkungan sosial budayanya yang baru.
INTERAKSI SOSIAL	Interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia.
ETNIS MINANG	Masyarakat etnis Minangkabau dikenal sebagai salah satu masyarakat yang melakukan tradisi merantau, praktik berdagang yang mereka lakukan juga menjadi identitas bagi para masyarakat yang merantau sehingga secara tersirat timbul sebuah identitas bagi masyarakat Minangkabau sebagai masyarakat yang pandai dalam berdagang
ETNIS GAYO	Masyarakat Gayo adalah etnis terbesar kedua di Provinsi Aceh setelah etnis Aceh. Mereka mendiami wilayah tengah hingga tenggara provinsi Aceh, masyarakat Gayo sendiri penghasilan utama mereka hasil Pertanian kopi arabika dan kopi gayo, ikan depik dari hasil nelayan dan sayuran dari hasil perkebunan.

3.5 Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah pedagang etnis Minang yang berjualan di pasar paya ilang dan masyarakat lokal.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui beberapa tahap:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung. Tujuan utama wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang valid, maka perlu diperhatikan teknik-teknik wawancara yang baik seperti: memperkenalkan diri, menyampaikan maksud-maksud wawancara, menciptakan suasana hubungan yang baik, rileks, nyaman, dan proses wawancara lebih banyak (Sadiah, 2015: 88).

Dalam penelitian ini, peneliti akan bertatap muka dan wawancara dengan :

(1) Pedagang etnis minang dan masyarakat lokal di pasar paya ilang.

Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Diperlukan ketelitian dan kecermatan, dalam praktiknya observasi membutuhkan sejumlah alat, seperti daftar catatan, alat-alat perekam elektronik, tape recorder, kamera dan sebagainya sesuai kebutuhan (Sadiah, 2015: 88). Jadi, teknik observasi adalah cara yang ampuh dalam penelitian dengan terjun langsung pada subjek yang akan diteliti dengan pengamatan dan pencatatan.

b. Analisis

Analisis merupakan sebuah kegiatan mencari suatu pola, selain itu analisis merupakan cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian dan hubungannya dengan keseluruhan. Analisis adalah suatu usaha untuk mengurai suatum masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian (*decomposition*) sehingga susunan/tatanan bentuk sesuatu yang diurai itu tampak dengan jelas dan karenanya bisa secara lebih terang ditangkap maknanya, atau lebih jernih dimengerti duduk perkaranya

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen berupa foto, laporan penelitian, dan lain-lain (Sadiah, 2015: 88). Jadi pada tahap dokumentasi, peneliti berupaya mengumpulkan dokumen-dokumen berupa foto, buku, data-data lama yang dapat digunakan sebagai penguat penelitian berdasarkan dokumentasi tersebut.

3.7. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian dilakukan secara interaktif. Menurut Sugiyono (2010: 246) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai. Maksudnya, dalam analisis data peneliti ikut terlibat langsung dalam menjelaskan dan menyimpulkan data yang diperoleh dengan mengaitkan teori yang digunakan.

Menurut Sutopo (2006: 91-96) menjelaskan bahwa analisis data model interaktif terdiri dari tiga hal utama, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan, perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan sehingga data itu memberi gambaran yang lebih jelas tentang hasil observasi.

b. Penyajian Data

Data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian-penyajian yang baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid meliputi : matrik, grafik, jaringan dan bagan.

c. Penarikan Kesimpulan

Terakhir yang berisikan proses pengambilan keputusan yang menjurus pada jawaban dari pernyataan penelitian yang diajukan dan menggunakan “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu dan lokasi penelitian ini dilakukan mulai dari bulan maret 2021 yang berlokasi di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian dan menyajikan data yang telah diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi yang disertai dengan penjelasan yang akan mempermudah dalam melakukan pembahasan hasil penelitian.

4.1 Gambaran Utama Subjek penelitian

4.1.1 Profil Kota Takengon Kabupaten Aceh Tengah

Takengon yang merupakan ibu kota dari Aceh Tengah merupakan kota penduduk asli yang merupakan etnis Gayo. Jumlah penduduk di Aceh Tengah pada tahun 2012, tercatat 2011.360 jiwa. Sebagian besar penduduk di Aceh Tengah merupakan asli etnis Gayo sekitar 90%, selain etnis Gayo terdapat etnis-etnis lainnya seperti, Minang, Jawa, Aceh, dan Batak. Konsentrasi penduduk terbanyak terdapat di kecamatan Bebesen dan jumlah sedikit di kecamatan Bies. Kabupaten Aceh Tengah yang berada di kawasan Dataran Tinggi Gayo. Takengon yang merupakan ibu kota dari Aceh Tengah memiliki 14 kecamatan, salah satunya kecamatan Bebesen.

