

**POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS  
TIONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI  
KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN  
LANGKAT**

**SKRIPSI**

Oleh :

**DINDA PRATIWI**

**NPM 1603110014**

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



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

Nama : DINDA PRATIWI  
NPM : 1603110014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TIONGHOA  
DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN  
TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT

Medan, 06 Agustus 2020

PEMBIMBING

MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

DISETUJUI OLEH  
KETUA PROGRAM STUDI

NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN

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

**BERITA ACARA PENGESAHAN**



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

Nama : DINDA PRATIWI  
NPM : 1603110014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, Tanggal : Kamis, 06 Agustus 2020  
Waktu : 08.30 Wib s/d Selesai

**TIM PENGUJI**

PENGUJI I : Dr. YAN HENDRA, M.Si

(.....)

PENGUJI II : NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos, M.Sos

(.....)

PENGUJI III : MUHAMMAD THARIQ, S.Sos, M.I.Kom

(.....)

**PANITIA UJIAN**

Ketua

Sekretaris

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

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, DINDA PRATIWI, NPM 1603110014, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan 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 di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

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

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

Medan, Agustus 2020  
Yang Menyatakan



**DINDA PRATIWI**  
**NPM. 1603110014**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shalallahualaihiwassalam yang telah membawa kabar tentang ilmu pengetahuan kepada umatnya yang berguna untuk kehidupan didunia dan akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan **“Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta . Ayahanda Nuryadi dan Ibunda Nilawati yang telah membesarkan, mendidik, memberi dukungan moral maupun materi, nasehat serta lantunan doa. Sehingga anakmu mampu menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Muhammad Thariq S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dan selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, medidik, mendukung, dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Drs. Zulfahmi M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Abrar Adhani S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

7. Ibu Nurhasanah Nasution S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai sekarang ini.

10. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat saya dalam penyelesaian skripsi ini.

11. Kakanda Lie Aisiang, Kakanda Lius, Om Acai, dan Abangda Aho, serta Om Lihardo damanik dan kakanda Lily yang tiada henti memberi ilmu pengetahuan kepada penulis, dan bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian.

12. Keluarga besar penulis, yang mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Abang tersayang Heriyansyah Putra dan Hendra Permana, Kakak tersayang Musdayani Nasution terima kasih selalu membangkitkan semangat, tawa kecilmu selalu menghibur ketika rasa putus asa menghampiri.

13. Khadijah Discussion yaitu Senny Febriani, Afni Syahrída dan Ersya Mega Bintang, yang selalu menemani dari awal masuk kuliah sampai akhir penulisan skripsi dimana sedih, senang, serta teman-teman seperjuangan angkatan 2016 terima kasih juga telah menjadi keluarga di kampus.

14. Anak Sultan yaitu Windy Pratiwi dan Rita Rahayu yang selalu membantu dan memberi semangat kepada penulis.

15. Untuk yang paling special Priyobudi Nugroho sebagai teman penulis yang selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi serta dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.

16. Untuk Kakanda Fajar Kurniasari dan Kakanda Syarah Fitria Indirwan, terimakasih sudah membantu dalam penulisan skripsi

17. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, Aamiin

Akhir kata, peneliti memohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Namun, peneliti berharap saran serta kritik dalam rangka perbaikan penulisan skripsi ini, Terima kasih.

Medan, Juli 2020

Penulis,

Dinda Pratiwi

## **ABSTRAK**

### **POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT**

**DINDA PRATIWI**  
**NPM : 1603110014**

Kemampuan berkomunikasi dalam hal transaksi jual beli dengan penjual atau pembeli sangatlah diperlukan. Kemampuan berkomunikasi akan mempengaruhi seluruh aktivitas yang dilakukan manusia, budaya yang dibawa oleh masing-masing individu akan mempengaruhi proses komunikasi karena komunikasi merupakan bagian dari budaya seseorang. Berkomunikasi dengan seseorang yang memiliki kebudayaan yang berbeda merupakan hal yang menarik. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. Penelitian dengan judul “ Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat”, memiliki rumusan masalah Bagaimanakah Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. Teori-teori yang digunakan adalah teori komunikasi, teori komunikasi antarbudaya, hubungan komunikasi dengan budaya. jenis penelitian yang diambil peneliti adalah deskriptif kualitatif. Tahap pengumpulan data penelitian yaitu melakukan proses wawancara tatap muka dengan narasumber, observasi serta dokumentasi, hasil pengamatan, dan hasil pembicaraan yang dianalisis peneliti yaitu 6 (enam) orang informan terdiri dari 4 (empat) Pedagang etnis Tionghoa yaitu Lie Aisiang, Lius, Acai dan Aho serta 2 (dua) orang informan tambahan dari pembeli pribumi yaitu Lihardo damanik dan Lily dengan mengajukan masing-masing 11 (sebelas) pertanyaan untuk penjual etnis Tionghoa dan 8 (delapan) pertanyaan untuk pembeli pribumi. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa pola komunikasi yang digunakan oleh pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi menggunakan 2 (dua) pola komunikasi yaitu pola komunikasi satu arah dan pola komunikasi dua arah. Berdasarkan adanya kebiasaan yang ramah oleh pedagang etnis tionghoa adanya menjadi daya tarik untuk pembeli pribumi. Sehingga pembeli pribumi lebih tertarik untuk berbelanja dengan pedagang etnis Tionghoa.

**Kata kunci : Komunikasi, Pola Komunikasi, Budaya, Komunikasi antar budaya.**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Pembatasan Masalah .....	3
nusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	4
1.5.1. Secara Teoritis.....	4
1.5.2. Secara Akademis .....	4
1.5.3. Secara Praktik.....	5
1.6. Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II URAIAN TEORITIS</b>	
2.1. Komunikasi .....	7
2.1.1. Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2. Proses Komunikasi .....	8
2.1.3. Unsur-unsur Komunikasi .....	10
2.1.4. Karakteristik Komunikasi.....	11
2.1.5. Fungsi Komunikasi .....	14
2.2. Pola Komunikasi .....	16

2.3. Komunikasi Antarbudaya.....	17
2.3.1. Prengertian Komunikasi Antarbudaya.....	17
2.3.2. Proses Komunikasi Antarbudaya.....	19
2.3.3. Hambatan Komunikasi Antarbudaya .....	20
2.3.4. Hubungan Komunikasi Dengan Budaya .....	23
2.4. Etnis Tionghoa .....	24
2.5. Masyarakat Pribumi .....	26
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian.....	27
3.2. Kerangka Konsep.....	27
3.3. Defenisi Konsep.....	28
3.4. Kategorisasi.....	28
3.5. Informan atau Narasumber .....	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6.1. Wawancara.....	30
3.6.2. Observasi.....	30
3.6.3. Dokumentasi .....	30
3.7. Teknik Analisis Data.....	31
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	32
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil Penelitian .....	33
4.2. Pembahasan.....	56

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan ..... 60

5.2. Saran ..... 61

**DAFTAR PUSTAKA ..... 62**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Kerangka Konseptual.....	27
Tabel 3.2 Kategorisasi Penelitian.....	29

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kemampuan berkomunikasi dalam hal transaksi jual beli dengan penjual atau pembeli sangatlah diperlukan. Kemampuan berkomunikasi akan mempengaruhi seluruh aktivitas yang dilakukan manusia, budaya yang dibawa oleh masing-masing individu akan mempengaruhi proses komunikasi karena komunikasi merupakan bagian dari budaya seseorang. Apa yang dimilikinya, apa yang menjadi kebiasaannya, secara tidak langsung akan ikut diterapkan pada saat berkomunikasi dengan individu yang lain.

Perbedaan budaya harus bisa disiasati oleh pelaku bisnis agar dapat merubah persepsi pembeli yang memiliki kecenderungan memilih dalam kegiatan transaksi jual beli kepada pedagang yang memiliki kebudayaan yang berbeda karena budaya itu sendiri mempengaruhi orang yang berkomunikasi. Perbedaan bahasa inilah yang harus diperhatikan oleh pelaku jual beli dalam transaksi jual beli, karena ketika terdapat perbedaan bahasa maka komunikasi yang terjadi dalam jual beli tersebut tidak akan berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh komunikator. Oleh karena itu sebagai pedagang harus dapat memiliki kemampuan beradaptasi dengan bahasa lain.

Pada dasarnya, bahasa adalah kemampuan yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya menggunakan tanda, misalnya kata dan gerakan. Menurut Lull (1998 : 157) mengatakan bahwa bahasa juga merupakan sebuah institusi sosial yang dirancang, dimodifikasi dan dikembangkan untuk

memenuhi kebutuhan kultur atau sub kultur yang terus berubah. Karenanya, bahasa dan budaya satu berbeda dengan bahasa dari sub kultur yang lain. Perbedaan bahasa ini harus diperhatikan oleh pedagang dalam kegiatan jual-beli, sebab ketika terdapat perbedaan bahasa maka komunikasi jual beli akan terhambat dan tidak berjalan sesuai dengan keinginan.

Indonesia memiliki beragam etnis dan budaya yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Salah satunya merupakan etnis Tionghoa, yang hingga sekarang adalah etnis yang masih bertahan lama. Berdasarkan sejarahnya, leluhur orang Tionghoa merupakan masyarakat yang berasal dari Cina yang bermigrasi secara gelombang sejak ribuan tahun yang lalu melalui jalur perdagangan.

Salah satu kota di Indonesia yang sampai saat ini ditempati warga keturunan etnis Tionghoa adalah Tanjung pura. Tanjung pura adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara, selain terkenal sebagai kota pendidikan, sejak zaman dahulu Tanjung pura juga dikenal sebagai kota budaya. Penduduk Tanjung pura kebanyakan datang dari Siah, Kedah, Selangor, Petani dan dari beberapa tanah Malaysia, sehingga lingkungan tradisi budaya melayu Malaysia masih berhubungan sangat kental dengan kota ini, meskipun kini telah banyak sekali perbedaan adat budayanya. Tanjung pura juga didominasi suku Melayu, identik dengan agama islam. Penduduk tanjung pura mayoritas bersuku Melayu 80% selebihnya 20% adalah pendatang terdiri dari: Tionghoa, Aceh, Minang, dan Banten.

Hingga saat ini, Banyak warga keturunan etnis Tionghoa yang menetap di Kecamatan Tanjung pura Kab langkat dan melakukan perdagangan dengan

masyarakat pribumi, sampai saat ini perdagangan di Kecamatan Tanjung pura banyak didominasi pedagang etnis Tionghoa tersebut. Dalam hal ini ketika pedagang etnis Tionghoa berada dalam lingkungan pembeli yang rata-rata pembeli pribumi adalah pribumi yang berdominasi di Kecamatan Tanjung pura, yang memiliki perbedaan budaya dengan mereka, seperti bahasa, agama dan kebiasaan harus dapat memiliki kemampuan beradaptasi dengan baik, sesuai dengan budaya yang dihadapi di tempat di mana dia berdagang. Perbedaan budaya ini dapat mempengaruhi sukses atau tidaknya proses jual beli yang dilakukan oleh pedagang etnis Tionghoa tersebut. Karena perbedaan budaya seperti bahasa dan agama sangat mempengaruhi dari proses jual beli tersebut.

Kemampuan inilah yang harus dimiliki oleh pedagang etnis Tionghoa ketika melakukan transaksi jual beli dengan pembeli pribumi. Menjaga hubungan yang baik dengan pembeli merupakan hal yang harus dilakukan oleh pedagang etnis Tionghoa untuk dapat menentukan kesuksesan atau tidaknya tujuan yang ingin dicapai oleh seorang pedagang.

Berdasarkan hal di atas peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi dari komunikasi lintas budaya pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi. Dalam penelitian ini peneliti membuat skripsi dengan judul **“Pola Komunikasi Pedagang etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat”**.

## **1.2. Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, maka permasalahan yang diteliti hanya berkaitan dengan luas lingkup yang hanya meliputi informasi seputar

pola komunikasi pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi. Informasi yang disajikan yaitu pola komunikasi, proses komunikasi, hambatan komunikasi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pola Komunikasi Pedagang etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.
2. Apakah Ada Hambatan Komunikasi Antarbudaya Yang terjadi antara Pedagang etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pola komunikasi pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui apakah ada Hambatan Komunikasi Antarbudaya Yang terjadi antara Pedagang etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1.5.1. Secara Teoritis**

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu mengembangkan pengetahuan ilmu komunikasi mengenai Pola komunikasi pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.”

