

**KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS TAMIL DALAM  
MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER  
PAGARUYUNG KOTA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**AYUASHARI  
1203110112**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi: Hubungan Masyarakat**



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

**2017**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : **AYU ASHARI**  
N P M : 1203110112  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER PAGARUYUNG KOTA MEDAN**

Medan, 17 April 2017

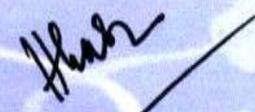
PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

  
**Dr. YAN HENDRA, M.Si**

  
**RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom**

DISETUJUI OLEH:  
KETUA JURUSAN,

  
**NURHASANAH NASUTION, M.I.Kom**

DEKAN,

  
**Dr. RUDIANTO, M.Si**



## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama Mahasiswa : **AYU ASHARI**  
N P M : 1203110112  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, tanggal : Sabtu, 22 April 2017  
Waktu : 08.00 s.d selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom** (.....)  
PENGUJI II : **Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si** (.....)  
PENGUJI III : **Dr. YAN HENDRA, M.Si** (.....)  
PENGUJI IV : **RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

### PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Plt. Dr. **RUDIANTO, M.Si**

**Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom**

## PERNYATAAN



Dengan ini saya, Ayu Ashari, NPM 1203110112, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk perbuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan atau memplagiat atau mengambil karya 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.
3. Bahwa didalam karya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

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

1. Skripsi saya beserta nilai-nilai ujian skripsi saya batal
2. Pencabuta kembali gelar sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 12 April 2017

Yang menyatakan



Ayu Ashari

## **ABSTRAK**

### **KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PEDAGANG ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER PAGARUYUNG KOTA MEDAN**

**AYU ASHARI**

**1203110112**

Penelitian ini di latarbelakangi oleh penomena komunikasi antar budaya etnis tamil dengan etnis pribumi di kota medan dalam konteks hubungan dagang. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana komunikasi yang berlangsung antar budaya pedagang etnis tamil dalam melayani pembeli pribumi di kuliner pagaruyung kota medan. Teori – toeri yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi, Proses Komunikasi, Komunikasi Verbal dan Nonverbal, Komunikasi Antarbudaya, Hubungan Komunikasi Dengan Budaya, Interaksi Sosial, Hambatan Komunikasi, Masyarakat Pribumi, Etnis Tamil. Sedangkan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Narsumbet atau informan dalam penelitian ini adalah 4 orang, yang terdiri dari 1 pedagang etnis Tamil dan 3 pembeli Pribumi di Kuliner Pagaruyung Kota Medan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini melalui dua cara penelitian kepustakaan ( Libarary Research ) dan Penelitian Lapangan ( Field Research) . Teknik analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian Menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi antara pedagang dan pembeli pribumi yang berbeda kebudayaan tidak mempunyai kendala dalam hal komunikasi. Ini dikarenakan sikap saling mempercayai dan yakinnya pembeli dengan pedagang etnis tamil, masalah kepercayaan agama dan budaya sudah tidak lagi di permasalahan dalam komunikasi di karenakan sikap toleransi yang di pedagang dan pembeli yang berbeda kebudayaan.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabiil Alamin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Komunikasi Antar Budaya Pedagang Etnis Tamil Dalam Melayani Pembeli Pribumi Di Kuliner Pagaruyung Kota Medan”. Selawat beriringkan salam tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada kita semua. Skripsi ini merupakan tugas akhir bagi mahasiswa guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan bimbingan dan dorongan dari beberapa pihak secara langsung maupun tidak langsung. Lembaran ini sekaligus menjadi media bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua saya yaitu Ayahanda Alm. Sudiharto yang merupakan sosok seorang ayah yang sangat disiplin dalam membimbing anak-anaknya serta banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman hidup sampai akhir hidupnya dan Ibunda saya tercinta Erlinawati yang telah memberikan banyak kasih sayang, cinta, perhatiannya dan teman terbaik bagi saya yang memberikan dukungan moral maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan serta skripsi ini dan untuk Suami saya tercinta Rinanda Saputra Damanik yang telah memberikan izin saya untuk melanjutkan kuliah saya dan untuk menyelesaikan Skripsi saya dan tentunya

untuk anak saya yang saya sangat sayangi dan cintai Habil Prananda Damanik yang harus saya tinggal dirumah bersama ibu saya selama saya menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs Zulfahmi M.I.Kom, selaku WD1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani, S.Sos, M.Ikom selaku WD III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Penasehat Akademik Penulis.
5. Ibu Nurhasanah S.Sos, M.Ikom selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Drs. Yan Hendra, M.Si selaku dosen Pembimbing I yang selalu memberikan pengarahan dan kesediaan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan Skripsi.
7. Bapak Ribut Priadi S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan pengarahan dan kesediaan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan Skripsi.
8. Seluruh dosen FISIP yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.

9. Seluruh pegawai Biro dan Staff FISIP UMSU yang telah membantu penulis menyelesaikan perkuliahan.
10. Kantor Lurah Petisah Tengah Kota Medan yang telah membantu dan memberikan izin riset penulis serta pedagang Kuliner Pagaruyung dan Pembeli yang telah menjadi Narasumber dalam penelitian.
11. Mertua saya Bapak M. Salim Damanik dan Ibu Dessy Saragih yang telah memberikan semangatnya untuk menyelesaikan Skripsi ini.
12. Alifah Ulfa Pinem S.Ikom teman dari SMA penulis sampai sekarang yang telah membantu dan memberikan masukan dalam menyelesaikan Skripsi penulis, dan juga Cherry Hardiyati S.Ikom, Clarissa Chinkita P S.Ikom, Wan Azura Azhari Nst S.Ikom yang sudah menjadi teman terbaik penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan sudah Wisuda terlebih dahulu.
13. Teman-teman terbaik saya Karina Latersia, Alvia Fairous, Emia Pepayosa dan, Nadia Anggina yang memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi.
14. Seluruh teman-teman IKO B1 angkatan 2012 yang selalu bersama-sama disaat suka maupun duka, becanda dan tertawa bersama walaupun kalian duluan menyelesaikan Skripsi dan Wisuda terlebih dahulu.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi pembahasan maupun dari segi penulisan. Oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun guna menatap kearah yang lebih baik.

Akhir kata hanya kepada Allah penulis menyerahkan diri dan semoga kita tetap berada dalam kasih dan lindungannya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, semoga Allah SWT meridhoi kita semua.

Amin Yaa Rabbal Alamin

## DAFTAR ISI

|  |           |
|--|-----------|
| <b>ABSTRAK .....</b>                       | <b>i</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                 | <b>ii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                     | <b>vi</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>             | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Masalah .....            | 1         |
| B. Perumusan Masalah.....                  | 6         |
| C. Tujuan Penelitian.....                  | 6         |
| D. Manfaat Penelitian.....                 | 6         |
| E. Sistematika Penulisan .....             | 8         |
| <b>BAB II URAIAN TEORITIS .....</b>        | <b>9</b>  |
| A. Teori Komunikasi.....                   | 9         |
| B. Proses Komunikasi .....                 | 11        |
| C. Komunikasi Verbal dan Nonverbal .....   | 19        |
| 1. Komunikasi Verbal.....                  | 19        |
| 2. Komunikasi Nonverbal.....               | 21        |
| D. Komunikasi Antarbudaya .....            | 23        |
| 1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya.....  | 23        |
| E. Hubungan Komunikasi Dengan Budaya ..... | 27        |
| F. Interaksi Sosial .....                  | 28        |
| G. Hambatan Komunikasi .....               | 30        |
| 1. Etnosentrisme .....                     | 30        |
| 2. Steriotipe .....                        | 31        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3. Prasangka.....                                  | 33        |
| H. Masyarakat Pribumi.....                         | 35        |
| I. Etnis.....                                      | 36        |
| J. Etnis Tamil .....                               | 37        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>              | <b>40</b> |
| A. Metode Penelitian.....                          | 40        |
| 1. Jenis Penelitian.....                           | 40        |
| 2. Informan .....                                  | 41        |
| B. Definisi Konsep.....                            | 41        |
| C. Kerangka Konsep .....                           | 42        |
| D. Kategorisasi .....                              | 43        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                   | 44        |
| F. Teknik Analisis Data .....                      | 45        |
| G. Lokasi Penelitian .....                         | 46        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>49</b> |
| A. Pengajian dan Pengolahan Data .....             | 49        |
| B. Hasil Wawancara.....                            | 49        |
| C. Pembahasan .....                                | 62        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                         | <b>68</b> |
| A. Kesimpulan.....                                 | 68        |
| B. Saran .....                                     | 70        |

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Indonesia sejak dulu sudah dikenal sangat heterogen dalam berbagai aspek, seperti adanya keberagaman suku bangsa, agama, bahasa, adat istiadat, dan sebagainya. Di pihak lain, perkembangan dunia yang sangat pesat saat ini dengan mobilitas dan dinamika yang sangat tinggi, telah menyebabkan dunia menuju arah “desa dunia” (*global village*) yang hampir tidak memiliki batas-batas lagi sebagai akibat dari perkembangan teknologi modern. Oleh karenanya, masyarakat (dalam arti luas) harus sudah siap menghadapi situasi-situasi baru dalam konteks keberagaman kebudayaan atau apapun namanya. Interaksi dan komunikasi harus berjalan satu dengan yang lainnya, baik sudah saling mengenal maupun belum pernah sama sekali berjumpa, apalagi berkenalan.