Aceh Tengah saat ini memiliki 63.277 kepala keluarga, sebanyak 53.139 kepala keluarga laki-laki dan 10.138 kepala keluarga perempuan. Sementara total warga laki-laki berjumlah 108.942 jiwa dan perempuan 106.526 jiwa. Sekitar 90%

masyarakat di Takengon merupakan asli suku Gayo, sehingga 10 % dari 90 % masyarakat di Takengon merupakan etnis suku Minang, Jawa, Aceh, dan Batak

(Sumber: Catatan Kependudukan Aceh Tengah 2020)

4.2.2 Adaptasi Pedagang Etnis Minang di Pasar Paya Ilang.

Masyarakat asli minang yang terkenal dengan budaya mereka untuk merantau keluar dari tempat tinggal asli mereka, menjadikan merantau tidak bisa dipisahkan dari masyarakat minangkabau. Asal usul kata merantau itu sendiri berasal dari bahasa dan budaya minangkabau yaitu “ rantau” yang memiliki arti wilayah yang berada diluar wilayah inti minangkabau.

Awal mula orang minang masuk ke daerah sumatera ialah pada abad ke-19. Orang Aceh menyebut mereka sebagai Aneuk Jamee yang berarti tamu atau pendatang. Suku Aneuk Jamee adalah suku yang tersebar di sepanjang pesisir barat Nanggroe Aceh Darussalam. Sekitar 7 % masyarakat etnis minang di berada di Takengon, Aceh Tengah, mereka yang berkerja sebaagai pedagang, tenaga kerja guru bahkan dipemerintah.

Pedagang etnis minang yang berada di pasar paya ilang merupakan hampir rata-rata sekitar sudah lebih dari 10 tahun tinggal di daerah takengon dan berjualan dipasar Paya Ilang lebih dari 10 tahun lamanya bahkan ada yang 30 tahun lebih.

Jarak dari kota Takengon ke Pasar Paya Ilang yang berada dibebesan hanya membutuhkan waktu sekitar 5-10 menit dari kotanya. Ada sekitar 200

pedagang yang berada di pasar paya ilang tersebut yang tidak hanya diisi oleh masyarakat etnis gayo tetapi juga dari etnis lainnya, salah satunya pedagang etnis minang.

Tentunya adaptasi yang dilakukan oleh pedagang etnis Minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang tidak lah mudah, mulai dari interaksi yang dilakukan, adaptasi budaya yang terjadi. Karena kita tau bahwasannya ketika seorang pergi merantau ke lingkungan baru dibutuhkan waktu adaptasi yang tidak bisa kita tentukan waktunya.

Adaptasi pedagang etnis minang melakukan adaptasi dengan cara interkasi dan komunikasi terhadap sesama pedagang di pasar maupun dengan masyarakat lokal dengan memperhatikan kebiasaan dari masing-masing masyarakat lokal etnis gayo tersebut sehingga mereka bisa memperaktekan kedalam interaksi komunikasi mereka.

Bagaimana berlangsungnya proses adaptasi tersebut sehingga menghasilkan proses adaptasi dan Interaksi komunikasi yang telah berjalan antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah

Untuk mengetahui bagaimana adaptasi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah. maka peneliti telah memilih beberapa informan atau narasumber untuk mendapatkan informasi terkait dengan perumusan masalah yang diteliti, diantaranya:

- a. Ibu Risa Desiana umur 31 tahun, merupakan salah satu pedagang yang merupakan suku etnis Minang yang bertempat tinggal di daerah Bale Atu (kecamatan Lut Tawar)
- b. Ibu Adriani umur 56 tahun, merupakan salah satu pedagang etnis Minang yang bertempat tinggal di daerah Bale atu (kecamatan Lut Tawar)
- c. Ibu Tri Della Agustiani Chaniago umur 20 tahun, merupakan salah satu pedagang etnis Minang yang bertempat tinggal di Asir-Asir (kecamatan Lut Tawar)
- d. Ibu Tri Maharani umur 20 tahun, yang merupakan salah satu masyarakat asli etnis Gayo yang bertempat tinggal di Blang Kolak I (kecamatan Bebesen)

4.2.3 Adaptasi Pedagang Etnis Minang dengan Masyarakat lokal di pasar paya ilang.

Adaptasi yang merupakan suatu problema yang perlu dipecahkan ketika seorang atau kelompok berkomunikasi dengan pihak lain yang berbeda budaya. Proses adaptasi antar budaya merupakan proses interaktif yang berkembang melalui kegiatan komunikasi individu pendatang dengan lingkungan social budaya yang baru.