### **1.5.2. Secara Akademis**

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengembangan pengetahuan dalam bidang komunikasi, memperluas penelitian komunikasi serta menambah wawasan pengetahuan dan menambah pengalaman khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

### **1.5.3. Secara Praktik**

Secara praktik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan analisa bagi pedagang etnis Tionghoa yang bersangkutan untuk menyempurnakan pola komunikasi pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : Pendahuluan**

Menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

### **BAB II : Uraian Teoritis**

Menguraikan teori-teori yang relevan tentang Pengertian Komunikasi, Proses Komunikasi, Unsur-unsur Komunikasi, Karakteristik Komunikasi, Fungsi

Komunikasi, Pola Komunikasi, Komunikasi Antarbudaya, Proses Komunikasi Antarbudaya, Hambatan Komunikasi Antarbudaya, Hubungan Komunikasi dengan Budaya, Etnis Tionghoa, dan Masyarakat Pribumi.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi, informan narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan lokasi penelitian.

### **BAB IV : Hasil Penelitian**

Peneliti menguraikan tentang analisis data, proses pengumpulan data dan pengelolaan data.

### **BAB V : Penutup**

Berisikan penutup yang menguraikan tentang Simpulan dan Saran

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **2.1. Komunikasi**

##### **2.1.1. Definisi Komunikasi**

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata *communico* yang artinya membagi.

Menurut Everett M. Rogers (1985) yang dikutip oleh Cangara, (2014 : 35-36) “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

Definisi ini kemudian dikembangkan bersama dengan Lawrence D. Kincaid (1987) sehingga melahirkan suatu definisi yang lebih maju dengan menyatakan : “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertiannya yang mendalam”.

Pandangan definisi lain diutarakan oleh Hovland, Janis dan Kelly bahwa komunikasi sebagai suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambing-lambang, tanda, atau tingkah laku. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi yang sederhana ini, maka kita bisa mengatakan bahwa suatu proses komunikasi tidak akan bisa berlangsung tanpa didukung oleh unsur-unsur, pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan

akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur ini bisa juga disebut komponen atau elemen komunikasi (Cangara, 2014 : 25). Sementara itu komunikasi adalah pertukaran informasi dalam sistem lambang-lambang yang bersifat umum diantara satuan-satuan pengirim dan penerima yang dalam tata protocol terjadi dalam proses pengiriman pesan satu arah yang dapat menghasilkan efek balikan demi menghubungkan satu entitas dengan entitas lain dari satu suatu sesi percakapan (Liliweri, 2011 : 37).

### **2.1.2. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikatornya menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya).

Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antarmanusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut :

#### **1. Penginterpretasian.**

Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan atau masih abstrak. Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut interpreting.

## 2. Penyandian.

Tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut encoding, akal budi manusia berfungsi sebagai encoder, alat penyandi : merubah pesan abstrak menjadi konkret.

## 3. Pengiriman.

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut transmitter, alat pengiriman pesan.

## 4. Perjalanan.

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.

## 5. Penerimaan.

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.

## 6. Penyandian balik.

Tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai receiver hingga akal budinya berhasil menguraikannya (decoding).

## 7. Penginterpretasian.

Tahap ini terjadi pada komunikan, sejak lambing komunikasi berhasil diuraikan dalam bentuk pesan.

### 2.1.3. Unsur-unsur komunikasi

Suatu proses komunikasi karena didukung oleh beberapa elemen atau unsur, yakni : Sumber, pesan, saluran, penerima, efek, umpan balik, lingkungan atau situasi.

1. Sumber ialah pihak yang menyampaikan satu mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

2. Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan biasa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

3. Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa *mediamassa* yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, leaflet, brosur, buku, spanduk, bulletin, stiket, dan sebagainya.

4. Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris penerima biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.

5. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap, dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh biasa disebut dengan nama akibat atau dampak.

6. Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Sebenarnya ada juga yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah efek atau pengaruh. Dalam bahasa Inggris umpan balik sering disebut dengan istilah *feedback*, *reaction*, *response*, dan semacamnya.

7. Lingkungan ialah situasi yang memengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologis, dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala fisik sehingga informasi itu tidak bisa diterima. Misalnya tempatnya jauh di daerah pegunungan, lingkungan sosial budaya masyarakat, lingkungan psikologis masyarakat yang masih trauma akibat bencana yang baru menimpanya, dan sebagainya (Cangara, 2014:36-37)

#### **2.1.4. Karakteristik Komunikasi**

Menurut Riswandi (2009: 4-7), berdasarkan definisi-definisi tentang komunikasi, dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut :

1. Komunikasi adalah suatu proses

Komunikasi sebagai suatu proses artinya bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapan atau sekuensi) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Proses komunikasi melibatkan banyak faktor atau komponen. Faktor-faktor atau unsur yang dimaksud antara lain meliputi komunikator, komunikan, pesan (isi, bentuk, dan cara penyampaiannya), saluran atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau akibat yang ditimbulkan dan situasi atau kondisi yang ada ketika komunikasi berlangsung.

2. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan

Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya. 18 Pengertian sadar di sini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendali atau terkontrol, bukan dalam keadaan “mimpi”. Disengaja maksudnya bahwa komunikasi yang dilakukan memang sesuai dengan kemauan dari pelakunya. Sementara tujuan merujuk pada hasil atau akibat yang diinginkan.

3. Komunikasi menurut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat

Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topik pesan yang disampaikan.

#### 4. Komunikasi bersifat simbolis

Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tandatanda lainnya. Bahasa verbal yang digunakan untuk keperluan membujuk atau meminta tolong, tentunya akan berbeda dengan bahasa verbal yang digunakan untuk tujuan perintah atau memaksa. Selain bahasa verbal, juga ada lambang-lambang yang bersifat nonverbal yang dapat digunakan dalam komunikasi seperti gesture (gerak tangan, kaki, atau bagian tubuh lainnya), warna, sikap duduk, berdiri, dan berbagai bentuk lambang lainnya. Biasanya lambang- 19 lambang tersebut dimaksudkan untuk memperkuat makna pesan yang disampaikan

#### 5. Komunikasi bersifat transaksional

Komunikasi pada dasarnya menurut dua tindakan, yaitu memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang atau parsional oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Apa yang kita terima, nilainya bergantung pada apa yang kita berikan. Pengertian transaksional juga merujuk pada suatu kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh salah satu pihak, tetapi ditentukan oleh kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi. Ini berarti bahwa komunikasi akan berhasil apabila kedua belah pihak yang terlibat mempunyai kesepakatan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan.

#### 6. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu

Maksudnya adalah bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet, faximili, dan lain-lain, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi

#### **2.1.5. Fungsi Komunikasi**

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu pengetahuan memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara klasik fungsi komunikasi ditujukan untuk :

- a. Memberi informasi,
- b. Menghibur
- c. Mendidik
- d. Membentuk opini publik (Cangara, 2014:42)

Fungsi Komunikasi Terdapat empat fungsi komunikasi berdasarkan kerangka William I. Gordon (Mulyana 2010: 5-27), yakni :

- a. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. 9 Implisit dalam fungsi komunikasi sosial ini adalah fungsi komunikasi kultural. Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi itu mempunyai hubungan timbal balik, seperti dua sisi dari satu mata

uang. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi. Dan pada gilirannya komunikasi pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya.

b. Komunikasi Ekspresif

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal.

c. Komunikasi Ritual

Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup yang disebut para antropolog sebagai rites of passage mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan (melamar, tukar cincin), siraman, pernikahan (ijab-qabul, sungkem kepada orang tua, sawer, dan sebagainya), ulang tahun perkawinan, hingga upacara kematian. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

d. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau tindakan dan juga menghibur. Semua tujuan tersebut dapat disebut membujuk

(bersifat persuasif). Komunikasi yang berfungsi memberitahu atau menerangkan (to inform) mengandung muatan persuasive dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikannya akurat dan layak diketahui. Komunikasi berfungsi sebagai instrument untuk mencapai mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Terdapat lima tujuan komunikasi menurut De Vito yaitu :

- a. Mempengaruhi orang lain
- b. Membangun atau mempertahankan hubungan antarpersonal
- c. Memperoleh berbagai pengetahuan
- d. Membantu orang lain
- e. Bermain bersama dengan orang lain

## **2.2. Pola komunikasi**

Pola komunikasi berasal dari dua kata yaitu pola dan komunikasi. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), pola bisa diartikan sebagai model atau bentuk (struktur) yang tetap, sedangkan komunikasi dapat diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dimengerti. Pola komunikasi adalah suatu kecenderungan gejala umum yang menggambarkan cara berkomunikasi yang terjadi dalam suatu kelompok tertentu. Pola komunikasi juga diartikan sebagai suatu cara masyarakat atau komunitas dalam melakukan komunikasi untuk mempertahankan komunitasnya yang berupa pertemuan rutin, komunikasi rutin dan hubungan timbal balik antara satu dengan yang lainnya (Suranto, 2011:16).

Menurut effendi, 1989:32 Pola Komunikasi terdiri atas 3 macam yaitu :

1. Pola Komunikasi satu arah adalah proses penyampaian pesan dari Komunikator kepada Komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari Komunikan dalam hal ini Komunikan bertindak sebagai pendengar saja.

2. Pola Komunikasi dua arah atau timbale balik (*Two way traffic aommunication*) yaitu Komunikator dan Komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, Komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan tertentu melalui proses Komunikasi tersebut, Prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung.

3. Pola Komunikasi multi arah yaitu Proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak di mana Komunikator dan Komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis.

## **2.3. Komunikasi AntarBudaya**

### **2.3.1. Pengertian Komunikasi AntarBudaya**

Komunikasi antar budaya merupakan salah satu bidang kajian dalam ilmu komunikasi. Komunikasi antar budaya sebagai objek formal yang telah dijadikan bidang kajian sebuah ilmu tentu mempunyai teori. Teori-teori tersebut mempunyai daya guna untuk membahas masalah-masalah kemanusiaan antarbudaya yang secara khusus menggeneralisasi konsep komunikasi diantara komunikator dengan

komunikasikan yang berbeda kebudayaan dan membahas pengaruh kebudayaan terhadap kegiatan komunikasi.

Adapun menurut Tubbs dan Moss dalam (Sihabudin 2013 : 13) komunikasi antarbudaya merupakan komunikasi antar orang-orang yang berbeda budaya (baik dalam arti ras, etnik ataupun perbedaan sosial ekonomi).

Sedangkan Young Yung Kim menyatakan bahwa Komunikasi antar budaya menunjuk pada suatu fenomena komunikasi di mana pesertanya masing-masing memiliki latar belakang budaya yang berbeda terlibat dalam suatu kontak antara satu dengan yang lainnya, baik secara langsung atau tidak langsung.

Guo-Ming Chen dan William J. Sartosa mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya adalah proses negosiasi atau pertukaran sistem simbolik yang membimbing perilaku manusia dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok. Selanjutnya komunikasi antarbudaya itu dilakukan:

a. Dengan negosiasi untuk melibatkan manusia di dalam pertemuan antarbudaya yang membahas satu tema (penyampaian tema melalui simbol) yang sedang dipertentangkan. Simbol tidak sendirinya mempunyai makna tetapi dia dapat berarti ke dalam satu konteks dan makna-makna itu dinegosiasikan atau diperjuangkan.

b. Melalui pertukaran sistem simbol yang tergantung dari persetujuan antarsubjek yang terlibat dalam komunikasi, sebuah keputusan dibuat untuk berpartisipasi dalam proses pemberian makna yang sama.

c. Sebagai pembimbing perilaku budaya yang tidak terprogram namun bermanfaat karena mempunyai pengaruh terhadap perilaku kita.

d. Menunjukkan fungsi sebuah kelompok sehingga kita dapat membedakan diri dari kelompok lain dan mengidentifikasinya dengan pelbagai cara.

e. Mengacu pada proses dengan mana kultur (budaya) ditransmisikan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kita mempelajari kultur, bukan mewarisinya. Kultur ditransmisikan melalui proses belajar, bukan melalui gen. Orang tua, kelompok, teman, sekolah, lembaga keagamaan, dan lembaga pemerintahan merupakan guru-guru utama dibidang kultur. Enkulturasi terjadi melalui mereka.

Dari beberapa pengertian komunikasi antarbudaya di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antarbudaya merupakan interaksi antar pribadi dan komunikasi yang dilakukan oleh beberapa orang yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda. Akibatnya interaksi dan komunikasi yang seang dilakukan itu membutuhkan tingkat keamanan dan sopan santun tertentu, serta peramalan tentang sebuah atau lebih aspek tertentu terhadap lawan bicara.