Dalam berkomunikasi dengan konteks keberagaman kebudayaan, kerap kali menemui masalah atau hambatan-hambatan yang tidak diharapkan. Misalnya, dalam penggunaan bahasa, lambang-lambang, nilai, atau norma-norma masyarakat dan sebagainya. Pada hal syarat untuk terjadinya hubungan itu tentu saja harus ada saling pengertian dan pertukaran informasi atau makna antara satu dan lainnya.

Komunikasi antarbudaya terjadi bila pengirim pesan adalah anggota dari suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota dari suatu budaya lain.

Hambatan budaya merupakan gangguan yang terjadi yang disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-

pihak yang terlibat dalam komunikasi. Karena komunikasi cenderung menerima informasi dari sumber yang banyak memiliki kesamaan dengan dirinya. Seperti bahasa, agama, dan kebudayaan-kebudayaan lainnya. Fenomena-fenomena komunikasi antara komunitas-komunitas berbeda budaya semakin banyak hambatan dikarenakan beraneka ragamnya konsep diri, minat, kepentingan, gaya hidup, dan sistem kepercayaan.

Hal ini menyebabkan ketika kita berkomunikasi dengan seseorang dari kebudayaan yang berbeda, maka kita memiliki pula perbedaan dalam sejumlah hal, misalnya derajat kemampuan, derajat kesulitan dalam pemahaman, derajat ambiguitas, kebingungan, suasana misterius yang tidak dapat dijelaskan. Tidak bermanfaat, bahkan nampak tidak bersahabat. Dengan demikian ketika suatu masyarakat berada pada kondisi kebudayaan yang beragam maka komunikasi antar pribadi dapat menyentuh nuansa-nuansa komunikasi antar budaya. Di sini, kebudayaan yang menjadi latar belakang kehidupan karena adanya sosiokultural, akan mempengaruhi perilaku komunikasi manusia.

Dalam transaksi jual beli, komunikasi merupakan faktor yang sangat penting demi tercapainya tujuan dalam jual beli tersebut. Jual beli merupakan salah satu bentuk praktik dari komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis adalah suatu usaha menyampaikan pesan dengan bermaksud untuk melakukan kegiatan jual beli dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Sehingga dibutuhkan komunikasi yang baik agar transaksi jual beli tersebut bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelaku jual beli.

Dalam komunikasi bisnis perbedaan budaya sangat berpengaruh terhadap berhasil atau tidaknya suatu transaksi jual beli itu dilakukan. Karena perilaku

membeli mereka sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Sehingga diperlukannya usaha untuk mempelajari setiap budaya yang akan dihadapi ketika ingin melakukan transaksi jual beli dengan komunikator yang memiliki latar budaya yang berbeda tersebut.

Selain itu, faktor-faktor yang berkaitan dengan kemampuan berbahasa sebagai pendukung dalam komunikasi. Misalnya, kemampuan berbicara dan menulis secara baik dan benar (memilih kata, membuat kalimat), kemampuan menyatakan simbol non-verbal (bahasa isyarat tubuh). Bentuk-bentuk dialek dan aksen, dan lain-lain.

Dalam transaksi jual beli baik komunikator maupun komunikator sangat ditentukan oleh faktor-faktor seperti penggunaan bahasa minoritas, pentingnya sebuah percakapan dalam konteks budaya juga perlu diperhatikan agar komunikasi pada transaksi jual beli berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang ketika ingin membeli makanan dari orang lain. antara lain faktor budaya itu sendiri. Perilaku ini dikarenakan kepercayaan seseorang terhadap budaya tertentu sehingga adanya pemilihan dalam memilih produk yang ingin dibelinya.

Perbedaan budaya harus bisa diatasi oleh pedagang makanan agar dapat merubah persepsi pembeli yang memiliki kecenderungan memilih dalam kegiatan jual beli kepada pedagang yang memiliki kebudayaan yang berbeda karena budaya itu sendiri mempengaruhi orang yang berkomunikasi.

Salah satu kota di Indonesia yang sampai saat ini banyak ditempati warga keturunan etnis Tamil adalah Kota Medan. Sehingga banyak warga keturunan etnis Tamil yang menetap di Kota Medan dan melakukan perdagangan dengan

masyarakat pribumi. Banyak etnis India yang berdagang makanan. Dan ketika pedagang etnis India berada dalam lingkungan pembeli yang rata-rata pembeli adalah orang pribumi yang berdomisili di daerah Medan, 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 dalam melayani pembeli pribumi yang dilakukan oleh pedagang etnis Tamil tersebut. Karena perbedaan budaya seperti bahasa dan agama sangat mempengaruhi dari proses jual beli tersebut.

Hal tersebut terjadi pada pedagang etnis Tamil yang harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dengan pembeli pribumi agar komunikasi yang disampaikan oleh pedagang etnis Tamil tersebut dapat diterima dengan baik oleh pembeli pribumi dan proses jual beli dapat berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pedagang etnis Tamil tersebut. Sehingga persepsi dari pembeli pribumi tersebut tidak lagi memiliki hambatan budaya dalam perbedaan sosiokultur dari pembeli pribumi terhadap persepsi komunikasi antarbudaya yang terjadi dalam transaksi jual beli tersebut. Di karenakan kebudayaan yang menjadi latar belakang kehidupan, akan mempengaruhi perilaku komunikasi. Oleh karena itu di saat pedagang etnis India tersebut berkomunikasi antarbudaya dengan pembeli pribumi yang termasuk masyarakat majemuk yang berada di Kota Medan maka pedagang etnis India tersebut merupakan orang yang pertama dipengaruhi oleh kebudayaan dari pembeli pribumi itu dan harus beradaptasi dengan kebudayaan tersebut.

Kota multi etnis Medan termasuk salah satu kota yang menjanjikan ‘surga’ bagi para pecinta kuliner. Berbagai macam jenis makanan bisa anda temukan disini. Dan salah satu pusat kuliner kota Medan di malam hari ada di Jln Pagaruyung. Warga tanah Deli sudah hafal betul kawasan yang satu ini. Lokasi kuliner ini cukup strategis karena berada di tengah-tengah kota Medan. Tidak terlalu sulit bagi pendatang untuk menemukannya. Pusat Kuliner Pagaruyung ini tidak jauh dari hotel Cambridge, Masjid Ghaudiyah, Kuil Shri Mariamman dan Sun Plaza. Hanya 5 – 8 menit jika ditempuh dengan jalan kaki. Apabila anda naik taksi atau becak mesin 99% supir dan pun pengemudi becak mesin pasti tahu tempat ini. Meski kini sudah banyak bermunculan pusat-pusat kuliner baru di kota Medan namun Pagaruyung masih cukup favorit karena keragaman dan kekhasan makanannya. Kawasan yang luasnya kurang lebih 10 hektare ini juga kerap disebut dengan Kampung Keling atau Kampung Madras. Kenapa dinamakan kampung keling karena mayoritas penduduknya orang yang berasal dari India. Di daerah ini juga ada sekolah Khalsa yang merupakan sekolah berbahasa Inggris pertama di Medan. Sepanjang Jl. Pagaruyung Medan merupakan surga wisata kuliner di Kota Medan dari dulu sampai sekarang. Segala jenis makanan dan minuman dijual disana, dari mulai sate, martabak, gado-gado, bandrek, jus dan segala macam mie seperti mie rebus dan lainnya. Tapi yang membuat unik, di pagaruyung ini memiliki makanan khas tersendiri yaitu martabak telur ala india dan mie keling alias mie rebus ala Medan. Kedua makanan ini rasanya sulit anda temukan di tempat lain. Untuk harga makanan dan minuman di Pagaruyung ini bervariasi, tergantung apa yang dipesan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “ Komunikasi Antarbudaya Pedagang Etnis Tamil dalam Melayani Pembeli Pribumi di Kuliner Pagaruyung Kota Medan”.

#### **B. Perumusan Masalah**

Untuk memberikan paparan yang jelas dan agar terfokusnya pembahasan maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana komunikasi antar budaya pedagang etnis Tamil dalam melayani pembeli pribumi ?”