Mengingat bagaimana pedagang etnis minang yang merupakan pendatang dimana adaptasi dilingkungan baru menjadi problema, seperti kendala dalam berkomunikasi yang dari segi budaya dan bahasa sudah berbeda.

Berdasarkan jawaban dari beberapa narasumber, narasumber memiliki jawaban yang berbeda pada hasil dari pertanyaan tentang adaptasi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang.

“dengan cara memperhatikan bagaimana sehari-hari mereka dalam interaksi, memperhatikan mereka berbicara dengan bahasa daerah mereka lalu bertanya jika ada bahasa yang tidak dipahami, lalu mereka menjelaskan melalui bahasa Indonesia. Mungkin karena saya sudah lebih dari 40 tahun di takengon ini jadi sekarang saya sudah bisa bahasa gayo,karena seringnya berinteraksi dan beradaptasi sesama pedagang menjadikan adaptasi tersebut berjalan baik” kata ibu Risa Desiana yang penulis jumpain ketika sedang menjaga toko sepatunya.

Sedangkan narasumber lain yang penulis jumpai menjawab

“ karena saya orangnya agak sedikit lama dalam mempelajari bahasa,jadi ketika awal saya beradaptasi mau sesama pedagang di pasar sama masyarakat lokal, saya menggunakan bahasa Indonesia,tapi terkadang saya menemukan mereka masyarakat lokal bisa berbahasa minang, jadi nya adaptasi yang terjadi tetep terjalin, apalagi ini kan pasar, komunikasi nya terus berjalan dari waktu ke waktu yang membuat saya bisa beradaptasi menggunakan bahas gayo “ kata ibu Adiarni yang penulis jumpain ketika sedang menjaga toko sepatu dan tasnya.

Kedua narasumber ini memiliki jawaban yang berbeda,akan tetapi apabila peneliti dengan sesakma sebenarnya jawaban dari kedua narasumber memiliki arti sama yaitu dimana, adaptasi yang dilakukan di pasar sendiri membutuhkan waktu yang tidak sebentar, dengan memperhatikan bagaimana belangsungnya interaksi

komunikasi dan adaptasi yang berlangsung menjadikan kita menjadi memahami bagaimana cara adaptasi itu berlangsung sehingga membuat kita bisa menjalin komunikasi dengan baik melalui beberapa proses yang terjadi.

4.2.4 Komunikasi Antar Budaya Para Pedagang di Pasar Paya Ilang

Tentunya interaksi yang terjadi dipasar tidak selalu hanya melibatkan saling nya bertukar interaksi, bertukar komunikasi, tentu pasti melibatkan budaya dalam berkomunikasi. Komunikasi antar budaya merupakan proses dimana pembagian informasi dan gagasan antara mereka yang memiliki latar belakang yang berbeda.

Hal ini juga dilakukan tentu dilakukan oleh para pedagang etnis minang baik sesama pedagang juga dengan masyarakat lokal dimana tentunya ada saling memperkenalkan informasi untuk saling bertukar komunikasi sehingga hal ini bisa mempengaruhi dalam segi interaksi sehari-hari seperti salah satunya bahasa.

“ awalnya itu saya melihat bagaimana teman saya berbicara bahasa gayo, saya memperhatikan, lalu kalau ada yang tidak saya pahami, saya bertanya ke teman saya, dan teman saya mengajarkan apa yang tidak saya pahami, lalu ketika saya berinteraksi dengan masyarakat lokal di pasar saya tidak kesulitan . terkadang ketika saya berbicara bahasa minang teman saya minta diajarkan juga, dikarenakan bahasa minang tidak terlalu sulit” kata ibu Tri Della Agustiani yang penulis jumpain ketika sedang menjaga toko aksesorisnya.

Jawaban narasumber diatas dipertegas lagi oleh salah satu narasumber yang saya wawancarai yaitu ibu Aduarni.