### **2.3.2. Proses Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi tidak bisa dipandang sekedar sebagai sebuah kegiatan yang menghubungkan manusia dalam keadaan pasif, tetapi komunikasi harus dipandang sebagai proses yang menghubungkan manusia melalui sekumpulan tindakan yang terus menerus diperbaharui. Jadi komunikasi itu selalu terjadi antara sekurang-kurangnya dua orang peserta komunikasi atau mungkin lebih banyak dari itu (kelompok, organisasi, publik dan massa) yang melibatkan pertukaran tanda-tanda melalui; suara, seperti telepon atau radio; kata-kata, seperti pada halaman buku dan surat kabar tecetak; atau suara dan kata-kata, yaitu melalui televisi.

Komunikasi sebagai proses (itulah salah satu karakteristik komunikasi) karena komunikasi itu dinamik, selalu berlangsung dan sering berubah-ubah. Sebuah proses terdiri dari beberapa sekuen yang dapat dibedakan namun tidak dapat dipisahkan. Semua sekuen berkaitan satu sama lain meskipun dia selalu berubah-ubah. Jadi pada hakikatnya proses komunikasi antarbudaya sama dengan proses komunikasi lain, yakni suatu proses yang interaktif dan transaksional serta dinamis.

### **2.3.3. Hambatan Komunikasi Antarbudaya**

Proses komunikasi antarbudaya tidak akan berjalan mulus karena terdapat menjadi pemicu munculnya konflik antarbudaya. Chaney dan Martin seperti dikutip oleh Sanjaya (2013) mengungkapkan bahwa hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menjadi penghalang untuk terjadinya komunikasi yang efektif karena adanya perbedaan budaya antara komunikator dan komunikan.

Gangguan dalam komunikasi antarbudaya adalah segala sesuatu yang menjadi penghambat laju pesan yang ditukar antara komunikator dengan komunikan, atau paling fatal adalah mengurangi makna pesan antarbudaya. Gangguan menghambat komunikan menerima pesan dan sumber pesan . gangguan (*noise*) dikatakan ada dalam satu sistem komunikasi bila dalam membuat pesan yang disampaikan berbeda dengan pesan yang diterima. Gangguan itu dapat bersumber dari unsur-unsur komunikasi, misalnya komunikator , komunikan, pesan, media/saluran yang mengurangi usaha bersama untuk memberikan makna yang sama atas pesan.

Komunikasi antarbudaya juga sebagai interaksi dari komunikator dan komunikan yang berbeda budaya tentunya terdapat beberapa hambatan karena

perbedaan yang ada diantara keduanya. Chaney & Martin (Lubis,2012 : 6-9) memberikan sembilan jenis hambatan dalam komunikasi antarbudaya. Hambatan-hambatan tersebut adalah:

1. Fisik (*Physical*)

Hambatan komunikasi semacam ini berasal dari hambatan waktu, lingkungan, kebutuhan diri, dan juga media fisik.

2. Budaya (*Cultural*)

Hambatan ini berasal dari etnik yang berbeda, agama, dan juga perbedaan sosial yang ada antara budaya yang satu dengan yang lainnya.

3. Persepsi (*Perceptual*)

Jenis hambatan ini muncul dikarenakan setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda mengenai suatu hal. Sehingga untuk mengartikan sesuatu setiap budaya akan mempunyai pemikiran yang berbeda-beda.

4. Motivasi (*Motivational*)

Hambatan semacam ini berkaitan dengan tingkat motivasi dari pendengar, maksudnya adalah apakah pendengar yang menerima pesan ingin menerima pesan tersebut atau apakah pendengar tersebut sedang malas dan tidak punya motivasi sehingga dapat menjadi hambatan komunikasi.

5. Pengalaman (*Experiential*)

Experiential adalah jenis hambatan yang terjadi karena setiap individu tidak memiliki pengalaman hidup yang sama sehingga setiap individu mempunyai persepsi dan juga konsep yang berbeda-beda dalam melihat sesuatu.

#### 6. Emosi (*Emotional*)

Hal ini berkaitan dengan emosi atau perasaan pribadi dari pendengar. Apabila emosi pendengar sedang buruk maka hambatan komunikasi yang terjadi akan semakin besar dan sulit untuk dilalui.

#### 7. Bahasa (*Linguistic*)

Hambatan komunikasi yang berikut ini terjadi apabila pengirim pesan (sender) dan penerima pesan (receiver) menggunakan bahasa yang berbeda atau penggunaan kata-kata yang tidak dimengerti oleh penerima pesan.

#### 8. Nonverbal

Hambatan nonverbal adalah hambatan komunikasi yang tidak berbentuk kata-kata tetapi dapat menjadi hambatan komunikasi. Contohnya adalah wajah marah yang dibuat oleh penerima pesan (receiver) ketika pengirim pesan (sender) melakukan komunikasi. Wajah marah yang dibuat tersebut dapat menjadi penghambat komunikasi karena mungkin saja pengirim pesan akan merasa tidak maksimal atau takut untuk mengirimkan pesan kepada penerima pesan.

#### 9. Kompetisi (*Competition*)

Hambatan semacam ini muncul apabila penerima pesan sedang melakukan kegiatan lain sambil mendengarkan. Contohnya adalah menerima telepon selular sambil menyetir, karena melakukan 2 (dua) kegiatan sekaligus maka penerima pesan tidak akan mendengarkan pesan yang disampaikan melalui telepon selularnya secara maksimal.

### **2.3.4. Hubungan Komunikasi Dengan Budaya**

Manusia adalah makhluk sosial. Ia dapat hidup, berkembang dan berperan ketika berhubungan dan bekerja sama dengan manusia lain. Salah satu cara agar dapat berhubungan dan bekerja sama adalah dengan komunikasi. Dengan komunikasi, seseorang dapat menyampaikan informasi, ide pemikiran, pengetahuan serta konsep kepada orang lain secara timbal balik. Dengan komunikasi, manusia dapat diakui sebagai anggota masyarakat. Komunikasi sendiri bukanlah sesuatu yang hampa. Komunikasi terjadi karena dikelilingi oleh banyak hal. Menurut Gudykunst dan Kim dalam Dedy Mulyana (2016:170) disebutkan, tentang empat hal yang mempengaruhi kita dalam berkomunikasi, yaitu : budaya, sosio budaya, psiko budaya dan lingkungan. Budaya sangat berkaitan erat dengan komunikasi. Sebagaimana dikatakan Edward T Hall bahwa budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Budaya sangat menentukan bagaimana cara kita berkomunikasi dengan orang lain, baik dengan orang yang berbudaya sama maupun dengan orang budayanya berbeda, Oleh karena itu, dengan pemahaman terhadap orang yang berbeda budaya maka komunikasi lebih efektif sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai.

Menurut Mulyana, dalam Nia Kurniati Syam dijelaskan bahwa untuk mencapai komunikasi yang efektif, khususnya dengan orang berbeda budaya yang harus kita lakukan adalah:

1. Kita harus selalu menunda penilaian kita atas pandangan dan perilaku orang lain, karena penilaian kita tersebut seringkali bersifat subjektif, dalam pengertian berdasarkan persepsi kita sendiri yang tentunya sudah dipengaruhi oleh

budaya kita atau dengan kata lain jangan biarkan stereotip menjebak dan menyesatkan kita ketika kita berkomunikasi dengan yang lain;

2. Kita harus berempati dengan mitra komunikasi kita, berusaha menempatkan diri kita pada posisinya. Menggunakan sapaan sesuai dengan budayanya;

3. Kita dituntut untuk selalu tertarik kepada orang lain sebagai individu yang unik, bukan sebagai anggota dari suatu kategori rasial, suku, agama atau sosial tertentu;

4. Kita harus menguasai setidaknya bahasa verbal dan nonverbal dan sistem nilai yang mereka anut. (Nia Kurniati,2017:109-127)

#### **2.4. Etnis Tionghoa**

Berbicara mengenai etnis Tionghoa di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari sejarah panjang relasi antara etnis Tionghoa dengan suku-suku di Nusantara berabad-abad silam. Bukti-bukti sejarah dari jaman dinasti Tang (618-906 M) dan dinasti Sung (960- 1279 M) mengungkap telah adanya hubungan bilateral antara Tiongkok dengan kerajaan-kerajaan kuno di Nusantara sejak abad ke-5 (Rahardjo, 2011). Pasca perubahan politik dalam negeri Tiongkok pada abad ke-12, ribuan orang Tionghoa yang bermigrasi keluar Tiongkok tiba di pantai-pantai Nusantara, kemudian menetap dan berinteraksi dengan penduduk asli. Mereka tersebar dari Sumatra, Jawa, Kalimantan, Sulawesi hingga pelbagai wilayah lain sepanjang Nusantara (Dawis, 2010)

Salah satu etnis di Indonesia yaitu etnis Tionghoa. Berkaitan dengan etnis Tionghoa di Indonesia banyak sekali terdapat persoalan, salah satunya adalah

persoalan mengenai “ketionghoan” sebagai jati diri yang dianggap bermasalah. Etnis Tionghoa merupakan kaum minoritas dibandingkan dengan etnis lokal yang berada di Indonesia. Akibatnya, etnis Tionghoa seringkali mengalami diskriminasi dari etnis lokal atau pribumi. Pribumi yang secara harfiah dapat diartikan sebagai putra daerah. Istilah ini mencerminkan semangat nasionalis bangsa Indonesia yang menekankan rasa bangga terhadap tanah air mereka (Dawis, 2010: 15). Dalam sejarah bahwa konflik antara etnis Tionghoa dan pribumi sudah terjadi sejak jaman penjajahan Belanda. Menurut Coppel dalam (Dawis, 2010: 23) pada jaman penjajahan, bangsa Belanda membangun kekaisaran Hindia Baru berdasarkan “*devide et impera*” yang melahirkan sistem ras tripartit. Berdasarkan sistem ini, bangsa Eropa ditempatkan di jenjang sosial paling atas, sedangkan orang asing dari Asia (orang Tionghoa) dan penduduk asli (pribumi Indonesia) 2 ditempatkan pada urutan dibawahnya. Sistem ini dirancang untuk memisahkan orang Tionghoa dari penduduk pribumi, dan mengadu domba kedua kelompok ini. Dari hal tersebut timbullah kebencian dari pihak pribumi kepada etnis Tionghoa kala itu karena etnis Tionghoa diberi hak khusus dan diangkat sebagai “perantara” dan pemungut pajak untuk Belanda (Dawis, 2010: 23)

Konflik ini berlanjut hingga ke jaman Orde Baru yang dipimpin oleh Soeharto. Pada tahun 1965 Soeharto mulai berkuasa yaitu sesudah upaya kudeta yang digagalkan (yang dikenal dengan sebutan gerakan 30 September atau G30S atau gestapu). Di masa sesudah kudeta tersebut digagalkan, terjadilah kerusuhan anti-Tionghoa di kota-kota besar di Indonesia. Menurut Coppel (1983) Kerusuhan ini ditujukan kepada Tiongkok dan kepada penganut aliran komunis. Proses

penghancuran juga didasari kepemimpinan Soeharto yang menentang komunisme, yang telah didukung oleh Soekarno (Dawis, 2010: 27).