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Komunikasi pedagang etnis Tamil dalam melayani pembeli pribumi.
2. Interaksi verbal dan non verbal yang terjadi di dalam proses jual beli antarbudaya.
3. Hambatan yang dialami pedagang etnis Tamil dalam menyampaikan pesan kepada pembeli pribumi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan dapat memberi sumbangan yang bermanfaat untuk perkembangan dan kemajuan pengetahuan terutama dalam ranah komunikasi dan ilmu kehumasan pada khususnya dan ilmu-ilmu lain pada umumnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Semoga dapat memberikan masukan kepada pedagang etnis india dalam menghadapi pembeli yang memiliki latar belakang budaya dan dapat mengurangi adanya hambatan-hambatan pada komunikasi antar budaya.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

### **BAB I berisikan PENDAHULUAN**

Akan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

### **BAB II berisikan URAIAN TEORITIS**

Akan menguraikan tentang pengertian komunikasi, proses komunikasi, komunikasi verbal dan nonverbal, komunikasi antarbudaya, hubungan komunikasi dengan budaya, interaksi sosial, hambatan komunikasi, masyarakat pribumi, etnis india.

### **BAB III berisikan PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN**

Akan selanjutnya menguraikan tentang definisi konsep, kerangka konsep, kategorisasi, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan lokasi penelitian.

### **BAB IV berisikan HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Akan menguraikan data yang akan didapat dari hasil wawancara bersama narasumber dan kemudian dilakukan pembahasan.

### **BAB V berisikan PENUTUP**

Akan menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

#### **A. Teori Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan menyamakan persepsi yang di inginkan oleh komunikator. Komunikasi melibatkan ekspektasi, persepsi, pilihan, tindakan, dan penafsiran. Komunikasi adalah salah satu aktifitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia, di akui oleh semua agama telah ada sejak Adam dan Hawa.

Kita mulai dari suatu asumsi dasar bahwa komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi Mulyana dan Rahmat dalam Sihabuhin (2011:14).

Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan. Komunikasi memiliki variasi definisi yang tidak terhingga seperti; saling berbicara satu sama lain, televisi, penyebaran informasi, gaya rambut kita, kritik sastra, dan masih banyak lagi.

Begitu banyaknya sarjana tertarik mempelajari komunikasi telah melahirkan berbagai macam definisi tentang komunikasi. Menurut catatan yang dibuat oleh Dance dan Larson dalam Miller (2005: 3) bahwa sampai tahun 1997 telah ada 126 definisi komunikasi. Banyaknya definisi yang telah dibuat oleh pakar dengan latar

belakang dan perspektif yang berbeda satu sama lain, dapat menimbulkan kebingungan bagi pihak-pihak yang berminat mempelajari komunikasi, jika tidak memahami hakikat komunikasi antarmanusia yang sebenarnya.

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi.

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (human communication) bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguakan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.”

Gode (dalam Wiryanto, 2004: 6) memberikan pengertian mengenai komunikasi sebagai suatu proses yang membuat kebersamaan bagi dua atau lebih yang semula dimonopoli oleh satu atau beberapa orang.

Raymond S. Ross (dalam Wiryanto, 2004: 6) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh sang komunikator.

Everet M. Rogers dan Lawrence Kincaid (dalam Wiryanto, 2004: 6) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih

membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang ada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Definisi-definisi diatas belum bisa mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud dengan komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon & Weaver (dalam Wiryanto, 2004: 7), bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Komunikasi juga dapat berarti adanya kesamaan makna antara komunikator dan komunikan dengan tujuan mengubah sikap, opini atau pandangan/perilaku orang lain tentang pesan yang disampaikan. Walaupun demikian tidak semua pesan yang disampaikan itu sesuai dengan apa yang diharapkan dan bahkan ada kesalahan dalam penerimaan pesan tersebut, untuk itu diperlukan suatu komunikasi yang efektif. Oleh karena itu, jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi, kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain, seperti kesamaan bahasa atau kesamaan arti dari simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi.

## **B. Proses Komunikasi**

Menurut Widjaja (2000: 92) komunikasi pada hakikatnya adalah penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi dimulai dari pikiran orang yang akan menyampaikan pesan atau informasi. Apa yang dipikirkan itu kemudian dilambangkan dengan simbol, baik berupa ucapan ataupun isyarat. Proses selanjutnya dengan melalui transmisi berupa media dan

perantara atau channel misalnya telepon, surat, secara lisan dan lain-lain, maka pesan yang disampaikan tiba pada si penerima. Dalam diri penerima, pertamanya ia menerima pesan, kemudian mencoba menafsirkan pesan (*decode*) dan akhirnya memahami isi pesan. Jawaban atau reaksi penerima pesan pada pengirim pesan merupakan umpan balik (*feed back*). Apa bila terjadi perubahan dari diri penerima pesan, berarti komunikasi itu berhasil.

Dapat kita simpulkan unsur-unsur yang ada dalam proses komunikasi yaitu source atau sumber, communicator sebagai penyampai pesan, message (pesan), channel (saluran atau media), comuncian sebagai penerima pesan, dan efek sebagai hasil.

- Sumber (*source*)

Sumber adalah dasar yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dan dokumen, atau pun sejenisnya (Widjaja, 2000:93).

- Komunikator

Komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara atau menulis, kelompok orang, organisasi komunikasi seperti surat kabar, radio, televisi dan sebagainya, Dalam komunikasi, setiap orang atau pun kelompok dapat menyampaikan pesan-pesan komunikasi itu sebagai suatu proses, dimana komunikator dapat menjadi komunikan, dan sebaliknya komunikan dapat menjadi komunikator.

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikasinya.

- b. Memiliki keterampilan berkomunikasi.
- c. Mempunyai pengetahuan yang luas.
- d. Memiliki sikap yang baik terhadap komunikan
- e. Memiliki daya tarik.

Memiliki daya tarik dalam arti komunikator memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau penambahan pengetahuan bagi atau pada diri komunikan (Widjaja,2000:93-94).

- Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu (Widjaja, 2000: 94).

1. Penyampaian Pesan

Melalui lisan, tatap muka, langsung, atau menggunakan media/saluran.

2. Bentuk Pesan: Informatif, Persuasif, dan Koersif

- a. Informatif

Bersifat memberikan keterangan-keterangan (fakta-fakta), kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika audiensi adalah kalangan cendekiawan.

b. Persuasif

Berisikan bujukan, yakni membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi ini adalah atas kehendak sendiri (bukan dipaksakan). Perubahan tersebut diterima atas kesadaran sendiri.

c. Koersif

Penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi-sanksi apabila tidak dilaksanakan. Bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah agitasi dengan penekanan-penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik (khalayak). Koersif dapat berbentuk perintah-perintah, intruksi, dan sebagainya (Widjaja, 2000: 32).

3. Hambatan-Hambatan terhadap Pesan

Acapkali kita alami dalam komunikasi, lain yang di tujuh tapi lain yang diperoleh. Dengan perkataan lain apa yang di harapkan tidak sesuai dengan kenyataan. hal ini di sebabkan adanya hambatan-hambatan terutama adalah :

a. Hambatan bahasa (language factor)

Pesan akan disalah artikan sehingga tidak mencapai apa yang di inginkan, apabila bahasa yang di gunakan tidak di pahami oleh komunikan. Termaksud dalam pengertian ini penggunaan istilah-istilah yang mungkin dapat di artikan berbeda atau tidak di mengertikan Sama sekali.

Demikian juga jika kita menggunakan istilah-istilah yang ilmiah tapi belum merata (baku) seperti dampak, kendala, canggih, rekayasa, dan sebagainya. Namun dalam komunikasi hal-hal seperti ini sering di lontarkan drngan tujuan lain atau sekedar penonjolan diri dan pengahlihan perhatian.

b. Hambatan teknis

Pesan tidak utuh di terima komunikan karena gangguan teknis misalnya suara tak sampai karena pengeras suara rusa, bunyi-bunyian, halilintar, lingkuan, yang gaduh, dan lain-lain.

Gangguan teknis ini lebih sering di jumpain pada komunikasi yang menggunakan medium, misalnya dalam rapat umum atau kampanye di tanah lapang dpat terganggu jika di lapangan sebekahnya diselenggarakan pula pertunjukan wayang, komudi putar, dan sebagainya (Widjaja, 2000:34).

- Channel/saluran

Cnannel adalah saluran penyampaian pesan, biasa juga disebut dengan media. Pesan biasanya dapat berlangsung melalui dua saluran, yaitu saluran formal atau yang bersifat resmi dan saluran informal atau tidak resmi. Media komunikasi dapat dikatagorikan dalam dua bagian:

- ✓ Media umum

Media umum adalah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasih , contohnya adalah radio CB, OHP, dan sebagainya.

✓ Media massa

Media massa adalah media yang di gunakan untuk komunikasi massal. Disebut demikian karena sifatnya yang massal misalnya: pers, radio, dan televisi.

a. Pers

Pers dalam arti luas meliputi segala barang yang dicetak yang ditunjukkan untuk umum/publik tertentu, termasuk juga buku, pamflet, brosur, dan sebagainya. Kelemahan pers yang pertama adalah tidak adanya bunyi (suara) yang dapat membantu efektivitas komunikasi. Kelemahan keduanya adalah untuk membaca diperlukan usaha. Berbeda dengan menggunakan radio atau menonton televisi, pers hanya bisa “bersambung” dengan komunikasi yang bisa membaca, tidak buta aksara.