“ saya juga awalnya sering memperhatikan bagaimana mereka masyarakat lokal ketika berbicara dengan bahasa mereka, namanya pasar tentu hal ini sudah biasa, pas awal saya tanpa sadar berbicara menggunakan bahasa gayo yang membuat saya terbiasa dalam hal ini, juga kan takengon ini ada budaya pacu kuda, nah nanti pas acara itu kami pedagang jualan disana menyewa lapak, dimana disana hampir 80 % pengunjung menggunakan bahasa gayo. Karena adanya inilah jadinya kami masyarakatetnis minang juga jadi tau apa aja budaya orang gayo ini “

Dari jawaban kedua narasumber diatas bisa kita lihat bahwasannya ketika mereka interaksi pertama kali tidak langsung bisa mengikuti, memulai proses dengan memperhatikan bagaimana gaya komunikasi mereka sehari-hari dan terjadinya proses interaksi dan adaptasi yang terus menerus terulang di pasar membuat mereka saling bertukar budaya seperti dalam hal bahasa.

Komunikasi didalam pasar tentu adanya beberapa bahasa yang telah menjadi kesepakatan ketika berkomunikasi sehari-hari. Yang dimana beberapa bahasa ini masyarakat yang merupakan bukan etnis gayo sudah mengerti apa artinya. Beberapa bahasa ini sudah menjadi keseharian masyarakat dalam berkomunikasi.

BAHASA GAYO	BAHASA INDONESIA
Jema	Orang
Gule	Ikan
Porak	Panas
Ko	Kau/kamu
Gere	Tidak
Oyale	Itulah
Kune	Bagaimana

4.2.5 Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Yang Terjadi Di Pasar Paya Ilang Dengan Masyarakat Lokal.

Komunikasi verbal merupakan simbol atau pesan verbal adalah semua jenis yang menggunakan satu kata atau lebih, sedangkan komunikasi non verbal secara sederhana merupakan isyarat yang buka kata.

Dalam proses interaksi maupun adaptasi tentu sering terlibat komunikasi verbal dan non verbal. Hal ini bisa terjadi secara sadar maupun tidak sadar ketika kita berkomunikasi.

“ kadang kalo ada masyarakat lokal yang beli dia menggunakan bahasa gayo dan saya tidak paham, saya menggunakan bahasa tubuh seperti kepala saya miring dengan muka bingung, lalu mereka paham, dan menjawab menggunakan bahasa Indonesia “ kata ibu Risa Desiana

Dari pernyataan narasumber, dapat diketahui bahwa dalam terjadinya adaptasi dan interaksi, secara tidak sadar kita menggunakan komunikasi non verbal ketika komunikasi verbal itu tidak berjalan lancar.

4.2.6 Faktor Pendukung Dan Penghambat Yang Terjadi Selama Adaptasi dan Interaksi .

Dalam adaptasi dan interaksi tentu ada faktor penghambat dan pendukung. Seperti perbedaan bahasa merupakan faktor penghambat yang membuat interaksi yang berjalan tidak lancar.

“ kadang kami pedagang etnis minang tidak paham dengan bahasa mereka, apalagi kalau ada masyarakat lokal yang berasal dari pelosok yang dimana bahasa gayo mereka itu kental dan dengan logat yang masih asli, itu membuat kami kesulitan, jadi terkadang ketika hal itu terjadi kami memanggil pedagang etnis gayo yang berada di sebelah kami untuk membantu agar interaksi jual beli tetap berjalan “ kata ibu Tri Della Agustiani

Dari pernyataan narasumber diatas bahwasannya tentu selalu ada faktor penghambat dalam terjadinya komunikasi yang berlangsung, hal ini tentu terjadi dikarenakan adanya perbedaan budaya dan bahasa yang terjadi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang.

Dalam terjalannya adaptasi yang berlangsung tentu juga ada faktor pendukung yang terjadi didalamnya. Hal ini yang menjadikan dimana perbedaan

bahasa tidak terlalu mencolok ketika faktor pendukung terjadi ketika adaptasi yang berlangsung.

“ kami ini pedagang etnis gayo ini senang dengan pedagang etnis minang karena mereka ini ramah, walaupun mereka pendatang tapi, mereka ini ramah-ramah dan mau berbaur dengan kami masyarakat gayo. Juga ketika mereka minta diajarkan bahasa gayo kami dengan senang hati mengajarkan, juga sebaliknya kami juga minta untuk diajarkan bagaimana berbicara menggunakan bahasa minang. “ kata ibu Tri Maharini yang kami temui ketika sedang menjaga toko peralatan make up.

Dari jawaban narasumber diatas tentu selalu ada saja faktor penghambat dan pendukung dalam terjadinya adaptasi yang berlangsung. Akan tetapi, ketika adanya faktor penghambat tentu kita sebagai pendatang akan mencari jalan jalan keluar agar faktor penghambat ini bisa kita selesaikan sehingga terpecahkan menjadikan faktor penghambat menjadi faktor mendukung dalam berinteraksi dan beradaptasi di pasar Paya Ilang ini.