## **2.5. Masyarakat Pribumi**

Masyarakat pribumi adalah masyarakat yang menetap lama di suatu tempat dimana tempat itu merupakan tempat asli mereka hidup sejak jaman nenek moyang. Setiap orang yang lahir di suatu tempat, wilayah atau negara, dan menetap disana dan bukan merupakan pendatang dari negara lain disebut orang pribumi. Menurut La Ode (2013, 19-20) Rakyat pribumi asli merupakan golongan suku bangsa yang mula-mula mendiami daratan yang ada di Indonesia, terkhususnya Kalimantan. Pada umumnya, mereka itu terdiri dari penganut agama nenek moyang atau animisme dan suku bangsa Melayu yang muslim. Selain rakyat pribumi, ada juga disebut sebagai pendatang pribumi Nusantara yang merupakan suku bangsa yang berasal dari berbagai pulau di nusantara, antara lain suku bangsa Jawa, Sumatera, Sulawesi, Bali, Madura, NTT, NTB, Maluku, Irian Jaya, dan lain-lain yang pada saat itu menetap di zaman kerajaan yaitu Kerajaan Melayu, dimana suku ini menghuni bagian timur Sumatra pada saat ini.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

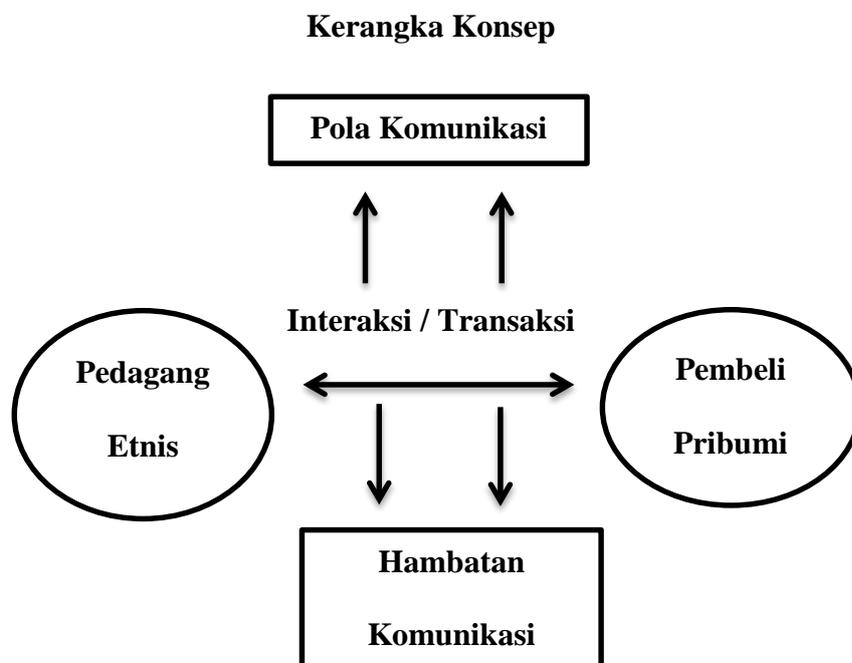
#### 3.1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Mucktar (2013:10) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu.

#### 3.2. Kerangka Konsep

Menurut Hidayat (2014) kerangka teori adalah rangkuman dari penjabaran teori yang sudah diuraikan sebelumnya dalam bentuk naratif, untuk memberikan batasan tentang teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan.

**Tabel 3.1**



#### 3.3. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep. Untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian maka penulis menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut :

a. Pola Komunikasi adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari satu orang atau lembaga pada suatu orang atau kelompok lainnya baik secara langsung (*face to face*) atau melalui media seperti, surat kabar, majalah, radio dan televise.

b. Pedagang etnis Tionghoa adalah salah satu kelompok non-pribumi yang berasal dari Tiongkok (*China*) yang bermigrasi ke Indonesia

c. Hambatan komunikasi adalah segala sesuatu yang menjadi penghalang untuk terjadinya komunikasi yang efektif karena adanya perbedaan budaya antara komunikator dan komunikan.

d. Pembeli Pribumi adalah masyarakat yang menetap lama di suatu tempat dimana tempat itu merupakan tempat asli mereka hidup sejak jaman nenek moyang.

### **3.4. Kategorisasi**

Berdasarkan kerangka konsep yang telah diuraikan, maka ketegorisasi yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2**

#### **Kategorisasi Penelitian**

--	--	--

No	Konsep Teoritis	Indikator
1	Pola Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pola Komunikasi satu arah</li> <li>2. Pola komunikasi dua arah atau timbal balik</li> <li>3. Pola komunikasi multi arah</li> </ol>
2	Hambatan Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fisik (Physical)</li> <li>2. Budaya (Cultural)</li> <li>3. Persepsi (Perceptual)</li> <li>4. Motivasi (Motivational)</li> <li>5. Pengalaman (Experiential)</li> <li>6. Emosi (Emotional)</li> <li>7. Bahasa (Linguistic)</li> <li>8. Nonverbal</li> <li>9. Kompetisi (Competition)</li> </ol>

### 3.5 Informan dan Narasumber

Menurut Andi Prastowo (2010:147) informan adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara. Informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. Dalam konteks ini, informan pada penelitian ini yaitu : Pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi di Kecamatan Tanjung pura Kabupaten Langkat.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### **3.6.1. Wawancara Mendalam**

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. (Sugiyono, 2016)

Seseorang peneliti tidak melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun dengan mendetail dengan alternative jawaban yang telah dibuat sebelum melakukan wawancara berikutnya. (Afrizal, 2014)

#### **3.6.2. Observasi**

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. (Gunawan, 2013)

#### **3.6.3. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah peneliti. Dokumen ini bisa berupa hasil penelitian, foto-foto atau gambar, buku harian, undang-undang, hasil karya seseorang dan sebagainya. Dapat pula hanya menjadi data penunjang dalam mengeksplorasikan masalah penelitian. (Martono,2016)

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Dalam melakukan penelitian ini, maka perlu diketahui teknik-teknik apa saja yang dilakukan untuk menganalisis data agar terhindar dari kekeliruan. Adapun teknik analisis data yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Melakukan reduksi data. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Dalam hal ini, mereduksi artinya adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian data (Data Display). Dalam melakukan penyajian data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat grafik, matriks, networks (jaringan), dan chart (grafik).

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang kredibilitas.

### **3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Tanjung Pura, Pekan Tanjung Pura, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini direncanakan mulai pada bulan Juni 2020 sampai dengan selesai.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Hasil Penelitian**

Pengumpulan data yang diambil peneliti adalah melakukan wawancara dengan proses tanya jawab secara langsung atau tatap muka pertemuan satu pewawancara dengan satu responden. Untuk proses wawancara tersebut, peneliti membuat 11 pertanyaan untuk 4 narasumber dari Penjual Etnis Tionghoa dan 8 pertanyaan untuk 2 narasumber tambahan dari Pembeli Pribumi. Selain wawancara penulis juga memakai metode observasi dan metode dokumentasi dalam melakukan penelitian guna membantu penulis untuk mendapatkan data yang efektif dalam penelitian.

Wawancara dilaksanakan pada 29 Juni 2020 di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. Wawancara dilakukan untuk memperoleh jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh data-data yang mendukung dalam penelitian ini. Data-data tersebut berupa pernyataan dari narasumber mengenai permasalahan skripsi yang digunakan untuk menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sebagai data yang dipergunakan dalam analisis penelitian pada bab ini.

Berikut adalah data dari hasil wawancara dari informan :

#### **Informan I**

Nama : Lie Aisiang

Jenis Kelamin : Perempuan

Pukul : 11:35 WIB

Tanggal : 29 Juni 2020

Tempat : Kedai Kopi Restu (Jalan Sudirman No.113, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat)

### **A. Intepretasi Data**

Berdasarkan pengamatan yang diamati oleh peneliti, Informan I yang telah berpuluh-puluh tahun berdagang mengetahui betul bagaimana menyenangkan pembelinya dan bagaimana cara yang tepat untuk menghadapi pembelinya. Kedai Kopi Restu ini sudah berdiri selama 80 tahun lebih sejak tahun 1934. Usahanya ini didirikan oleh bapak mertuanya. Informan I ini melanjutkan usaha bapak mertuanya setelah 3 tahun menikah dengan suaminya. Etnis Tionghoa biasanya membuka usaha yang bisa dilanjutkan secara turun temurun kepada generasi selanjutnya agar tidak susah untuk mendapatkan pekerjaan lagi, hanya melanjutkan usaha dari orangtua saja.

Menurut Informan I memiliki komunikasi yang bagus dengan pembeli adalah kunci utama dari berdagang. Informan I biasanya selalu memberi pengurangan harga sebelum ditawar oleh pelanggannya jika membeli dengan itungan banyak. Pembeli yang datangpun kebanyakan pembeli non etnis Tionghoa, dan menurut Informan I ia lebih senang berkomunikasi dengan pembeli non etnis Tionghoa

### **B. Analisis Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa**

#### **1. Pola Komunikasi**

##### **a. Satu Arah**

Pola komunikasi sudah pasti ada dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan jual-beli antara pedagang dan pembeli. Dalam pengiriman pesan

kepada pembeli, pedagang secara tidak langsung menggunakan pola komunikasi agar pembeli dapat memahami apa yang dimaksud oleh pedagang. Dalam hal ini, Informan I menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan dagangannya, karena dagangan yang dijualnya ialah makanan dan minuman. Hal ini juga disampaikan oleh informan :

*“ Ya, kalau saya sih prinsipnya kualitas pelayanan dari kami itu yang paling penting, kalau kualitas produk kita ok tapi kitanya sombong pasti orang gak mau belanja sama kita. Ya untuk memastikan pelanggan, saya juga berani menjamin lah sama pelanggan saya kalau kualitas dagangan saya juga baik. Dan saya juga menggunakan akun instagram untuk mempromosikan dagangan saya, jaman sekarangkan orang-orang itu banyak menggunakan media sosial. Jadi saya kira, itu bisa dimanfaatkan, nanti setiap pembeli saya suruh tag ke akun ig saya pribadi ataupun keakun ig kedai kopi saya, pastinya mereka akan memberikan komentar yang baik sesuai dengan apa mereka rasain”.*

#### **b. Dua arah**

Komunikasi tidak akan berhasil jika hanya pedagang saja yang berbicara. Pembeli juga pastinya akan mengutarakan pendapatnya ketika ingin membeli sesuatu yang diperdagangkan oleh si pedagang. Informan I ini memiliki sifat yang tenang sehingga pembeli juga ikut nyaman. Informan I juga akan memberikan penjelasan kepada pembeli apabila pembeli mulai bingung dengan harganya yang mahal menurut pembeli. Hal tersebut dapat dilihat dari skip berikut ini “

*“saya cuma menjelaskan kalau dibutuhkan saja, kalau enggak ya saya gak jelaskan juga. Kadangkan ada pembeli yang keberatan beli dengan size yang*

*besar, mungkin bagi pelanggan saya itu harganya kemahalan, jadi ya saya tawarkan saja dengan size yang lebih kecil dan perbedaan harganya. Jadi bisa memudahkan pelanggan juga, jadi pelanggan gak kecewa kita juga gak kecewa.”*

Selain itu, di Kedai Kopi Restu inipun tetap ada yang namanya tawar-menawar. Karena di Kedai Kopi Restu ini jualan makanan dan minuman pembeli tidak menawarkan harga yang begitu turun dari harga yang diberi oleh penjualnya. Seperti yang diutarakan oleh Informan I ini :

*” tawar menawar pasti adaya. tawar menawar nya itu ya misalnya mereka sudah makan ditempat saya, atau belanja ditempat saya, kemudian setelah dihitung mereka harus bayar Rp 77.000, kadang pembeli ada yang ngomong “digenapi aja ya ci, jadi Rp 75.000” bahkan ada juga yang minta jadi Rp 70.000 haha ya namanya orang nawar ya gak masalah ya. Selagi kita gak rugi biasanya tetap saya kasih biar jadi pelanggan terus.”*

### **c. Multi Arah**

Informan I juga mengatakan bahwa sampai saat ini belum ada kelompok pedagang etnis Tionghoa yang membahas tentang pasar. Menurut Informan I bahwasannya pedagang-pedagang etnis tionghoa tidak memiliki waktu yang banyak untuk berkumpul. Seperti yang dikatakan oleh Informan I sebagai berikut :

*“Sampai sejauh ini ya saya rasa belum ada. Karena saya sendiri juga merasa tidak sempat untuk berkumpul-kumpul. Waktu saya habis untuk berdagang. Karena saya buka dari jam 11:00 – 23:00. Dan saya rasa juga pedagang lain mengalami hal yang sama seperti saya”*

### **C. Hambatan Komunikasi antara pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi**

Menurut Informan I selama berdagang, sejauh ini Informan I belum merasakan ada kesulitan dalam berkomunikasi dengan not etnis Tionghoa, bahkan Informan I merasa lebih nyaman dengan pembeli non etnis Tionghoa. Tetapi, Informan I sesekali pernah merasakan kesulitan berkomunikasi dengan pembeli non etnis Tionghoa. Informan I merasakan perbedaan persepsi antara penjual etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi. Seperti yang dikatakan oleh Informan I adalah:

*“Sampai sejauh ini saya belum merasa ada kesulitan yang terlalu kali dalam berkomunikasi dengan pembeli non etnis tionghoa malah saya merasa lebih nyaman kalau berkomunikasi dengan pembeli non etnis Tionghoa. Tapi pernahlah sesekali saya berbeda pendapat dengan pembeli non etnis Tionghoa. Saat mereka bingung mau membeli salah satu diantara roti atau bolu saya, jadi saya kasih tau kalau roti ini lebih enak dan lebih banyak peminatnya. Tapi pembeli merasa itu gak terlalu enak. tapi ya itu karena bukan masalah yang besar, Cuma hanya perbedaan pendapat aja jadi itu gak terlalu masalah bagi saya”.*

Terkadang pun bahasa menjadi hambatan berkomunikasi antara orang-orang yang memiliki latarbelakang kebudayaan yang berbeda. Dalam hal ini, peneliti menemukan bahwa bahasa bukan hambatan bagi Informan I. Berikut tuturan informan :

*“selama berkomunikasi saya menggunakan bahasa indonesialah, kalau ada pembeli yang menggunakan bahasa etnis tionghoa baru saya gunakan bahasa*

*etnis tionghoa juga jadi tergantung pembelinya juga mau menggunakan bahasa apa dulu”*

## **Informan II**

Nama : Lius

Jenis Kelamin : Perempuan

Pukul : 14:15 WIB

Tanggal : 29 Juni 2020

Tempat : Toko bahan bangunan, Setia Budi (Jalan Sudirman No.100,  
Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat)

### **A. Interpretasi Data**

Informan II adalah informan yang memiliki kepribadian yang gak kalah ramah dan terbuka dari informan sebelumnya. Informan II sangat merespon baik dan menjawab dengan tenang dari pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti. Toko bahan bangunan Setia Budia yang pemiliknya adalah Informan II sudah ada dari 40 Tahun lalu. Usaha ini adalah usaha dari Ibu dan Bapak mertuanya. Kata Informan II usaha ini adalah usaha yang memiliki tanggung jawab cukup banyak. Karena dari hasil toko bahan bangunan ini, dapat membiayai saudara yang ada di makasar. Meskipun di makasar juga sudah buka toko yang sama juga, tetapi di Toko Setia Budi inilah yang paling lama didirikan.