Kelebihannya, pers dapat dibaca kapan saja dan dimana saja, mengisi waktu santai dan sebagainya, juga dapat disimpan relatif tahan lama.

b. Radio

Keseluruhan sistem gelombang suara yang di pancarkan dari stasiun pemancar dan diterima oleh pesawat penerima di rumah, di mobil, di kapal,, dimana saja. Kelemahan radio adalah bahwa ia tidak dapat mendemonstrasikan karena layarnya terletak pada imajinasi pendengar itu sendiri. Namun kelebihannya terletak pada bunyi-bunyi yang dapat mendorong pembentukan imajinasi itu, yang terdiri dari *sound effect*, musik, dan kata-kata (dialog).

c. Film

Keseluruhan dari pita *celluloid* atau sejenisnya yang mengandung gambar-gambar kemudian dapat di proyeksikan pada layar.

d. Televisi

Mass media yang memancarkan suara dan gambar atau secara mudah dapat disebut dengan radio *withpicture* atau *movie at home*.

Dari keempat mass media di atas tampaknya televisi adalah yang paling efektif dan efisien dalam kondisi sekarang (Widjaja, 2000:35)

- Komunikasi

Komunikasi adalah penerima pesan. Penerima pesan dapat digolongkan dalam tiga jenis, yakni personal, kelompok, dan massa. Syarat-syarat yang harus dimiliki oleh komunikasi antara lain:

- a. Keterampilan atau kemampuan menangkap dan meneruskan pesan.
- b. Pengetahuan tertentu.
- c. Sikap

Faktor lain dari komunikasi yang dapat diperhatikan adalah kerangka pengetahuan (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*) (Widjaja, 2000:95)

- Efek

Efek adalah hasil akhir dari suatu komunikasi, yakni sikap dan tingkah laku orang, sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila sikap dan tingkah laku orang itu sesuai, maka itu berarti komunikasi berhasil demikian juga sebaliknya. Efek ini sesungguhnya dapat dilihat dari: personal opinion, public opinion, dan majority opinion.

a. Personal opinion

Pendapat pribadi, hal ini dapat merupakan akibat/hasil yang di peroleh dari komunikasi. Personal opinion adalah sikap dan pendapat seseorang terhadap sesuatu masalah tertentu.

b. Public opinion

Sering kita artikan sebagai pendapat umum. Pengertiannya adalah penilaian sosial mengenai sesuatu hal yang penting dan berarti atas dasar pertukaran pikiran yang di lakukan individu secara sadar dan rasional. *Public opinion* ini perlu dalam rangka menggerakkan massa, namunia bukan kata sepakat dan bukan pula sesuatu yang bisa di hitung dengan jumlah. Oleh karena itu, suatu kampanye yang di arahkanj kepada pemilihan tertentu titik beratnya tetap kepada personal opinion. *public opnion* mengandung nilai-nilai psikologis dalam rangka mengarahkan personal opinion.

c. *Majority opinion*

Pendapat sebagai terbesar dari publik atau masyarakat. Inilah misalnya yang harus dicapai oleh kampanye pemilu. Berhasil atau tidaknya suatu kampanye dapat di ukur dari berhasil atau tidak nya mencapai suatu mayoritas dalam hasil pemilu dan seterusnya. Jika kita bicara tentang opini tau pendapat maka kita sering mendengar *opinion leader*. Opinion leader ialah orang secara in formal membimbing dan mengarahkan suatu opini tertentu kepda masyarakat. Opinion leader merupakan tempat bertanya (Widjaja, 2000:38).

Selanjutnya dalam proses komunikasi terdapat pula unsur umpan balik (*feed back*). Seorang komunikator yang menyampaikan pesan kepada komunikan, pada pelaksanaannya ia juga merupakan komunikan. Ketika komunikan tadi memberikan tanggapan kepadanya, tanggapan ini biasanya disebut umpan balik (*feed back*). Umpan balik memiliki peranan yang sangat penting sebab dapat memperlihatkan apakah kegiatan komunikator baik atau buruk (kurang). Hasil yang bersifat positif, yakni menyenangkan komunikator dan yang bersifat negatif yang kurang menyenangkan komunikator.

Komunikasi juga dapat berarti adanya kesamaan makna antara komunikator dan komunikan dengan tujuan mengubah sikap, opini atau pandangan/perilaku orang lain tentang pesan yang disampaikan. Walaupun demikian tidak semua pesan yang disampaikan itu sesuai dengan apa yang diharapkan dan bahkan ada kesalahan dalam penerimaan pesan tersebut, untuk itu diperlukan suatu komunikasi yang efektif.

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh si penyampai. Terdapat tiga pengaruh dalam diri komunikan, yaitu *kognitif* (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), *afektif* (sikap seseorang terbentuk, misalnya setuju atau tidak setuju terhadap sesuatu), dan *konatif* (tingkah laku, yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu) (Daryanto, 2010: 27).

Komunikasi memang menyentuh semua aspek kehidupan bermasyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan bermasyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai ubiquitous atau serba hadir. Artinya komunikasi berada di manapun dan kapan pun juga.

## **C. Komunikasi Verbal Dan Non Verbal**

### **1. Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal ternyata tidak semudah yang kita bayangkan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam katagori pesan verbal di sengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat di definisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pemikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang merepresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu (Deddy Mulyana, 2007:206-207).

Bentuk yang paling umum dari bahasa verbal mausia adalah bahasa terucapkan. Bahasa tertulis adalah sekedar cara untuk merekam bahasa terucapkan dengan membuat tanda-tanda pada kertas ataupun pada lembaran tembaga dan lain-lain. Penulisan ini memungkinkan manusia untuk merekam dan menyimpan pengetahuan sehingga dapat digunakan dimasa depan atau di treansmisikan kepada generasi-generasi berikutnya (Daryanto, 2010: 101).

Bahasa terdiri dari simbol-simbol (kata-kata) dan aturan-aturan penggunaannya. Apabila kita mempelajari bahasa lain, kedua hal tersebut harus diperhatikan. Selain kata-kata, aturan-aturan juga berbeda pada setiap bahasa.

Bahasa terucapkan terdiri dari: simbol-simbol dan suara yang dapat mewakili benda, perasaan, dan gagasan. Salah satu karakteristik unik dari manusia ialah kecakapan dan kemampuannya dalam menggunakan suara dan tanda sebagai pengganti dari benda dan perasaan. Kemampuan ini mencakup empat kegiatan, yakni: menerima, menyimpan, mengolah, dan menyebarkan simbol-simbol. Kegiatan-kegiatan ini yang membedakan manusia dari makhluk hidup lainnya Samovar dalam Daryanto (2010:101).

Adapun lambang-lambang komunikasi, diantaranya lambang:

- a) Suara
- b) Bahasa
- c) Gerak
- d) gambar, dan
- e) warna.

Dalam pengertiannya yang paling mendasar, bahasa adalah suatu sistem simbol yang telah diatur, disepakati bersama, dan di pelajari, yang digunakan untuk mewakili pengalaman-pengalaman dalam komunitas geografik atau kultural tertentu (Samovar, et. al, 1981: 19). Kebudayaan mengajarkan pada manusia untuk memberi nama pada benda-banda, orang-orang, gagasan-gagasan berdasarkan segi praktisnya, kegunaannya dan pentingnya. (Daryanto, 2010: 102).

## **2. Komunikasi Nonverbal**

Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Potter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima; jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak sengaja sebagai bagian

dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan; kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain (Mulyana, 2007:343).

Pesan-pesan nonverbal sangat berpengaruh dalam komunikasi, sebagaimana kata-kata, kebanyakan isyarat nonverbal juga tidak universal, melainkan terikat oleh budaya, jadi dipelajari, bukan bawaan. Sedikit saja isyarat nonverbal yang merupakan bawaan. Sebagaimana budaya, subkultur pun sering memiliki bahasa nonverbal yang khas. Dalam suatu budaya boleh jadi terdapat variasi bahasa nonverbal, misalnya bahasa tubuh, bergantung pada jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, pendidikan, kelas sosial, tingkatan ekonomi, lokasi geografis dan sebagainya. (Mulyana, 2007:343-344)

Mark L. Knapp menjelaskan istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini di tafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini, peristiwa dan perilaku nonverbal; itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal (Mulyana, 2007:347).

Menurut Malandro dan Barker dalam Daryanto (2010:105) untuk merumuskan pengertian komunikasi nonverbal, biasanya ada beberapa definisi yang digunakan secara umum, diantaranya sebagai berikut:

- a) Komunikasi nonverbal adalah komunikasi tanpa kata-kata.
- b) Komunikasi nonverbal terjadi jika individu berkomunikasi tanpa menggunakan suara.

- c) Komunikasi nonverbal adalah setiap hal yang dilakukan oleh seseorang yang diberi makna oleh orang lain.
- d) Komunikasi nonverbal adalah suatu mengenai ekspresi, wajah, sentuhan, waktu, gerak, syarat, bau, perilaku mata, dan lain-lain.