4.2 Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas, bahwa penulis menggunakan metode kualitatif dengan judul penelitian adaptasi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah. Bahwasannya adaptasi selalu terjadi dimana ketika adanya interaksi komunikasi antara satu orang atau lebih, maka secara tidak sadar interaksi sedang berjalan, bahkan di dalam pasar juga banyak terjadinya adaptasi antara etnis satu dan yang lainnya.

Dalam terjadinya adaptasi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal itu sendiri terjadi karena adanya perbedaan bahasa dan budaya yang menyebabkan interaksi komunikasi itu terus berjalan dari waktu ke waktu sehingga adaptasi yang dihasilkan sangat baik.

Adanya faktor pendukung dan penghambat tidak menjadikan adaptasi yang berlangsung antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal di pasar paya ilang terhambat. Justru dengan adanya faktor penghambat ini membuat pedagang etnis minang mencari pemecahan masalah agar faktor penghambat ini bisa menjadi faktor pendukung.

Adapun strategi yang dilakukan oleh pedagang etnis minang agar bisa beradaptasi dengan masyarakat lokalnya, mereka memperhatikan bagaimana keseharian mereka dalam berkomunikasi, mempelajari bagaimana komunikasi budaya yang terjadi terus menerus di pasar, pedagang etnis minang mengatasi bagaimana terjadinya perbedaan bahasa yang kalau mereka tidak melakukan adaptasi akan membuat mereka tidak bisa untuk bertahan di lingkungan yang bukan lingkungan asli mereka.

Bahkan rata-rata pedagang etnis minang yang berada di pasar paya ilang, Takengon , Aceh Tengah mereka bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan menggunakan bahasa gayo, yang bahkan ketika masyarakat lokal beradaptasi dengan mereka tidak adanya terjadi perbedaan bahasa yang mencolok.

Hal ini sangat jelas bahwasannya adaptasi yang terjadi di pasar paya ilang sendiri berjalan dengan baik sehingga menghasilkan pertukaran budaya dalam

berbahasa juga dalam memperkenalkan bahasa dari masing-masing etnis itu sendiri. Melihat banyaknya pedagang etnis minang yang fasih berbahasa gayo membuat kita sadar bahwasannya pasar juga tempat terjadi adaptasi, pertukaran komunikasi, pertukaran informasi budaya, juga interaksi yang sangat jelas terjadi dari waktu ke waktu sehingga menghasilkan adaptasi yang berjalan sangat baik di dalam pasar.

Dengan kemajuan teknologi yang sekarang semua hal bisa diakses melalui internet, juga mempermudah kita untuk bisa mempelajari bagaimana budaya dari etnis lainnya sehingga ketika kita beradaptasi menghasilkan interaksi yang diluar perkiraan kita. Sehingga sesuai seperti julukan semboyan kita yang berbunyi “ bhineka tunggal ika” yang artinya “ walaupun berbeda –beda tetap satu. Seperti bahasa yang tidak menjadi halangan kita untuk beradaptasi dan berinteraksi satu sama lain sehingga menciptakan ikatan interaksi komunikasi yang sangat baik.

Walaupun masih ada satu atau dua oknum yang terkadang melakukan beberapa hal yang menjadikan adaptasi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal itu sedikit terganggu, akan tetapi setelah melakukan penelitian langsung ke pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah, kita dapat melihat bahwasannya di pasar benar-benar terjadi adaptasi yang selalu kita harapkan untuk tidak hanya terjadi di pasar saja tetapi juga dilingkungan lainnya.

Sehingga hal ini menjadikan pasar menjadi tempat dimana kita dapat melihat bagaimana proses yang telah dilakukan oleh pedagang etnis minang

untuk melakukan adaptasi terhadap masyarakat lokal di pasar paya ilang , Takengon , Aceh Tengah menjadi contoh ketika ada etnis-etnis lain yang menjadi masyarakat Takengon, Aceh Tengah.

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, serta dari hasil penelitian dan wawancara maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Adaptasi Pedagang Etnis Minang Dengan Masyarakat Lokal di Pasar Paya Ilang, Takengon, Aceh tengah” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai

berikut :

1. Adaptasi yang terjadi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal sendiri berhasil terjalin dengan baik karena adanya kesadaran baik bagi pedagang etnis minang maupun masyarakat lokalnya dalam mempelajari budaya, bahasa dan kebiasaan suatu etnis sehingga adaptasi yang diinginkan berjalan baik.
2. Interaksi pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal berhasil melakukan pertukaran budaya dan bahasa di dalam pasar sehingga ketika melakukan adaptasi dan interaksi komunikasi dengan masyarakat lokal, membuat mereka juga tertarik untuk mempelajari bahasa dari pedagang etnis padang.