Berdagang bukanlah suatu hal yang mudah. Dulu awalnya toko bahan bangunan Informan II ini juga isinya masih sedikit. Seperti cat-cat rumah itu dulu masih sedikit sekali dan untuk warnapun hanya beberapa saja yang ada. Di toko Informan II ini kebanyakan pembelinya yang bekerja sebagai borongan bangunan jadi

otomatis Informan II ini memberikan produk yang terbaik. Seperti memilih cat rumah, Informan II memberikan cat yang memiliki ketahanan yang lumayan cukup lama. Dan menurut Informan II bahwasannya pembeli di toko bahan bangunan Setia Budi ini kebanyakan orang non etnis Tionghoa.

## **B. Analisis Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa**

### **1. Pola Komunikasi**

#### **a. Satu Arah**

Pedagang tidak akan terlepas dari pola komunikasi pada saat ingin menyampaikan pesan kepada pembeli. Bagi Informan II untuk mendapatkan pelanggan kita harus mempunyai komunikasi yang baik dengan pembeli, sehingga pembeli bisa merasakan kenyamanan saat bertransaksi jual-beli dengan kita. Sampai saat ini Informan II tidak menggunakan media apapun untuk mempromosikan dagangannya. Bagi Informan II kalau pembeli melihat toko kita ramai dan penuh pasti pembeli akan datang dengan sendirinya. Ia mengatakan :

*“untuk mendapatkan pelanggan, yang paling utama saya lakukan adalah berkomunikasi dengan baik terhadap pembeli, sehingga pembeli merasa dihargai sebagai pembeli. Selain itu untuk mempromosikan dagangan saya tidak menggunakan media apapun, karena bagi saya apabila toko terlihat ramai dan penuh maka semakin banyak yang tertarik untuk masuk kedalam toko saya. Untuk mendapatkan pembeli banyak masuk ke toko saya caranya dengan memberikan harga yang terjangkau dan barang-barang yang dijual juga lengkap. Maka dari itu, itu dapat memancing untuk mendapatkan pelanggan. Dari mulut ke mulut pelanggan, dan toko saya rame sampai saat ini”.*

## **b. Dua Arah**

Menurut Informan II, pada saat berdagang sering kali pembeli meminta saran atau meminta pendapat penjual terhadap produk yang ingin dibelinya. Otomatis Informan II membantu pembeli untuk memilihkan produk terbaik untuk pembelinya. Seperti yang dikatakan Informan II ialah :

*“Saya selalu memberikan penjelasan terhadap pembeli saya. Misalnya seperti pembeli ingin membeli cat rumah, kemudian saya tanya mau yang bagus atau yang biasa saja? Kemudian pembeli menanyakan kembali tentang kualitas produk dengan harga yang saya katakan sebelumnya, dan saya juga menjelaskan perbedaannya. Kemudian, pembeli minta pendapat saya warna apa yang cocok untuk rumahnya. Kemudian saya katakan, kalau menurut saya, apabila rumahnya tidak terlalu luas, lebih baik menggunakan warna putih saja didalamnya agar rumahnya terlihat lebih luas. Seperti itu, jadi saya membantu pembeli untuk memilih sesuai kebutuhannya.”*

Informan II juga mengatakan bahwasannya pembeli masih sering menawarkan harga yang sudah dikasi oleh Informan II, padahal harga yang sudah dikasi Informan II adalah harga yang sudah dikurangi dari harga biasanya. Informan II mengatakan :

*“Tawar menawar ya ada dong, ya misalnya saya jual barang dengan harga Rp 15.000 karena saya lihat dia sering belanja dan selalu banyak saya kasih harga Rp 13.000 saja, tapi pembeli minta dikurangi lagi jadi Rp 10.000 saja, ya seperti itulah intinya itu tawar menawar yang minta harga dimurahkan. Biasanya kalau*

*masi untung walaupun dikit biasanya tetap saya kasih tapi kalau saya rugi ya gak saya kasih hehe.”*

### **c. Multi Arah**

Menurut Informan II selama 40 tahun berdagang, pedagang etnis Tionghoa belum pernah membuat kelompok untuk khusus membahas tentang pasar. Karena Informan II menganggap bahwasannya setiap pedagang tidak punya waktu untuk berkumpul dan lagi pula yang didagangkan oleh Pedagang etnis Tionghoa bermacam-macam, seperti yang dikatakan Informan II ialah :

*“kalau saya sendiri sih gak ada, soalnya tutup toko aja udah sore, besok pagi udah buka lagi. Gitu aja tiap hari. Paling cuman hari minggu itupun dipakai untuk istirahat sama keluarga. Dan saya rasapun pedagang lain juga gak punya waktu sih untuk ngumpul bahas tentang pasar. Lagian kan yang dijual juga bermacam-macam. Seperti saya kan bahan bangunan, didepan makanan, baju, sebelah ada jual roti, jajanan. Beda-beda juga jadi bingung juga mau bahasnya gimana. Mungkin kalau yang dijual semua satu macam mungkin masih bisa”*

### **C. Hambatan Komunikasi antara pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi**

Didalam transaksi jual beli pasti ada yang mengalami hambatan. Namun, setiap pedagang akan mengalami hambatan yang berbeda-beda. Namun disini, Informan II merasakan ada hambatan kecil yang terjadi saat berkomunikasi dengan pembeli yaitu hambatan Bahasa. seperti yang diungkapkan oleh Informan II :

*“ Ya gimana ya, paling ya hambatannya itu saat berkomunikasi sama pembeli yang sudah tua, misalnya seperti orangtua gitu. Karena saya sesekali mau*

*kurang paham sama penyampaian mereka. Mungkin ya kosakata mereka masih sedikit, kan mereka bisa aja dulu pendidikannya Cuma sebentar jadi kosakata yang mereka tahu juga masih sedikit sekali. Gitu ajasih, tapi kalau sama anak-anak remaja gitu sih gak ada masalah ya lancar-lancar aja”.*

### **Informan III**

Nama : Acai

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pukul : 16:20 WIB

Tanggal : 29 Juni 2020

Tempat : Toko Surabaya (Jalan Sudirman, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat)

#### **A. Intepretasi Data**

Informan III merupakan informan yang memiliki sifat tertutup terhadap peneliti, sehingga peneliti harus terus menggali lebih dalam bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh Informan III. Informan III merupakan toko kelontong yang berdiri sudah setengah abad atau 50 tahun. Sama seperti informan sebelumnya, usaha Informan III ini adalah usaha turun temurun dari orangtuanya.

Toko Informan III ini terlihat sangat bersih, semua barang-barang tersusun dengan sangat rapi. Informan III tidak memiliki anggota, Informan III hanya berjualan sendiri. Meskipun banyak sekali toko kelontong di Kecamatan Tanjung Pura, tetapi Informan III tetap percaya diri bahwa setiap harinya pasti ada saja yang ingin masuk ke dalam Tokonya walaupun setelah nanyak harga tidak jadi membeli.

#### **B. Analisis Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa**

## **1. Pola Komunikasi**

### **a. Satu Arah**

Lain dari informan sebelumnya, Informan III menerapkan kebersihan di dalam Tokonya. Informan III selalu mengutamakan kebersihan tokonya. Karena menurut Informan III, Toko yang bersih dan tersusun rapi akan memberikan kenyamanan tersendiri bagi pembeli. Informan mengatakan :

*“Saya sendiri itu mengutamakan kebersihan toko. Karena dari dulu sebelum saya, orangtua saya menerapkan kebersihan didalam toko. Karena menurut orangtua saya, kebersihan didalam toko itu dapat membuat kenyamanan saat transaksi jual-beli dengan pembeli. Maka dari itu, cara itu saya gunakan sampai saat ini.”*

Karena disebelah toko Informan III adalah toko grosir kelontong juga, maka toko Informan III dapat terlihat jauh lebih menarik dan nyaman untuk dimasukin. Dari jauh pun toko Informan III terlihat seperti rumah yang bersih.

### **b. Dua Arah**

Pola komunikasi dua arah adalah dimana pemberi dan penerima pesan sama-sama aktif dalam menyampaikan pesan, dan adanya timbal balik diantara keduanya. Di toko Informan III inipun tak luput dari tawar-menawar. Padahal Informan III sudah memberikan harga yang pas untuk pembelinya.

*“Tawar-menawar itu ada. Seperti minta harga yang lebih murah lagi dari harga yang saya kasi sebelumnya. Misalnya saya jual beras dengan harga Rp 102.000 tapi ada yang tawar dengan saya jadi Rp 100.000 saja. Tapi saya tetap menolak*

*pelan-pelan bahwasannya harga ditoko saya ini sudah harga pas dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.”*

Selain tawar menawar pedagang juga harus menguasai barang dagangannya. Maka dari itu, pedagang harus memiliki skill untuk menjelaskan kepada pembelinya agar tidak ragu untuk membeli barang dagangannya. Informan mengungkapkan :

*”Pasti ada juga saya jelaskan. Kan ada tuh pelanggan yang nawar minta harganya lebih murah. Jadi saya jelaskan, dengan harga yang pelanggan minta itu ada barang yang lain. Saya tunjukkan contoh barangnya. Tapi biasanya mereka tetap gak mau, dan tetap minta tawar. Saya sih sengaja ya kalau bikin harga pas itu karena untungnya dikit. Jadi biar lebih enak aja belanjanya tapi tetap aja ya harus ditawar lagi.”*

### **c. Multi Arah**

Pola komunikasi multiarah ialah proses komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana Komunikator dan Komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Tetapi menurut Informan III tidak ada kumpulan-kumpulan khusus pedagang etnis Tionghoa untuk membahas pasar.

*”Sepertinya gak ada, saya sendiri juga gak ada. Saya aja jualannya sendirian, siap jualan udah capek. Ya istirahat ajalah dirumah.”*

### **C. Hambatan Komunikasi antara pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi**

Hambatan komunikasi ialah segala sesuatu yang menjadi penghalang untuk terjadinya komunikasi yang efektif. Hambatan komunikasi juga pasti akan

dirasakan oleh setiap pedagang saat berkomunikasi dengan pembelinya. Dan menurut Informan III selama berdagang Informan III tidak pernah mengalami kesulitan yang besar. Namun, sering kali beberapa pelanggan non etnis Tionghoa yang datang ke Informan III sering membandingkan harga dengan toko yang lain. Tetapi Informan III menanggapi dengan cukup tenang dan menjelaskan sebisa mungkin kepada pembeli.