Komunikasi nonverbal adalah proses yang dijalani oleh seorang individu atau lebih pada saat menyampaikan isyarat-isyarat nonverbal yang memiliki potensi untuk merangsang makna dalam pikiran individu atau individu-individu lain.

Hubungan antara komunikasi nonverbal dan kebudayaan jelas adanya. Apabila diingat bahwa keduanya dipelajari, diwariskan dan melibatkan pengertian-pengertian yang harus dimiliki bersama. Dilihat dari segi ini, dapat dimengerti mengapa komunikasi nonverbal dan kebudayaan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Banyak perilaku nonverbal dipelajari secara kultural. Sebagai mana aspek verbal, komunikasi juga tergantung pada kebudayaan, terutama dalam hal berikut:

- a) Kebudayaan menentukan perilaku-perilaku nonverbal yang mewakili atau melambangkan pemikiran, perasaan, keadaan tertentu dari komunikator.
- b) kebudayaan menentukan kapan waktu yang tepat atau layak untuk mengomunikasikan pemikiran, perasaan, keadaan internal. Jadi, walaupun perilaku-perilaku yang memperlihatkan emosi ini banyak yang bersifat universal, tetapi ada perbedaan-perbedaan kebudayaan dalam menentukan bilamana, oleh siapa, dan dimana emosi-emosi itu dapat di perlihatkan. (Daryanto, 2010:108)

## **D. Teori Komunikasi Antarbudaya**

### **1. Pengertian Komunikasi Antarbudaya**

Menurut Daryanto (2010:78) kata 'budaya' berasal dari bahasa sansekerta buddhaya yang merupakan bentuk jamak antara buddhi, yang berarti 'budi' atau 'akal'. Kebudayaan itu sendiri diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi atau akal.

Istilah 'culture' yang merupakan istilah bahasa asing yang sama artinya dengan kebudayaan, berasal dari kata colere yang artinya adalah mengolah atau mengerjakan, keahlian mengolah dan mengerjakan tanah atau bertani. Kata 'colere', kemudian berubah menjadi culture, diartikan sebagai segala daya dan kegiatan manusia untuk mengolah dan mengubah alam.

Budaya pada dasarnya merupakan nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. Nilai-nilai ini diakui, baik secara langsung maupun tidak, seiring dengan waktu yang di akui dalam interaksi tersebut. Bahkan terkadang sebuah nilai tersebut berlangsung di dalam alam bawah sadar individu dan diwariskan pada generasi berikutnya.

Merujuk arti budaya dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (2003:169), tema budaya bisa diartikan sebagai 1) pikiran, akal budi; adat istiadat 3) sesuatu mengenai kebudayaan yang sudah berkembang (beradap,maju); dan 4) sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan yang sudah sukar diubah.

Secara pendekatan teori misalnya dalam tradisi antropologi, Clifford Geertz ( dalam Martin dan Nakaryama 1997:47) mengartikan budaya sebagai nilai yang secara historis memiliki karakteristiknya tersendiri dan bisa dilihat dari simbol-simbol yang muncul. Simbol tersebut bermakna sebagai sebuah sistem

dari konsep ekspresi komunikasi di antara manusia yang mengandung makna dan yang terus berkembang seiring pengetahuan manusia dalam menjalani kehidupan ini. Oleh karena itu, dalam definisi ini budaya merupakan nilai, kebiasaan, atau kepercayaan yang akan terus berkembang (Nasrullah, 2012:15).

Sementara dalam pandangan psikologi, sebagaimana yang di populerkan Geert Hofstede (1984:21), budaya diartikan tidak sekedar sebagai respons dari pemikiran manusia atau “programming of the mind”, melainkan juga sebagai jawaban atau respons dari interaksi antar manusia yang melibatkan pola-pola tertentu sebagai anggota kelompok dalam merespons lingkungan tempat manusia itu berada. Dengan demikian dalam perspektif psikologi makna kata budaya lebih cenderung menekan budaya sebagai upaya yang dilakukan manusia dalam menghadapi persoalan kehidupan, dalam berkomunikasi, maupun upaya untuk memenuhi kebutuhan secara fisik maupun psikis. (Nasrullah, 2012:16)

Sementara dalam pendekatan etnografi, budaya diartikan sebagai konstruksi sosial maupun historis yang mentransmisikan pola-pola tertentu melalui simbol, makna, premis, bahkan tertuang dalam aturan. (Gerry Philipsen, 1992:7-8 dalam Martin dan Nakayama 1997:49). Adapun Marvin Harris (1968:16) mendefinisikan kebudayaan sebagai berbagai pola tingkah laku yang tidak bisa dilepaskan dari ciri khas dari kelompok masyarakat tertentu, misalnya adat istiadat (Nasrullah, 2012:16).

Definisi budaya dalam perspektif semiotika diartikan sebagai persoalan makna. Menurut Thwaiters et al. (2002:1) menjelaskan bahwa budaya adalah sekumpulan praktik sosial yang melaluinya makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan. Makna ini tersebut berada dalam tataran komunikasi baik

komunikasi antarindividu maupun komunikasi yang terjadi dalam kelompok. Sehingga budaya bukanlah ekspresi makna yang berasal dari luar kelompok dan juga bukan menjadi nilai-nilai yang baku. Sifat alamiah makna pada dasarnya tidaklah bisa kekal karena manusia, baik sebagai individu maupun anggota kelompok, selalu dipengaruhi oleh aspek-aspek sosial, misalnya pendidikan, politik, ekonomi, dan sebagainya. Aspek sosial inilah yang memberikan khazanah permaknaan yang dalam pandangan Thwaites et al. sebuah makna itu selalu berpindah, membelok, mengalami reproduksi, dan juga saling dipertukarkan. Oleh karena itu, budaya bukanlah terjadi dalam ruang imajinasi, melainkan berada dalam praktik komunikasi antarmanusia (Nasrullah, 2012:17).

Beragam definisi budaya tersebut setidaknya memberikan arah bagaimana mengartikan kata budaya itu sendiri. Sehingga bisa diartikan budaya sebagai sebuah nilai atau praktik sosial yang berlaku dan dipertukarkan dalam hubungan antarmanusia baik sebagai individu maupun anggota masyarakat. (Nasrullah, 2012:18).

Menurut Daryanto (2010:79) ada beberapa definisi mengenai komunikasi antarbudaya menurut beberapa pendapat para ahli yaitu sebagai berikut

Sitaram (1970): Seni untuk memahami dan saling pengertian antara khalayak yang berbeda kebudayaan

- a. Samovar dan Potter (1972): Komunikasi antarbudaya terjadi manakala bagian yang terlibat dalam kegiatan komunikasi tersebut membawa serta latar belakang budaya pengalaman yang berbeda dan mencerminkan nilai yang dianut oleh kelompok, baik berupa pengalaman, pengetahuan, maupun nilai.

- b. Rich (1974): Komunikasi antarbudaya terjadi karena adanya orang-orang yang berbeda kebudayaan.
- c. Stewart (1974): Komunikasi antarbudaya yang terjadi dibawah suatu kondisi kebudayaan yang berbeda bahasa, norma-norma, serta adat istiadat dan kebiasaan.
- d. Sitaram dan Cogdell (1976): Komunikasi antarbudaya adalah interaksi antara para anggota kebudayaan yang berbeda.
- e. Carley H. Dood (1982): Komunikasi antarbudaya adalah pengiriman dan penerimaan pesan-pesan dalam konteks perbedaan kebudayaan yang menghasilkan efek-efek yang berbeda.
- f. Young Yun Kim (1984): Komunikasi antarbudaya adalah suatu peristiwa yang merujuk dimana orang-orang yang terlibat didalamnya, baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

Seluruh definisi diatas dengan jelas menerangkan bahwa ada penekanan pada perbedaan kebudayaan sebagai faktor yang menentukan dalam berlangsungnya proses komunikasi antarbudaya. Komunikasi antarbudaya memang mengakui dan mengurus permasalahan mengenai persamaan dan perbedaan dalam karakteristik kebudayaan antarpelaku komunikasi, tetapi titik perhatian utamanya tetap terhadap proses komunikasi individu-individu atau kelompok-kelompok yang berbeda kebudayaan dan mencoba untuk melakukan interaksi.

## **E. Hubungan Komunikasi Dengan Budaya**

Hubungan antarbudaya dan komunikasi penting dipahami untuk memahami komunikasi antarbudaya, oleh karena itu melalui pengaruh budaya orang-orang belajar komunikasi. Kemiripan budaya dalam persepsi memungkinkan pemberian makna yang mirip pula terhadap suatu objek sosial atau peristiwa. Cara-cara kita berkomunikasi, keadaan-keadaan komunikasi kita, bahasa dan gaya bahasa yang kita gunakan, dan perilaku-perilaku nonverbal kita, semua itu merupakan respon terhadap fungsi budaya kita. Komunikasi itu terkait oleh budaya, sebagaimana budaya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, maka praktik dan perilaku komunikasi individu-individu yang diasuh dalam budaya-budaya tersebut pun akan berbeda pula.