3. Masyarakat lokal (etnis gayo) juga berperan besar dalam terjadinya adaptasi dan interkasi yang terus menerus terjadi di pasar sehingga komunikasi yang dihasilkan baik.

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan langsung mengenai “Adaptasi Pedagang Etnis Minang Dengan Masyarakat Lokal di Pasar Paya Ilang, Takengon, Aceh tengah” yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk pedagang etnis minang yang mungkin belum lama berada di pasar, agar jangan sungkan untuk melakukan adaptasi baik terhadap masyarakat lokal maupun sesama pedagang sehingga adaptasi ini terus berjalan dengan baik.
2. Semoga adaptasi dan interaksi yang telah terjalin ini agar dapat terus melakukan perbaruan dalam pertukaran budaya agar adaptasi yang telah terjalin semakin dalam dan baik.
3. Bagi penulis yang ingin melanjutkan ini dari sudut pandang yang berbeda diharapkan bisa menyempurnakan atau menjadikannya sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya, sehingga akan membuahkan hasil yang maksimal dan lebih baik lagi sehingga memberikan informasi dan pengetahuan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliwer, dasar-dasar komunikasi antar budaya (Yogyakarta:pustaka pelajar, 2003)
- A.Chaedar . Alwasilah. Pokoknya Kualitatif. Dasar-dasar, Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. Jakarta: Puataka Jaya, 2008.
- Alo Liliweri M ,(2007). Dasar-dasar komunikasi kesehatan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, A. Robert & Bryne Donn (2005). Psikologi Sosial. Jakarta: Erlangga
- Cut Banta, Rafinis. 2004. Adat Istiadat Budaya Gayo Takengon NenggeriantaraNanggro Aceh Darussalam. Tahun Budaya NAD.
- Dyen, Isidore. A Lexicostatistical Classification of the Austronesian Languages. Memoir of International Journal of American Linguistics; Memoir 19 851547273. Baltimore, Md.: Waverly Press, 1965.
- Effendy, Onong Uchyana 2011. *Ilmu Komunikasi : Teori dan prakteknya*
Bandung : Remaja Rosdakarya
- Koentjaraningrat (1990). Pengantar Ilmu Psikologi. Jakarta: Rineka Cipta
- Mulyana, Dedy, Rakhmat, Jalaluddin.2005 ,komunikasi antar budaya : panduan berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya. Remaja Rosdakarya ,Bandung.
- Mulyana, Deddy 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar Bandung. Remaja Rosdakarya.

Melalatoa, M. J. Kebudayaan Gayo. Jakarta: Balai Pustaka, 1982.

Sadiyah, Dewi, metode penelitian dakwah : pendekatan kualitatif dan kuantitatif.

Bandung : Remaja Rosidakarya. 2015

Sugiyono (2016). Metode peneltian kuantitatif kualitatif dan RND Bandung
:Alfabeta

Sutopo . 2006. Metode penelitian kualitatif Surakarta : UNS

Tito Edy Priandono, Komunikasi Keberagaman 2016

Teuku Kemal Fasya, Dr Leylia Khairani (2019) DEMOKRASI TANOH GAYO

<https://scholar.google.com/citations?user=91CVTqIAAAAJ&hl=en&oi=a>

o#d=gs_md_cita-

d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Den%26user

%3D91CVTqIAAAAJ%26citation_for_view%3D91CVTqIAAAAJ%3A8

k81kl-MbHgC%26tzom%3D-420

WEBSITE

ppid.acehtengahkab.go.id/v2/pages/pd.