Hambatan kecil tersebut merupakan pengalaman. Pembeli non etnis Tionghoa tersebut sudah pernah membeli barang yang sama di toko lain. Namun menurut pembeli harganya lebih murah dibandingkan harga yang dikasi oleh Informan III. Seperti yang diutarakan informan :

*“kalau kesulitannya itu sih gak ada, walaupun ada itu hambatan kecil dan sudah biasa terjadi didunia perdagangan. Misalnya ada pembeli non etnis Tionghoa datang ke toko saya mau membeli beras 10kg dengan merek Regar, saya menjual dengan harga Rp 107.000 tetapi menurut pembeli saya menjual dengan harga yang terlalu mahal. Kemudia dia membandingkan dengan harga di toko sebelah. Pembeli mengatakan bahwasannya di toko sebelah harganya Rp 100.000 . saya mencoba tetap tenang untuk menghadapi si pembeli sambil menjelaskan bahwa di Toko saya ini harganya sudah paling murah dan kualitasnya juga terjamin. Sehingga pembeli tidak ragu untuk membeli produk saya. Terkadang juga sudah mengatakan seperti itu pembeli tidak jadi belanja dengan saya. Itu saja sih, tapi itu sesekali saja terjadi ga terlalu sering.”*

Bahasa adalah hal umum yang terkadang menghambat jalannya komunikasi antara dua orang yang memiliki budaya yang berbeda-beda. Ada beberapa bahasa

yang memiliki kata yang sama namun makna yang berbeda sehingga komunikasinya menjadi tidak seimbang. Informan mengungkapkan :

“Bahasa yang saya gunakan ya bahasa Indonesia adalah, bahasa Indonesia kan sudah bahasa nasional”

#### **Informan IV**

Nama : Aho

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pukul : 17:05 WIB

Tanggal : 29 Juni 2020

Tempat : Toko Abadi Jaya (Jalan Sudirman, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat)

#### **A. Interpretasi Data**

Informan IV merupakan informan yang sangat welcome terhadap peneliti ketika peneliti datang menjumpai Informan IV di Toko Grosir jajanan yang bernama Abadi Jaya. Toko Informan IV terletak disebelah Kedai Kopi Restu milik ci Aisiang. Berbeda dengan informan lain, usaha Ko Aho ini baru berjalan 6 Tahun dan ini adalah usaha Informan IV sendiri. Sebelumnya Informan IV memiliki toko grosir jajanan juga yang terletak di Kecamatan Tanjung pura, tidak terlalu jauh dari toko grosir jajanan Informan IV yang sekarang. Nama tokonya yang dulu ialah Abadi. Toko Abadi ialah toko keluarga Informan IV yang di ambil alih oleh saudara laki-lakinya Informan IV. Informan IV memilih untuk membuka usahanya sendiri.

Grosir jajanan milik Informan IV ini dibantu jaga oleh Ibunya dan beberapa anggotanya. Informan IV ini termasuk pedagang yang sangat ramah kepada semua

pelanggannya. Gak sama pelanggannya saja tapi juga sama anggotanya juga Informan IV ini termasuk orang yang ramah.

## **B. Analisis Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa**

### **1. Pola Komunikasi**

#### **a. Satu Arah**

berdasarkan pengamatan peneliti, Informan IV ini menggunakan media sosial untuk mempromosikan dagangannya. Karena peneliti melihat bahwasannya Informan IV ini selalu aktif menggenggam gadgetnya. Walaupun seperti itu Informan IV tetap ramah dan santai melayani pembeli yang ada didepannya.

*”Saya cari pelanggan memang gini, harus murah senyum juga. Kita jualan kalau gak senyum pelanggan males buat masuk ke toko kita. Jadi ya harus ramah dan murah senyum dong. Dan saat ini saya dibantu dengan media sosial facebook untuk mempromosikan dagangan saya. Karena saya lagi ingin membumihkan bolu jadul yang saya punya. Dari tagkan kawan-kawan atau pelanggan saya itu membuat saya dapat banyak pelanggan. Dan sampai sekarang ini banyak yang mondar-mandir mau beli bolu jadul saya”.*

#### **b. Dua Arah**

Pola komunikasi dua arah merupakan pola komunikasi aktif dimana pemberi dan penerima pesan yang sama-sama aktif dalam berkomunikasi. Menurut Informan IV komunikasi dua arah yang terjadi saat transaksi jual beli ialah tawar menawar. Seperti yang dikatakan oleh Informan IV ialah :

*“Tawar menawar? Oh pasti adalah. Bahkan sering kali terjadi. Karena kan toko saya grosir, harganya saya buat juga udah murah banget. Tapi tetap aja ada juga*

*yang nawar. Misalnya tuh mereka udah belanja, udah milih-milih, pas itungan dia tanya ini berapa Ilusin, jadi aku jawab misalnya Rp 18.000 tapi mereka bilang gak kurang lagi ko? Gak 15 aja kan ambil banyak? Terus saya jawab , say abilang gak bisa lagi la, soalnya kan sudah harga grosir, ambil sikit banyak harga tetap aja kok, harga bisa jaminlah paling murah. Saya tetap meyakinkan pembeli saya walaupun gak bisa tawar tapi harga tetap paling murah dimana-mana”.*

Selain tawar menawar, Informan IV juga melakukan penjelasan singkat tentang produk yang mereka jual. Informan mengatakan :

*”Saya kasi penjelasan sama yang nanyak-nanyak aja sama saya. Kan saya grosir, biasanya yang beli itu untuk jualan lagi. Kadang mereka ada nanya, apa bedanya ya ko ini sama yang ini? Kok lebih mahal ini. Atau juga ada yang nanya, ko ini harga nya samakan? Ya otomatis saya bantu jelaskan bedanya apa, kenaa harganya lebih mahal ini. Ya ada harga ada kualitaslah saya jamin.”*

### **c. Multiarah**

Komunikasi multiarah yaitu komunikasi yang tidak hanya terjadi antara Pedagang dan pembeli, tetapi juga bisa terjadi antara Pedagang dengan pedagang. Tapi menurut Informan IV tidak ada kumpulan yang sengaja untuk membahas tentang pasar.

*“Gak ada ya, saya sendiri sih gak ada. Gak sempat juga, soalnya dari pagi kemalam saya jualan. Jadi gak ada waktulah untuk ngumpul-ngumpul gitu”.*

### **C. Hambatan Komunikasi antara pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi**

Menurut Informan IV dalam transaksi jual beli itu pasti ada yang mengalami hambatan-hambatan tapi bagi Informan IV itu bukan hambatan yang besar. Ko Aho menjelaskan :

*”Hambatan itu ya pasti ada, Cuma ya gak terlalu besar dan masih bisa diatasi juga. Terkadang ada pembeli yang mengira-ngira bahwasannya ini rotinya terbuat dari tepung yang murah atau pakai sarigula. Padahal saya sendiri menggunakan tepung yang kualitasnya ditengah-tengah dan tidak memakai sarigula. Jadi pembeli mengatakan ke saya, bahwasannya bolu yang murah itu biasanya keras dan menggunakan sarigula. Saya jelaskan kembali kepada pembeli, silahkan beli satu saja, apabila bolunya keras dan memakai sarigula saya akan memulangkan uangnya kembali. Seperti itu, terkadang pembeli ini suka menerka-nerka tanpa tau kebenarannya.”*

Seperti yang dikatakan Informan IV diatas tadi, bahwasannya hambatan yang dialami Informan IV adalah pengalaman. Dimana pembeli tersebut sudah pernah mengalami membeli bolu dengan harga yang sama tetapi kualitas yang buruk. Tidak berbeda dengan pengalaman. Biasanya bahasa juga sering menjadi hambatan saat berkomunikasi dengan orang yang memiliki budaya yang berbeda.

*“Bahasa yang digunakan bahasa Indonesia, karena pelanggan saya sendiri kebanyakan pembeli non etnis Tionghoa. Jadi saya menggunakan bahasa Indonesia saja.”*

### **Informan Tambahan I**

Informan tambahan diperlukan untuk membandingkan dan mengecek kepercayaan informasi yang di peroleh peneliti dari keempat informan. Informan

tambahan merupakan hal yang diperlukan sebagai keabsahan data. Berikut merupakan profil informan tambahan :

Nama : Lihardo Damanik

Jenis Kelamin : Laki-laki

Suku : Batak

Pukul : 13:05 WIB

Tanggal : 29 Juni 2020

Tempat : Kedai Kopi Restu (Jalan Sudirman No.113, Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat)

#### **A. Intepretasi Data**

Informan Tambahan I merupakan pembeli non etnis Tionghoa yang pennulis temui di Kedai Kopi Restu milik Informan pertama peneliti. Informan Tambahan I saat itu sedang makan di Kedai Kopi Restu milik Informan I. Menurut Informan Tambahan I, ia sudah bertahun-tahun membeli kopi ataupun roti di Kedai Kopi Restu milik Informan I. Katanya, mungkin sudah 12 tahunan sering beli bolu ditempat Informan I. Menurut Informan Tambahan I, kedai kopi restu Informan I ini bersih, dan makanannya juga enak-enak sesuai dengan harga, tapi untuk harga dengan kualitas yang baik juga masi dikatakan terjangkau harganya. Dan yang terpenting Informan I ini sendiri selalu memberi pelayanan yang terbaik sama saya, maka dari Informan Tambahan I tertarik untuk sering beli roti di Kedai Kopi Restu miliki Informan I.

#### **B. Hambatan Komunikasi antara Pembeli Pribumi dengan Penjual Etni Tionghoa**

Menurut Informan Tambahan I, tidak ada hambatan yang terjadi saat berkomunikasi dengan penjual. Selama mereka berkomunikasi, Informan Tambahan I selalu diberikan pelayanan yang terbaik karena ramahnya Informan I ini terhadap pelanggannya. Informan mengatakan :

***”Sejauh ini ya gak ada hambatan ya, masih lancar-lancar aja. Karena kalau kita banyak ya pastinya dijawab juga sama cicinya, ada timbal baliknya lah. Jadi ya gak ada hambatan lah masih aman.”***

Informan Tambahan II juga mengatakan bahwa harga yang diberi oleh Informan I juga standart sesuai kualitasnya. Meskipun begitu masih ada juga sistem tawar menawar yang dilakukan oleh pelanggan. Berikut penjelasan dari informan :

***“untuk harga udah okelah, ya kalau ambil banyak misalnya untuk acara, bawak untuk pulang kampung. Kan itu banyak kan, coba aja ditawar an gapapa, ci Aisiang juga sebelum ditawar pasti udah ngurangi dari harga aslinya.”***

Biasanya bahasa adalah salah satu faktor yang mendukung seseorang dapat menyampaikan pesan nya secara efektif. Tapi terkadang bahasa juga bisa menjadi hambatan pada saat berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya. Informan Tambahan I biasanya menggunakan Bahasa Indonesia saat berkomunikasi dengan Informan I tetapi sesekali ia mau menggunakan bahasa etnis Tionghoa.

***”Selama ini ya aku pakai Bahasa ku sehari-hari ya, Bahasa Indonesia. Tapi kadang-kadang aku mau juga pakai bahasa etnis Tionghoa, kayak misalnya “Kui ce?” artinya itu Berapa? Ya seperti itulah tapi lebih sering gunain Bahasa Indonesia ya.”***

Informan Tambahan I tidak pernah belajar Bahasa etnis Tionghoa tetapi mereka mengetahuinya secara pendengaran saja. Beliau menjelaskan :

*”Sejak kapannya itu aku kurang tau juga. Karena aku juga belajarnya itu lewat pendengaran. Jadi, akukan pekerjaannya sehari-hari narik becak, jadi aku tuh sering juga bawak penumpang orang Etnis Tionghoa, jadikan selama perjalanan atau saat temeni mereka belanja sesama orang Etnis Tionghoa kan menggunakan Bahasa mereka jadi ya otomatis aku kayak sikit-sikit ngertilah jadi kadang-kadang aku juga tanya ke mereka, misalnya “Kamsia itu apa?” terus mereka jawab “Oh kamsia itu artinya terimakasih”. Seperti itulah kurang lebihnya ya.”*

Faktor-faktor budaya seperti kebiasaan, bahasa, dan agama terkadang dapat mempengaruhi pembeli untuk membeli dengan penjual tersebut. misalnya seperti penjualnya itu memiliki kebiasaan yang ramah. Hal ini bisa dilihat dari pernyataan informan :

*“Ya bisa dilihat dari kebiasaannya, penjual etnis Tionghoa ini ramah-ramah. Jadi saya tertarik untuk belanja dengan ci Aisiang ini.”*

### ***Informan Tambahan II***

Nama : Lili

Jenis Kelamin : Perempuan

Suku : Jawa

Pukul : 15:10 WIB

Tanggal : 29 Juni 2020

Tempat : Toko Bahan Bangunan , Setia Budi No 100, Kecamatan Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.