## **F. Interaksi Sosial**

Interaksi sosial adalah hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia. Maupun antara orang perorang dengan kelompok manusia dalam tingkah laku yang menyesuaikan diri. Ketika interaksi sosial berlangsung pembagian informasi untuk penyesuaian budaya suatu kelompok dengan kelompok lain, serta perannya dalam kelompok tersebut (Soerjono Soekanto 2001:55).

Menurut Gillin dalam Soekanto (2001:71-104) menjelaskan bahwa ada dua golongan proses interaksi sosial yaitu :

Proses Asosiatif Merupakan sebuah proses yang terjadi saling pengertian dan kerja sama timbal balik antara perorangan atau kelompok satu dengan yang lainnya dimana proses ini menghasilkan pencapaian tujuan bersama.

Proses yang asosiatif ke dalam tiga bentuk khusus yaitu :

1. Akulturasi adalah suatu proses yang dilakukan imigran untuk menyesuaikan diri dengan memperoleh budaya pribumi yang akhirnya mengarah kepada asimilasi.
2. Asimilasi adalah suatu proses penerobosan dan peleburan (penyatuan) kepada seseorang maupun satu grup yang memiliki pikiran, perasaan, dan sikap dari orang/grup yang lain. Dengan membagi pengalaman dan cerita atau sejarah termasuk juga kebudayaan didalam kehidupan mereka sebagaimana biasanya.
3. Akomodasi adalah proses sosial memiliki dua makna yaitu pertama. Adalah proses sosial yang menunjukkan pada suatu proses keadaan yang seimbang interaksi sosial antara individu dan antara kelompok di dalam masyarakat, terutama yang ada hubungannya dengan norma – norma dan nilai - nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat. Kedua adalah suatu proses yang sedang berlangsung dimana akomodasi menampakkan suatu proses yang meredakan suatu proses pertentangan yang terjadi dimasyarakat, baik pertentangan yang terjadi diantara individu, kelompok dan masyarakat maupun dengan norma dan nilai yang ada di masyarakat itu.

a. Proses Disosiatif

Merupakan proses perlawanan yang dilakukan oleh individu - individu dan kelompok dalam proses sosial diantara mereka pada suatu masyarakat. Bentuk – bentuk proses disosiatif sebagai berikut. Persaingan

### 1. Persaingan

Proses sosial dimana individu atau kelompok – kelompok berjuang dan bersangi mencari keuntungan pada bidang – bidang kehidupan yang menjadi pusat perhatian umum dengan cara menarik perhatian publik atau dengan mempertajam prasangka yang telah ada, namun tanpa mempergunakan ancaman atau kekerasan.

### 2. Kontroversi

Proses sosial yang berada antara persaingan dan pertentangan atau pertikaian, Secara umum, kontroversi adalah proses sosial dimana terjadi pertentangan pada tataran konsep wacana, sedangkan pertentangan atau perkaitan telah memasuki unsur – unsur kekerasan proses sosial.

### 3. Konflik

Proses sosial dimana individu atau kelompok menyadari memiliki perbedaan – perbedaan misalnya bentuk fisik, emososi, pola – pola perilaku, unsur – unsur kebudayaan.

## **G. Hambatan Komunikasi**

Pada hakekatnya komunikasi merupakan sistem, maka gangguan komunikasi dapat terjadi pada sernua elemen atau unsur-unsur yang mendukungnya, termasuk dimana komunikasi terjadi.

Hambatan kornunikasi merupakan kegagalan dalam sebuah proses komunikasi yang disebabkan beberapa faktor dalam penelitian ini faktor yang menghambat terjadinya proses komunikasi adalah:

## **1. Steriotipe**

Kesulitan komunikasi akan muncul dari penstereotipan, yakni menggeneralisasikan orang-orang berdasarkan sedikit informasi dan membentuk asumsi mengenai mereka berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok. Dengan kata lain penstereotipan adalah proses menempatkan orang-orang dan objek-objek ke dalam kategori yang mapan, atau penilaian mengenai orang-orang atau objek-objek berdasarkan kategori-kategori yang dianggap sesuai, alih-alih berdasarkan karakteristik individual mereka.(Mulyana, 2007:237)

Samovar dan Richard E. Potter mendefinisikan stereotip sebagai persepsi atau kepercayaan yang kita anut mengenai kelompok-kelompok atau individu-individu berdasarkan pendapat dan sikap yang lebih dulu terbentuk.

Pada umumnya stereotip bersifat negatif. Stereotipe tidaklah berbahaya sejauh kita menyimpan dikepala kita, akan tetapi bahayanya sangat nyata bila stereotip ini diaktifkan dalam hubungan manusia. Apa yang anda persepsi sangat dipengaruhi oleh apa yang kita harapkan. Ketika kita mengharapkan orang lain berperilaku tertentu, kita mungkin mengkomunikasikan pengharapan kita kepada mereka dengan cara-cara yang sangat halus, sehingga meningkatkan kemungkinan bahwa mereka akan berperilaku sesuai dengan yang kita harapkan (Mulyana, 2007:241).

## **2. Prasangka**

Prejudice atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk

menarik kesimpulan atas dasar syak wasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata bagaimanapun, oleh karena sekali prasangka itu sudah mencekam maka seseorang tak akan dapat berpikir secara objektif dan segala apa yang dilihatnya selalu akan dinilai secara negatif. Sesuatu yang objektif pun akan dinilai negatif. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, seperti sering kita dengar, melainkan juga terhadap agama, pendirian politik, kelompok, pendek kata suatu perangsang yang dalam pengalaman pernah memberi kesan yang tidak enak. (Effendy, 2003:49).

#### **H. Masyarakat Pribumi**

Masyarakat Pribumi adalah masyarakat yang menetap di suatu tempat dimana itu tempat asli mereka hidup. Setiap orang yang lahir di suatu tempat, wilayah atau negara, dan menetap disana dengan status asli atau tulen yang diakui dan bukan suku bangsa pendatang dari negara lain disebut orang pribumi. Masyarakat pribumi pada penelitian ini yang dimaksud adalah masyarakat asli daerah Medan yang memiliki budaya yang kental dan memiliki bahasa sendiri yang memegang kebudayaannya dalam kehidupan sehari-hari.

#### **I. Etnis**

Etnis berasal dari bahasa Yunani "Ethnios" secara harfiah digunakan untuk menerangkan keberadaan sekelompok penyembahan berhala atau kafir. Perkembangannya, istilah etnik mengacu pada kelompok yang diasumsikan sebagai kelompok yang fanatik dengan idologinya. Para ahli ilmu sosial menganalogikan kelompok etnik sebagai kelompok penduduk yang memiliki

kesamaan sifat – sifat kebudayaan misalnya, bahasa, adat istiadat, perilaku dan budaya karakteristik budaya serta sejarah.

Menurut Koentjaraningrat Etnis adalah suatu golongan dari masyarakat yang terikat oleh kesadaran dan identitas akan kesatuan budaya, sedangkan kesadaran dan identitas tadi seringkali dikuatkan oleh kesatuan bahasa. (Menurut Naroll dalam Lilweri,2001:335) Kelompok etnik dikenal sebagai suatu populasi yang:

- a. Secara biologis mampu berkembang baik dan bertahan.
- b. Membentuk jaringan komunikasi dan interaksi sendiri.
- c. Memiliki nilai – nilai budaya yang sama dan sadar akan rasa keberasmaan dalam bentuk budaya.

Menentukan ciri kelompoknya sendiri yang diterima oleh kelompok lain dan dibedakan dari kelompok lain. Etnik adalah himpunan manusia karena kesamaan ras, agama, asal usul, bangsa ataupun kombinasi dari kategori tersebut yang terikat pada sistem nilai kebudayaannya (Lillweri.2001:335).

Dalam masyarakat majemuk seperti Indonesia didalam kehidupan yang nyata etnis atau suku bangsa terwujud sebagai masyarakat suku bangsa yang mendiami sebuah wilayah yang diakui sebagai hak kedaulatannya. Ada kecenderungan untuk mengelompokkan diantara sesama suku bangsa sehingga setiap masyarakat etnis atau suku bangsa selalu dikaitkan dengan sesuatu wilayah yang merupakan tempat asal dan kehidupan dari etnis atau suku bangsa tersebut.

Faktor – faktor yang membentuk perilaku sikap seseorang antara lain persepsi, norma, jaringan dan nilai.

## **J. Etnis Tamil**

Etnis Tamil adalah sebuah kelompok etnis yang berasal dari Asia Selatan. Komunitas Tamil yang paling tua berasal dari India bagian selatan dan Sri Lanka bagian timur laut. Di Indonesia, komunitas Tamil dalam jumlah signifikan dapat ditemukan di Sumatera Utara.

Datangnya etnis Tamil dalam jumlah yang cukup besar, yang hingga sekarang menetap dan membentuk suatu komunitas diberbagai wilayah Sumatera timur dan khususnya di Kota Medan, baru terjadi sejak pertengahan abad ke 19 yaitu sejak dibukanya industri perkebunan di tanah Deli.