<https://www.wikiwand.com/id/merantau>

https://sippa:ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/DOCRPIJM_150

[6650232BAB_IV_RPI2JM_PDF.PDF](#)

<https://www.google.co.id/amp/s/saintif.com/budaya-adalah/amp/>

<https://www.google.co.id/amp/s/phinemo.com/alasan-mengapa-orang-minang->

[memiliki-kebiasaan-suka-merantau/](#)

<https://www.google.co.id/amp/s/pakarkomunikasi.com/komunikasi-antar-budaya/amp>

<https://eprints.uny.ac.id/23960/5/5.%20BAB%20III.pdf>

<https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/10/161818569/interaksi-sosial-pengertian-syarat-ciri-jenis-dan-faktornya?page=all>

LAMPIRAN



Pasar Paya Ilang Takengon Aceh Tengah



Ibu Risa Desiana (31 tahun) sebagai narasumber pertama



Ibu Adriani (56 tahun) sebagai narasumber kedua



Ibu Tri Della Agustianin (20 tahun) sebagai narasumber ketiga



Ibu Tri Maharani (20 tahun) sebagai narasumber keempat



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dila menjabar surat tv agar disebarkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 511/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2021
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa*

Medan, 26 Syaban 1442 H
08 April 2021 M

Kepada Yth : Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Aceh Tengah
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **RESTY SEPTIA PRATIWI T**
N P M : 1703110038
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : **ADAPATASI PEDAGANG ETNIS MINANG DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI PASAR PAYA ILANG, TAKENGON, ACEH TENGAH**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dekan

Dr. ARIEN SALEH, S.Sos., MSP.

043.17.311



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI**

Medan, 6 January2021.

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan
FISIP UMSU
di
Medan.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : RESTY SEPTIA PRATIWI .T
 N P M : 1702110038
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
 Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif 3,65

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Adaptasi Pedagang etnis Minang dengan Masyarakat lokal di pasar paya ilang, Takengon, Aceh Tengah.	✓ 13/01-2021
2	Persepsi mahasiswa terhadap film nanti kita cerita tentang hari ini "kanya marcella PP" (studi kasus mahasiswa Unimed)	
3	Persepsi mahasiswa Uss terhadap Aplikasi transportasi Maxim.	

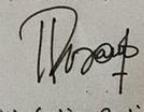
Bersama permohonan ini saya lampirkan :

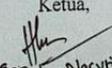
1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

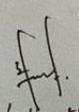
Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl.20....

Pemohon,

(Resty Septia Pratiwi .T)

Ketua,

(Nurhaganah Nacvickon, S. Sos. M. I. Kom.)


Ar. Leyla Khairani

*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
 Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
 DAN PEMBIMBING**

Nomor : 60/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **13 Januari 2021** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **RESTY SEPTIA PRATIWI T**
 N P M : 1703110038
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun 2020/2021
 Judul Skripsi : **ADAPTASI PEDAGANG ETNIS MINANG DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI PASAR PAYA ILANG, TAKENGON, ACEH TENGAH**

Pembimbing : **Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor Nomor 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 043.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa kadaluarsa tanggal 13 Januari 2022.



Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 29 Djumadil Awwal 1442 H
 13 Januari 2021 M

Dekan

Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP

Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.

IKO FOR SEMPRO **UNDANGAN SEMINAR IKO 27.02.21.pdf**

6 dari 7

UNDANGAN PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 261/UND/IL.3-AU/UNSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Hari, Tanggal : Sabtu, 27 Februari 2021
 Waktu : 10.00 WIB s.d. selesai
 Tempat : Online/Daring
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
26	NANDA SYAHPUTRA	1703110122	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	CORRY NOVICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	STRATEGI BRANDING DAN SPREADABILITY PODCAST UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENDENGAR
27	RESTY SEPTIA PRATIWI T	1703110038	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	Dr. LEYLA KHAIRANI, M.Si.	ADAPTASI PEDAGANG ETNIS MINANG DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI PASAR PAYA ILANG, TAKENGON, ACEH TENGAH
28	MUHAZIRIN PAHANG	1403110024	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	AKTIVITAS KOMUNIKASI PROGRAM "AKHIRNYA SEDEKAH DI MASSA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA AKHIRNYA COFEE)
29	AL WINSYAH FIKRI	1703110053	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PERAN HUMAS DALAM MENYAPAIKAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI TERKAIT PERKEMBANGAN IBADAH HAJI DI MASA PANDEMI COVID-19
30	ALQA RIDHO IRAWAN	1703110139	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	Dra. Hj. DEWI KURNAYATI, M.S., Phd.	PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL BRAND BANGBREW



UMSU
Unggul Cendekia Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Resty Septia Pratiwi
NPM : 1703110038
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Adaptasi Pedagang Etnis minang dengan masyarakat lokal di Pasar Paya Ilang Takengon Aceh Tengah.