### **A. Intepretasi Data**

Informan Tambahan II adalah pembeli pribumi yang penulis temui sedang berbelanja di Toko Bahan Bangunan Setia Budi milik informan peneliti yang kedua. Informan Tambahan II mengaku sudah 3 tahunan belanja di Toko Bahan Bangunan Setia Budi milik Informan III. Bisa dikatakan sering juga belanja di tempat Informan III ini. Informan Tambahan II tertarik belanja di Toko Bahan Bangunan Informan III ini karena sifat Informan III yang sangat welcome. Informan Tambahan II juga mengatakan bahwasannya selain Informan III yang ramah sekali, toko nya juga harganya lebih murah dibandingkan dengan toko sebelah. Dan pelayanannya juga cepat, jadi gak bikin pembeli nunggu terlalu lama.

### **B. Hambatan Komunikasi antara Pembeli Pribumi dengan Penjual Etni Tionghoa**

Menurut Informan Tambahan II, tidak ada hambatan yang mengganggu komunikasi Informan Tambahan II dengan Informan III. Karena, selama terjalannya komunikasi saat bertransaksi jual beli Informan III selalu membantu Informan Tambahan II dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang Informan Tambahan II lontarkan.

*“gak ada hambatan ya, ya lancar-lancar aja. Kalau saya gak tau saya tanya aja sama cicinya, cicinya pasti bantu jawab kok. Jadi gak perlu bingung-bingung karena cicinya juga tau dan mana yang cocok sesuai kebutuhan kita.”*

Di toko Informan II harganya lebih murah dibandingkan toko-toko sebelah, dan menurut Informan Tambahan II di toko Informan II masih ada tawar menawar. Informan menjelaskan :

*“yang saya tau, di toko cici ini semua nya ada. Harga yang mahal ada, yang murah ada, atau yang harga standart juga ada. Tergantung kita maunya yang harga berapa, yang kualitasnya gimana. Nanti kalau memang udah ok sama barangnya kalau mau tawar menawar sama cici juga gapapa kok, biasanya kalau kita nawar dikit dikasi kok sama cicinya.”*

Bahasa yang digunakan Informan Tambahan II saat berkomunikasi dengan Informan II adalah Bahasa Indonesia. Menurut Informan Tambahan II Bahasa Indonesia adalah Bahasa yang mudah untuk dipakai untuk berkomunikasi.

*“Saya menggunakan Bahasa Indonesia, karena saya lebih nyaman menggunakan Bahasa Indonesia saat berkomunikasi. Saya juga bisa menggunakan Bahasa etnis Tionghoa, tetapi saya kurang nyaman menggunakannya dikarenakan saya tidak terlalu tau banyak tentang bahasa mereka.”*

Belajar Bahasa etnis Tionghoa karena sering mendengar orang etnis Tionghoa berkomunikasi menggunakan bahasa etnis Tionghoa. Jadi, sedikit demi sedikit Informan Tambahan II mengatakan ia paham dengan bahasa etnis Tionghoa. Penjelasan dari informan :

*“saya tau tapi Cuma sedikit. Karena saya pernah bekerja sama orang etnis Tionghoa selama 2tahun. Saya sering mendengarkan mereka berkomunikasi*

*dengan menggunakan bahasa etnis Tionghoa. Jadi saya otomatis bisa paham lah sedikit-sedikit bahasa etnis Tionghoa.”*

Faktor budaya, bahasa, agama biasanya dapat mempengaruhi pembeli pribumi belanja ke toko etnis Tionghoa. Mungkin dikarenakan kebiasaan mereka yang ramah. Informan mengatakan :

**“Saya suka belanja dengan etnis Tionghoa karena kebiasaan dan bahasanya. Mereka memiliki kebiasaan yang ramah dan bahasanya yang sopan terhadap pembeli non etnis Tionghoa.”**

#### **4.2. Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara yang diuraikan peneliti di atas, membuktikan bahwa penelitian yang dilaksanakan berjalan dengan lancar. Informasi yang diberikan oleh informan yang terdiri dari : 4 orang Penjual etnis Tionghoa dan 2 orang pembeli Pribumi, sangat jelas sehingga membantu memudahkan pelaksanaan penelitian.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa pola komunikasi yang terjadi menyesuaikan dengan siapa komunikan yang sedang diajak komunikasi. Dalam transaksi jual beli pada penelitian ini komunikator merupakan Pedagang etnis Tionghoa dan bertransaksi dengan Pembeli yang merupakan orang pribumi dengan menggunakan bahasa yang yang dapat dimengerti oleh pedagang etnis Tionghoa tersebut. Perbedaan budaya dalam proses komunikasi menciptakan keanekaragaman pola komunikasi baik dalam pengalaman, nilai, dan cara memandang pelaku komunikasi itu sehingga menciptakan pola-pola komunikasi

yang beraneka ragam yang memiliki latar budaya yang berbeda dan mempengaruhi komunikasi diantara pelaku komunikasi tersebut.

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti terdapat beberapa pola komunikasi yang terjadi. Diantaranya adalah pada saat pembeli menawar harga dari dagangan Informan II, dan Informan II menjawabnya dengan meyakinkan kepada pembeli Pribumi bahwa barang dan harga yang diberikan oleh Informan II adalah yang terbaik dari tokonya dan bisa dicek di toko yang lainnya. Hal ini membentuk persepsi kepada pembeli pribumi kalau dagangan di toko Informan II memiliki barang berkualitas bagus dan harga yang cukup murah dibandingkan dengan toko lainnya. Dengan cara seperti ini Informan II bisa mendapatkan kepercayaan dari pembeli pribumi dan kepercayaan yang dimiliki pembeli juga harapan dari pedagang etnis Tionghoa. Hal ini merupakan cara pedagang etnis Tionghoa membentuk pola komunikasi dua arah lewat persepsi.

Dalam transaksi jual beli antar budaya terdapat juga hambatan-hambatan dalam proses penyampaian pesan pada saat transaksi tersebut. Hasil wawancara dan penelitian observasi yang dilakukan di lapangan peneliti menemukan beberapa hambatan yang mempengaruhi terjadinya atau tidaknya suatu transaksi jual beli. Hambatan tersebut diantaranya adalah pengalaman. Hambatan ini paling sering terjadi pada transaksi antar budaya pada penelitian ini, setelah melakukan wawancara dan observasi peneliti menemukan beberapa contoh kasus pada hambatan ini, diantaranya pada saat peneliti melakukan wawancara dengan Informan III di Toko Surabaya. Pada saat pembeli melakukan transaksi jual beli, si pembeli pribumi sempat terkejut mendengar harga yang telah diberikan oleh

Informan III. Pembeli pribumi mengatakan bahwasannya harga yang diberikan oleh Informan III kepadanya terlalu mahal karena pembeli pribumi ini pernah membeli produk yang sama namun di toko yang lain tak lain adalah toko pribumi tetapi harganya jauh lebih murah dibandingkan harga yang disebutkan oleh Informan III. Tidak sampai disitu saja, si pembeli pribumi ini juga mengatakan bahwa toko pedagang etnis tionghoa ini terkenal mahal-mahal. Namun, Informan III tetap melanjutkan transaksi jual belinya terhadap pembeli pribumi. Dengan cara yang sama dengan pedagang yang lainnya, Informan III tetap meyakinkan pembeli pribumi agar tetap terjadinya transaksi jual beli. Ternyata, hambatan komunikasi seperti ini menjadi sebuah permasalahan komunikasi perbedaan budaya.

Hambatan berikutnya adalah hambatan yang bersangkutan dengan persepsi. Karena perbedaan persepsi antara pedagang etnis tionghoa dengan pembeli pribumi sehingga komunikasi tidak akan dapat berjalan dengan baik. Hambatan ini bermula pada saat si pembeli pribumi ingin meminta saran kepada pedagang etnis tionghoa yaitu Informan I yang memiliki Kedai Kopi Restu. Pada saat itu pembeli pribumi meminta saran untuk minta dipikirkan makanan mana yang lebih enak untuk dibeli. Dengan pengalaman Informan I, Informan I menunjukkan salah satu diantaranya yang memang sangat rekomendasi di Kedainya. Namun, si pembeli mengatakan bahwa yang dipikirkan oleh Informan I itu tidak jauh lebih enak daripada makanan-makanan yang lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan persepsi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi.

Selain dari hambatan-hambatan tersebut yang terjadi diantara pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli pribumi. Pedagang etnis Tionghoa juga memiliki

upaya dalam mengatasi hambatan tersebut. Pedagang etnis Tionghoa mengatasi hambatan komunikasi dengan pembeli pribumi dengan cara menjelaskan sebaik mungkin sehingga bisa merubah persepsi dari pembeli tersebut.

Meskipun perbedaan kebudayaan dan agama yang berbeda –beda tidak menjadi penghalang bagi pedagang etnis tionghoa dapat berkomunikasi dengan pembeli pribumi. Namun pedagang etnis tionghoa terus mencari cara agar membuat hubungan komunikasi yang baik terhadap pembeli pribumi.

Berdasarkan hasil jawaban dari para informan dan pendapat beberapa ahli penulis menyimpulkan bahwa komunikasi antarbudaya ini akan terjadi ketika adanya komunikasi antara orang-orang yang memiliki kebudayaan yang berbeda-beda demi mencapainya suatu tujuan komunikasi yang sama serta terjalin interaksi yang lancar pada hakekatnya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang memfokuskan kajian pada Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat terdapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam berkomunikasi, pedagang etnis tionghoa memakai dua pola komunikasi ketika berkomunikasi kepada pembeli pribumi. Pola komunikasi pertama yaitu pola komunikasi satu arah dimana pedagang etnis tionghoa menggunakan pola tersebut untuk mencari pelanggan. Kedua, pola dua arah dimana pola ini digunakan untuk tawar-menawar antara penjual etnis tionghoa dengan pembeli.

2. Hambatan yang terjadi pada pedagang etnis tionghoa saat melakukan transaksi jual beli dengan pembeli pribumi adalah hambatan pengalaman. Hambatan tersebut adalah hambatan yang sering terjadi saat melakukan transaksi jual beli dengan pembeli pribumi. Sedangkan hambatan pada perbedaan budaya tidak menjadi masalah bagi pedagang etnis tionghoa dan pembeli pribumi. Bahasa yang digunakan oleh pedagang etnis tionghoa dengan pembeli pribumi adalah Bahasa Indonesia. Tetapi, ketika pembeli menggunakan bahasa Hokkien maka penjual etnis tionghoa juga melakukan hal yang sama dengan menggunakan bahasa Hokkien.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti memberikan saran dan masukan sebagai berikut :

1. Penulis berharap hubungan antara pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat berkomunikasi maupun berinteraksi dengan baik. Pola komunikasi antarbudaya yang terjadi di antara keduanya sangat baik dan mengarah pada pengertian bersama. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat sederhana dan jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap tulisan ini bisa menjadi referensi awal bagi siapapun yang mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian lebih dalam berkaitan dengan pola komunikasi antarbudaya.

2. Faktor yang menghambat komunikasi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli Pribumi dapat terjadi dimanapun dan kapanpun saat seseorang melakukan interaksi dengan orang lain. Factor penghambat komunikasi antara Pedagang etnis tionghoa dengan pembeli pribumi adalah pengalaman. Untungnya, hambatan-hambatan tersebut bisa diatasi oleh pedagang etnis Tionghoa. Seiring berjalannya waktu, hambatan-hambatan tersebut dapat diminimalisir oleh pedagang etnis Tionghoa. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan bahwa sebaiknya pedagang etnis Tionghoa bisa membuat kelompok untuk membahas tentang pasar agar tidak terjadi lagi adanya hambatan seperti pengalaman yang di alami beberapa pembeli pribumi.

## Daftar Pustaka

- Afrizal, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- AW, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dawis, Aimee. 2010. *Orang Indonesia Tionghoa mencari Identitas*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam keluarga*. Jakarta : Reneka Cipta.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hidayat, A.A. 2014. *Metode Penelitian Keperawatan dan teknis analisis data*. Jakarta : Salemba Madeka
- La Ode, M.D. 2013. *Politik Tiga Wajah*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Liliweri, Alo. 2011. *Dasar-dasar Komunikasi AntarBudaya*. Yogyakarta : Pustaka pelajar.
- Lubis, Lusiana, A. 2012. *Pemahaman Praktis Komunikasi Antarbudaya*. Medan : Usu Press.
- Mulyana, Dedy, 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Rosdakarya.
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Mukhtar. 2013. *Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group
- Mulyana, Dedy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Penganta*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, Andi. 2010. *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta : DIVA Press.
- Riswandi, 2009. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Graha Ilmu

Saryono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. ASIfabeta.