Pada kedatangannya sekitar abad ke 18 dan awal abad ke 19 etnis Tamil kemudian menyebar di beberapa daerah di Sumatera Utara antara lain Binjai, Langkat, Medan, Lubuk Pakam, Tebing Tinggi, dan Pematang Siantar. Daerah-daerah tersebut yang dikenal memiliki potensi besar perkebunan.

Awalnya etnis Tamil bekerja sebagai buruh dan kuli angkut atau sais kereta lembu di perkebunan. Secara perlahan terjadi peralihan mata pencaharian. Dari awalnya yang bekerja sebagai kuli di perkebunan beralih menjadi pedagang, supir pengangkutan barang dagangan, karyawan swasta dan pemerintahan. Hal ini mengakibatkan sebagian etnis Tamil mulai berpindah ke kota-kota yang dekat dengan sentra perdagangan dan pusat kota (Medan).

Pada umumnya etnis Tamil hidup secara berkelompok. Biasanya mereka membuat perkampungan sendiri. Daerah pemukiman etnis Tamil yang dapat dikenal adalah kampung Keling atau sebahagian orang menyebutnya “ Kampung Madras ”. Lokasi perkampungan mereka terletak di pinggir sungai Babura, sebuah sungai yang membelah kota Medan yang menjadi jalur utama transportasi dimasa

lampau. Di kawasan ini hingga sekarang masih terdapat situs-situs yang menandakan keberadaan etnis Tamil, misalnya Shri Mariamman kuil di jalan Zainul Arifin sebagai kuil tertua bagi komunitas Tamil di kota Medan, yang dibangun tahun 1884 dan sejumlah kuil lainnya. Kawasan Kampung Keling terletak di kota Medan tepatnya di sekitar Kecamatan Medan Petisah dan Kecamatan Medan Baru. Selain itu komunitas Tamil juga terdapat di kampung Anggerung di Kelurahan Anggerung Kecamatan Medan Polonia.

Kampung Keling diperkirakan telah ada sejak tahun 1884. ini dibuktikan dengan dibangunnya Shri Mariamman Kuil sebagai tempat ibadah etnis Tamil yang beragama Hindu pada tahun 1884. Kampung keling ini memang bukan perkampungan Tamil tertua di Sumatera Utara, pemukiman tertua etnis Tamil terdapat di Kota Binjai, hal ini dibuktikan dengan adanya kuil Shri Mariamman Binjai yang direnovasi pada tahun 1802.

Ada sekitar lebih dari 16 daerah yang didiami etnis Tamil diantaranya Kuala, Langkat, Selayang, Tanjung Jati, Binjai, Namu Ukur, Buluh Cina, Sei Semayang, Glugur Rimbun, Medan Tuntungan, Helvetia, Saintis, Sampali, Batang Kuis, Lubuk Pakam dan di daerah perkebunan Bekala (Kwala Bekala).

Kampung Madras termasuk salah satu daerah yang terbesar jumlah komunitas Tamil di Medan. Kini ada sekitar 1530 jiwa etnik keturunan Tamil di daerah tersebut.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu pembelajaran tentang metode ilmiah yang meliputi tetapan masalah penelitian, premis, hipotesis, tujuan, kegunaan, tinjauan pustaka, metode penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan cara menarik kesimpulan yang bertujuan memperbaiki prosedur dan kriteria baku dalam penelitian. ( Yanuar Ikbar, 2012:105).

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi melainkan bertujuan membuat deskripsi yang sistematis, faktual dan akurat. Peneliti tidak hanya sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, peneliti ingin mencari penjelasan tentang bagaimana komunikasi antarbudaya yang terjadi ketika pedagang etnis India menghadapi pembeli pribumi yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda.

Penelitian Kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alami dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), data yang dihasilkan bersifat deskriptif atau pemaparan dan analisis data dilakukan secara induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Proses

penelitian kualitatif bersifat siklus, bukan linier seperti dalam penelitian kuantitatif. (Ikbar, 2012:183)

## **2. Informan atau Narasumber**

Narasumber penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong 2000 : 97). Narasumber yang dipilih adalah pedagang yang berada di lokasi Kuliner Pagaruyung yaitu pedagang etnisTamil itu sendiri sebagai key informan yang dapat memberikan informasi yang banyak sesuai dengan objek yang diteliti dan pembeli pribumi yang dilayani oleh pedagang etnis Tamil sebagai informan pendukung yang dapat membantu memberikan informasi yang benar terjadi dengan subjek yang diteliti oleh peneliti. Data yang diperoleh dalam penelitian ini, kemudian diuraikan dan dijelaskan oleh peneliti sesuai dengan keadaan dan situasi yang terjadi dilapangan sehingga peneliti dapat mengetahui fenomena yang terjadi dalam penelitian ini.

Narasumber Etnis Tamil

1. Ramita Kalyani : Pedagang Etnis Tamil Pagaruyung

Narasumber Pribumi

2. Anisha Rahmawati : Mahasiswi
3. Haikal Saputra Siregar : Mahasiswa
4. Cristina : Pegawai

## **3. Definisi Konsep**

Definisi konsep adalah penjabaran lanjut dari kerangka konsep.

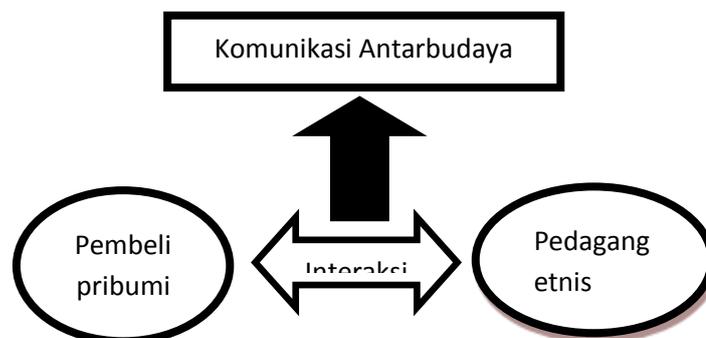
Adapun yang menjadi definisi konsep dalam kerangka konsep yaitu:

1. Komunikasi Antarbudaya: Proses pertukaran pikiran dan makna antara orang-orang berbeda budaya.
2. Masyarakat Pribumi: Masyarakat Pribumi adalah masyarakat yang menetap di suatu tempat dimana itu tempat asli mereka hidup. Setiap orang yang lahir di suatu tempat, wilayah atau negara, dan menetap disana dengan status asli atau tulin yang diakui dan bukan suku bangsa pendatang dari negara lain disebut orang pribumi.
3. Etnis Tamil: Etnis Tamil adalah sebuah kelompok etnis yang berasal dari Asia Selatan yang bermigrasi dan ikut menetap di Indonesia dan memiliki keanekaragaman budaya khasnya.

#### 4. Kerangka Konsep

Dalam melakukan penelitian, seseorang peneliti membutuhkan kerangka konsep untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang diteliti, yakni istilah dan definisi yang digunakan secara abstrak. Kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat penelitian ilmu komunikasi. Melalui kerangka konsep, peneliti diharapkan akan dapat menyederhanakan pemikirannya dengan menggunakan istilah untuk beberapa kejadian yang berkaitan satu dengan yang lainnya. (Singarimbun, 1995:35)

Gambar 1.1



## 5. Kategorisasi

Penelitian ini memberitahukan bagaimana komunikasi antarbudaya pedagang etnis Tamil dalam bertransaksi dengan pembeli pribumi.

Tabel 1.1

| Konsep Teoritis   | Konsep Kategorisasi  |
|---|--|
| Komunikasi antarbudaya pedagang etnis Tamil dalam melayani pembeli pribumi. | A. Bahasa<br>1. Verbal<br>2. Nonverbal<br><br>B. Hambatan<br><br>1. Stereotipe<br>2. Prasangka<br>3. Kepercayaan<br>4. Budaya<br><br>C. Interaksi Sosial |

## 6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data guna mencapai tujuan penelitian, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan sumber dan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### a. Penelitian Kepustakaan

Yaitu peneliti yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data melalui literature dan sumber yang relevan dan mendukung penelitian dalam hal ini penelitian kepustakaan

dilakukan dengan membaca buku-buku literature yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

a. Penelitian Lapangan

Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data yang melalui kegiatan survey dilokasi penelitian, pengumpulan data dari informan melalui wawancara dan observasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek). Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

Teknik yang dilakukan adalah wawancara mendalam yaitu suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Metode wawancara mendalam ini membutuhkan waktu yang cukup lama agar diperoleh hasil wawancara yang mendalam. Pada metode wawancara mendalam ini dibedakan antara key informan (orang yang ingin peneliti ketahui atau pahami dan yang akan di wawancarai beberapa kali) dengan informan pendukung (orang yang akan di wawancarai hanya sekali).

## 2. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator suatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Yang observasi adalah interaksi (prilaku) dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti. Artinya selain prilaku nonverbal juga mencakup prilaku verbal dari orang-orang yang diamati.