No.	Tanggal	Isi Acara / Bimbingan	Penyelia
1.	21/Januari 2021	Bimbingan Proposal	f.
2.	26/Januari 2021	Bimbingan Proposal	f.
3.	29/Januari 2021	Revisi Proposal	f.
4.	16/Februari 2021	Acc proposal	f.
5.	19/maret 2021	Bimbingan Draft Wawancara	f.
6.	21/maret 2021	ACC Draft Wawancara	f.
7.	25/maret 2022	Bimbingan Skripsi	f.
8.	30/maret 2022	Bimbingan Skripsi	f.
9.	5/April 2022	Revisi Bab 4 dan 5	f.
10.	25/mei 2022	Revisi Bab 4 dan 5	f.
11.	09/Agustus 2022	ACC Skripsi / Sidang mega hijau.	f.

Medan,20.....

Dekan,

(Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.Sr)

Ketua Jurusan,

(Akhyar Anshori S.Sos, M.I.Kom)

Pembimbing,

(Dr. Layli Khairani) M.G

Aceh 1/3 2021
Leylia

Draft Wawancara

**Adaptasi Pedagang Etnis Minang Dengan Masyarakat Lokal Di Pasar Paya Ilang,
Takengon, Aceh Tengah**

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Alamat :

A. Pedagang Etnis Minang

1. Bagaimana hubungan (social, budaya) yang terjadi antara pedagang etnis minang dengan masyarakat lokal ?
2. Bagaimana sikap masyarakat lokal terhadap pedagang etnis minang ?
3. Adakah kendala yang terjadi dalam berinteraksi ?
4. Pernahkah interaksi yang berlangsung menimbulkan konflik ?
5. Bagaimana cara anda menghadapi perbedaan bahasa dengan masyarakat lokal ?
6. Apa pandangan anda terhadap masyarakat lokal terutama etnis gayo ?
7. Bagaimana cara anda menyikapi perbedaan bahasa yang terjadi di pasar ?
8. Pernahkan anda mendapatkan perilaku kurang baik oleh masyarakat lokal ?
9. Bagaimana cara anda mempelajari bahasa dan kebudayaan masyarakat lokal yang terjadi di pasar paya ilang ?

10. Strategi apa yang anda lakukan agar terjalannya komunikasi dengan masyarakat lokal ?
11. Apakah komunikasi yang dihasilkan baik?
12. Hal-hal apa yang anda alami pertama kali dalam melakukan proses adaptasi ?
13. Apa pendapat anda terhadap masyarakat lokal ?

B. Masyarakat Lokal

1. Bagaimana hubungan (social,budaya) yang terjadi dengan para pedagang di pasar khususnya dengan pedagang etnis minang ?
2. Adakah kendala yang terjadi dalam interaksi yang terjadi di pasar ?
3. Apa pandangan anda terhadap pedagang etnis minang di pasar paya ilang ?
4. Bagaimana cara anda menghadapi perbedaan bahasa yang terjadi di pasar ?
5. Apakah komunikasi yang dihasilkan baik ?
6. Apakah anda tertarik dalam mempelajari bahasa etnis minang ?
7. Adakah hal yang anda lakukan pertama kali dalam beradaptasi dengan para pedagang etnis minang?



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 12377/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2022

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 24 Agustus 2022
Waktu : 08.15 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang Sidang FISIP UMSU Lt. 2



Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
		PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
ANDRA PUTRI DEVINA	1803110120	Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	OPINI MASYARAKAT KELURAHAN FANGKALAN MASHUR KOTA MEDAN TENTANG KONTROVERSI LOGO BARU HALAL INDONESIA
LITHIA LUTFI WIDARI	1803110112	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos, M.A.	ANALISIS NASKAH SKENARIO DRAMA ERANDAM BUMI HANGUS DALAM MENGGAMBARAKAN KISAH PERJUANGAN MASYARAKAT KOTA FANGKALAN BRANDAN
DINDA PUTRI SAKINAH	1803110086	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	DAMPAK IKLAN LAYANAN TELEVISI VAKSINASI COVID-19 TERHADAP UPAYA PERLINDUNGAN DIRI MASYARAKAT KABUPATEN ASAHAN
DEWI EKA SAPUTRI	1803110295	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	FADHIL PAHLEVI HIDAYAT, S.I.Kom., M.I.Kom.	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI DINAS PERRISTAKSIAN DAN KEARIFAN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI DI MASA COVID 19 DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA MASYARAKAT DI KECAMATAN PERBAUNGAN
RESTY SEPTIA PRATIWI T	1703110038	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVIRCA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	ADAPTASI PEDAGANG ETNIS MINANG DENGAN MASYARAKAT LOKAL DI PASAR PAYA ILANG, TAKENGON, ACEH TENGAH

Is Sidang:



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Medan, 22 Muharram 1444 H
20 Agustus 2022 M