Sihabudin, Ahmad. 2013. *Komunikasi AntarBudaya*. Jakarta : Bumi Aksara.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan (R&D))*. Bandung : Alfabeta.

#### **Sumber Jurnal :**

Aryani, Tabita Nani. 2017. *Etnis Tionghoa Menjadi Indonesia Dalam Kajian Teori Self Carl Rogers*. Masters thesis, Unika Soegijapranata Semarang.

#### **Sumber Internet :**

Wikipedia. 2020. "Tanjung Pura, Langkat. Kecamatan di Kabupaten Langkat", [http://id.m.wikipedia.org/wiki/Tanjung\\_Pura,\\_Langkat](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Tanjung_Pura,_Langkat) (di akses pada Kamis, tanggal 5 Maret 2020 pukul 16:20 )

#### **Sumber Skripsi :**

Wahyu A. 2012. *Pola Komunikasi Lintas Budaya Pedagang Etnis Tionghoa dalam Bertransaksi dengan Pembeli di Toko Bandung*. Skripsi diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: Serang-Banten.

Alifah Ulfa P. 2016. *Hambatan Komunikasi Interpersonal Antara Etnis Tionghoa dan Pribumi (studi Deskriptif di Kelurahan silalas Kota Medan)*. Skripsi diterbitkan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan.

## **DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

**Informan : Penjual etnis Tionghoa**

Tanggal :

Pukul :

Tempat :

Pewawancara :

Informan :

1. Sudah berapa lama berjualan disini?
2. Bagaimana cara penjual mendapatkan pelanggan?
3. Apakah pelanggannya hanya etnis Tionghoa saja atau ada non etnis Tionghoa?
4. Apakah ada tawar-menawar dengan pembeli non etnis Tionghoa?
5. Kalau ada, tawar menawar yang bagaimana?
6. Selain tawar-menawar apakah ada penjelasan tentang barang yang dijual kepada pembeli non etnis Tionghoa?
7. Selama ini biasanya menggunakan bahasa apa saat bertransaksi jual beli dengan pembeli non etnis Tionghoa?
8. Apakah ada mempelajari bahasa daerah seperti bahasa Melayu, Jawa, ataupun Batak?
9. Apakah ada kesulitan dalam berkomunikasi dengan pembeli non etnis Tionghoa?
10. Apakah pedagang etnis Tionghoa berjualan ada bergantung pada nasib? Misalnya hari ini jualannya bagus, besok gak bagus?

11. Jadi, apakah selama berdagang disini ada kumpulan pedagang etnis  
Tionghoa untuk membahas tentang pasar?

## **DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

### **Informan : Pembeli Pribumi**

Tanggal :

Pukul :

Tempat :

Pewawancara :

Informan :

1. Sudah berapa lama belanja di kecamatan Tanjung Pura ini?
2. Apakah memang sering belanja di toko pedagang Tionghoa?
3. Kenapa lebih memilih belanja di toko pedagang Tionghoa ?
4. Selama belanja ditoko pedagang Tionghoa apakah ada hambatannya belanja disini?
5. Bagaimana dengan masalah harga disini ?
6. Bahasa apa yang sering digunakan saat berbelanja di toko pedagang Tionghoa?
7. Sejak kapan dan bagaimana bisa belajar menggunakan bahasa Tionghoa?
8. Apakah ada faktor budaya yang mempengaruhi pembeli non etnis Tionghoa untuk berbelanja di toko pedagang etnis Tionghoa?

## LAMPIRAN



Wawancara dengan informan I, Lie Aisiang.



Wawancara dengan informan II, Lius.



Wawancara dengan informan III, Acai.



Wawancara dengan informan IV, Aho.



Wawancara dengan informan tambahan, Lihardo Damanik



Wawancara dengan informan tambahan, Lily.

U 77-10-77



Bigguk, Cerdas & Terpercaya  
menjawab surat ini agar disebutkan  
top dan tengahnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
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](mailto:rektor@umsu.ac.id)

PERMOHONAN-PERSETUJUAN  
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

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

Medan, 3 - Maret - 2020

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : Dinda Pratiwi  
NPM : 1603110014  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Tabungan sks : 139..... sks, IP Kumulatif 3,59

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul	Status
1	Pola Komunikasi pedagang etnis Tionghoa dengan Pembeli pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kab. Langkat	
2	Komunikasi Antarprilaku Orangtua dan anak dalam menanamkan nilai ibadah shalat di pasar 3 Krakatau Medan Timur	4/3-2020 ✓
3	Komunikasi Dakwah dalam pembentukan Santri yang bersarakter pada perguruan Lina Santri Pasar 3 Krakatau Medan Timur	

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.

Pemohon,

Medan, tgl. 4 Maret .....2020

Ketua,  
*[Signature]*  
(Nurhasanah Nasution S.Sos.M.Sos)

*[Signature]*  
Dinda Pratiwi  
PB. M. THARIK  
Prestasi aktif bulan Maret 2020



Unggul, Cerdas, et Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**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](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI**  
**DAN PEMBIMBING**

**Nomor : 037.16.311/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2020**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **04 Maret 2020** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **DINDA PRATIWI**  
N P M : 1603110014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT**

Pembimbing : MUHAMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.

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: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. 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: 04 Maret 2021.**

Ditetapkan di Medan,  
Medan, 17 Rajab 1441 H  
12 Maret 2020 M



**Dr. ARIFAN SALEH, S.Sos., MSP.**

Tembusan :

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



Efisien, Cerdas & 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 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](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, ..... - April - ..... 2020

Bapak Dekan 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 : Dinda Pratiwi  
N P M : 1603110019  
Jurusan : Ilmu Komunikasi - Humas

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. .... /SK/II.3/UMSU-03/F/20..... tanggal ..... dengan judul sebagai berikut :

.....  
Pola komunikasi Pedagang etnis tionghoa dengan  
Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura  
Kabupaten Langkat  
.....  
.....

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proopsal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap -3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

  
( Muhammad Tharik )

Pemohon,

  
( Dinda Pratiwi )

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**  
Nomor : 283/KEP/13-AU/UMSU-03/F/2020

Program studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Senin, 13 April 2020  
Waktu : 14.00 WIB s.d. Selesai  
Tempat : Ruang Kuliah Gedung C UMSU  
Pemimpin Seminar : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.Likom**

No.	Nama Mahasiswa Penyaji	Nomor Pokok Mahasiswa	Dosen Penanggung	Dosen Pembimbing	Judul Proposal Skripsi
6	AFNI SYAHRIDA	1603110005	AKHYAR ANSHORIS.Sos., M.Likom	CORRY NOVIRICA AP SINAGA, S.Sos. M.A.	MAKNA SIMBOLIK TRADISI MAKAN NASI HADAP-HADAPAN PADA ETNIS MELAYU DI KOTA TJ. BALAI
7	ERSYA MEGA BINTANG	1603110041	NURHASANAH NASUTION, M.Likom	JUNANDI, S.Pd, M.Si.	PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK KOMUNIKASI WISATA RELIGI DI BABUSSALAM BESILAMI
8	DINDA PRAIWI	1603110014	AKHYAR ANSHORIS.Sos., M.Likom	MUHAMMAD THARIQ, M.Likom	POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT
9	VENNA MELINDA SARI	1603110097	NURHASANAH NASUTION, M.Likom	AKHYAR ANSHORIS.Sos., M.Likom	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA SAWAH PEMANTANG JOHAR DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN
10	SENNY FEBRIANI	1603110060	NURHASANAH NASUTION, M.Likom	ELVITA YENNI, SS, M.Hum	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DUTA AGAM INONG SEBAGAI IKON DI KOTA LHOEKSEUMAWE

Medan, 16 Syaaban 1441 H  
10 April 2020 M

  
Dr. Achmad Saiboh, S.Sos., MSP.



Unggul, Cerdas, dan Terpercaya  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
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](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Dinda Pratiwi  
N P M : 1602110014  
Jurusan : Ilmu komunikasi  
Judul Skripsi : Pola komunikasi Pedagang etnis Tionghoa dengan pembeli Pribumi di kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	22/5/2020	Revisi proposal Pascasempro	
2	27/5/2020	Bab I	
3	3/6/2020	Bab II	
4	12/6/2020	Bab III	
5	17/6/2020	Draft wawancara	
6	10/7/2020	Bab IV, dan Bab V	
7	18/7/2020	Revisi	
8	24/7/2020	Acc Skripsi	

Medan, 24 - Juli - 2020.

Dekan,

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

Ketua Program Studi,

(Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.Hum)

Pembimbing ke : .....

(MUHAMMAD THAQO)



**UMSU**

Unggul, Cerdas, Terpercaya  
Kembangkan potensi diri agar dibesarkan  
dan unggul

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> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 338/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2020  
Lampiran : -.-  
Hal : *Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 23 Syawal 1441 H  
15 Juni 2020 M

Kepada Yth : **Camat Kecamatan Tanjung Pura**  
**Kabupaten Langkat**  
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 : **DINDA PRATIWI**  
N P M : 1603110014  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2019/2020  
Judul Skripsi : **POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT**

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

  
Dehan  
**Dr. Anan Saldh, S.Sos.,MSP.**



**PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT  
KECAMATAN TANJUNG PURA**

Jl. T. Amir Hamzah No. 07 Tanjung Pura Kode Pos 20853

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 071 - 3 46/ Sekrt / 2020

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : TAUFIK RIEZA S.STP, MAP  
NIP : 19840511 200312 1 001  
Jabatan : CAMAT TANJUNG PURA

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : DINDA PRATIWI  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 1603110014  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Benar telah melakukan penelitian di Kecamatan Tanjung Pura pada tanggal 26 Juni s/d 02 Juli guna melengkapi data penyusunan Skripsi yang berjudul "POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT"

Demikian surat keterangan ini di perbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Tanjung Pura, 02 - Juli - 2020

**CAMAT TANJUNG PURA**

**TAUFIK RIEZA S.STP, MAP**  
NIP.19840511 200312 1 001



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

Sk-10

**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**  
 Nomor : 456/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2020

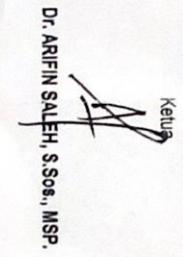
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Kamis, 30 Juli 2020  
 Waktu : 08:30 s.d. Selesai  
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
11	DINDA PRATIWI	1603110014	Dr. YAN HENDRA, M.Si	NIRWANSYAH PUTRA, S.Sos., M.Sos.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TONGHOA DENGAN PEMBELI PRIBUMI DI KECAMATAN TANJUNG PURA KABUPATEN LANGKAT
12	RENI SAFTRI	1603110185	Dr. IRWAN SYARI TANJUNGG, S.Sos., M.AP.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	KOMODIFIKASI ISI BERITA DI BALIK IDEOLOGI EKONOMI POLITIK MEDIA (STUDI KASUS PADA ACARA ILC TV ONE DENGAN TEMA ANIES TAK PUTUS DIRUNDUNG TUDUHAN EDISI 12 NOVEMBER 2019)
13						
14						
15						

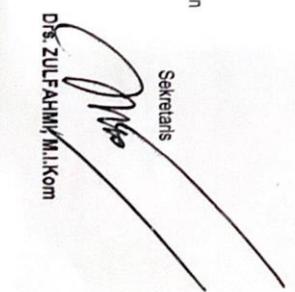
Notulis Sidang :

Ditetapkan oleh :

  
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

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

  
 Panitia Ujian

  
 Sekretaris  
 Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

Medan, 07 Dzulhijah 1441 H  
 28 Juli 2020 M

## **RIWAYAT HIDUP**



Penulis Skripsi berjudul “Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pembeli Pribumi di Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat” adalah Dinda Pratiwi, lahir pada tanggal 05 November 1998 di Tanjung Pura, Kabupaten Langkat. Penulis merupakan anak dari Ayah bernama Nuriyadi dan Ibu Nilawati, yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, yang bertempat tinggal di Jalan Tengku Amir Hamzah gang Damai Tanjung Pura, Kabupaten Langkat.

Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 050727 Tanjung Pura pada tahun 2010. Penulis lulus dari sekolah menengah pertama tahun 2013 di Smp Negeri 2 Tanjung Pura. Dan lulus sekolah menengah atas pada tahun 2016 di SMA Negeri 1 Tanjung Pura.

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Program Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat (Humas).