## 7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif yaitu tentang komunikasi antarbudaya pedagang etnis india dalam melayani pembeli pribumi. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif seperti yang yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang dibagi dalam tiga alur yaitu :

1. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerderhanaan dan sebagai tranformasi data yang muncul dari catatan- catatan di lapangan.
2. Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan simpulan dan pengamatan tindakan.
3. Penarikan kesimpulan dalam hal ini simpulan tergantung pada besarnya kumpulan catatan di lapangan (Patilima, 2005).

Hasil yang diperoleh penelitian dari pengumpulan data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan, selanjutnya akan membentuk laporan secara sistematis. Hasil penelitian kemudian akan dipaparkan melalui pembahasan dengan penggambaran yang didukung oleh teori dan akan dianalisis

berdasarkan keterkaitan satu sama lain yang telah di kategorikan agar dapat mengetahui bagaimanakah proses komunikasi antarbudaya pedagang etnis tamil dalam melayani pembeli di kuliner pagaruyung kota medan.

## **8. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kuliner Pagaruyung yang berada di Kelurahan Petisah Tengah, Kecamatan Petisah, Kota Medan. Yang dilaksanakan pada tanggal 03 Maret – 13 Maret 2017.

## **BAB 1V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif, karena itu bukan hanya menggunakan studi kepustakaan saja, tetapi juga melalui wawancara mengenai komunikasi antarbudaya pedagang etnis tamil dalam melayani pembeli pribumi di kuliner pagaruyung kota Medan.

Informan adalah orang yang memiliki informasi tentang subyek yang ingin diketahui oleh peneliti. Secara teknis, informan adalah orang yang dapat memberikan penjelasan yang kayak warna, detail, dan komprehensif menyangkut apa, siapa, dimana, kapan, kenapa, dan bagaimana sebuah peristiwa tersebut terjadi. Oleh karena itu, informan dalam sebuah penelitian merupakan bagian yang sangat penting untuk melengkapi data hasil penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan empat informan sebagai sumber informasi dari pokok permasalahan yang akan diteliti berdasarkan narasumber yang dianggap mampu menjelaskan semua masalah yang akan diteliti.

#### **B. Hasil Wawancara**

Untuk memperoleh data yang akurat, digunakan dengan cara melakukan wawancara dengan narasumber. Narasumber penelitian berjumlah 4 orang, yaitu 1 pedagang yang berdagang di daerah Pagaruyung kota Medan. Dan 3 orang pembeli , narasumber pertama yaitu Ramita (35) salah seorang pedagang yang berjualan kuliner di Pagaruyung Kota Medan atau sering disebut orang medan dengan daerah Kampung Madras. Dia berjualan di daerah

Pagaruyung Kota Medan sekitar 30 tahun lalu yang lalu di mulai dari tahun 1980an sampai sekarang. Usaha yang didagangannya merupakan usaha turun menurun dari ayahnya yang dikenal dengan sebutan Ramli yaitu nama ayahnya sendiri. . penulis bertanya kepada pedagang mengapa memilih tempat jualan disini.

*Pedang menjawab karena tempat ini sudah 30 tahun sebagai tempat dia berjualan dan tempat ini merupakan tempat turun menurun dari ayahnya berjualan sejak tahun 1980. Sampai dia meneruskan usaha ayahnya. Dan juga tempat ini merupakan tempat yang strategis dan merupakan salah satu tempat terkenal yang ada di kota Medan yang sering di sebut orang Medan dengan Kampung Madras, selain itu tempat ini cukup ramai didatangi masyarakat kota Medan pada malam hari terutama anak – anak muda dan keluarga untuk berkumpul sambil mengobrol dan menyicipi dagangan – dagangan yang ada disini. Dan juga tempat ini tidak terlalu jauh dari tempat tinggal dia.*

Kemudia penulis bertanya kepada pedagang siapa saja pelanggan tetap ditempat dia berjualan. Tentang pelanggan tetap yang membeli di tempatnya.

*Pedang menjawab pelanggan tetap yang sering datang untuk membeli dagangannya bermacam – macam mulai dari anak muda dan orang tua dan sebagian besar pelanggan tetap yang datang itu adalah orang Indonesia atau pribumi, karena mereka sangat senang dengan makanan yang kami sajikan, dan juga pelanggan yang sering datang*

*disini merupakan pelanggan yang dari dulu berlangganan dengan ayahnya,*

Sebagai pedagang yang berjualan dan sudah lama disini, warung pak Ramlan sangat menutamakan komunikasi yang baik terhadap pelanggannya, dan menciptakan interaksi sosial yang baik dengan para pelanggannya yang datang ke warungnya, selain itu menu – menu yang disediakan diwarungnya juga sangat bermacam – macam yaitu menu makanan yang ditawarkan martabak India, martabak mesir, mie rebus medan, nasi briyani kambing, roti cane, dan kerang rebus dan juga menu minuman yang ditawarkan yaitu: teh tarik, ,malasa tea, stawbery lassi, lemon tea, jus jeruk kastrui dan beraneka jus yang dijual nya. Pernyataan ini di perkuat oleh jawaban narasumber ketika Penulis bertanya kepada pedagang makanan dan minuman apa yang sering diminati pelanggan di warungnya ?

*Pedagang menjawab biasanya martabak india dan mie rebus medan itu yang sering memesan orang yang dari luar kota, soal mereka penasaran dengan mie rebus medan dan minumannya teh tarik dan jus jeruk kasturi, kalau pelanggan tetap saya biasanya mereka selalu memesan makannya favorit mereka masing – masing seperti martabak inda, nasi briyani kambing dan roti cane yang paling diminati untuk pelanggan tetap saya. Karena makanan itu yang paling laris disini – disini.*

Bisa dilihat komunikasi antarbudaya di sudah terciptakan antar pedagang Tamil dan pelanggan yang kebanyakan orang pribumi, hal tersebut bisa dilihat dari pedagang dan pembeli sudah sangat berinteraksi dengan baik,

dengan adanya ke budayaan yang berbeda satu sama lainnya bmenimbulkan rasa ingun tahu diantara mereka satu sama lain terutama didalam hal kuliner, komunikasi antar budaya terjadi manakala bagian yang terlibat dalam kegiatan komunikasi tersebut membawa serta latar belakang budaya pengalaman yang berbeda dan mencerminkan nilai yang dianut oleh kelompok, baik berupa pengalaman, pengetahuan, maupun nilai. Hal ini dapat dilihat dari pedagang tamil dan pembeli pribumi yang sudah berkomunikasi dengan baik yang menciptakan komunikasi antarbudaya. Didalam komunikasi antarbudaya ada diantaranya beberapa pandangan yang berebeda dalam budaya yang berbeda pula hal ini dapat menciptakan suatu pendapat yang atau pamdagam dakendala dalam berkomunikasi satu sama lain dalam komunikasi berbedaya kebudayaan. Penulis bertanya kepada narasumber apakah ada kendala komunikasi yang selama ini terjadi dengan pembeli dengan adanya perbedaan kebudayaan diantara mereka ?

*Dalam berkomunikasi dengan pelanggan pribumi selama saya berjualan disini tidak ada kendala satu sama lainnya, begitu juga dengan pandangan yang berbeda antarbudaya diantara kami. Menurut saya perbedaan kebudayaan itu bukan menjadi masalah apalagi menjadi kendala satu sama lainnya. Tetapi malah untuk memperkenalkan kebudayaan yang kita memiliki kepada mereka. Apalagi yang saya jual ada beberapa makan khas etnis Tamil yang dibeli oleh pembeli pribumi. Dengan begitu orang pribumi dapat menyicipi dan makanan yang ada di kebudayaan ernis Tamil.*

Namun ada beberapa hal yang harus saya perhatikan dengan pelanggan yang baru disini misalnya yang sering terjadi hanya seperti harga makanan yang tidak tercantum didaftar menu sehingga kadang pembeli yang baru tidak mengetahui harga makanan itu, dan pada saat pembayaran mereka mengeluarkan harga yang lumayan tinggi, tetapi itu semua sesuai dengan pesanan mereka. Mereka protes kesana kenapa di daftar menu tidak dicantumkan harganya, hal ini terjadi karena bahan – bahan yang terkadang naik. Tetapi kalau pelanggan yang sering beli disini sudah mengetahuinya,.

Dalam hal berkomunikasi bahasa merupakan hal yang paling penting karena dengan bahasa yang baik dan bisa dimengerti satu samalain dapat terciptanya komunikasi yang efektif. Tetapi dengan bahasa yang berbeda bisa menciptakan kesalah pahaman, pengertian dan tujuan yang berbeda hal dapat dapat menciptakan *missed communication*. Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber bahasa apa yang sering digunakan ketika berkomunikasi dengan pelanggan.

*Bahasa yang saya gunakan kepada pembeli adalah bahasa Indonesia, bahasa campuran bahasa Tamil . dan saya rasa selama saya berjualan pembeli pribumi memahami bahasa saya.*

Bagaimana dengan konsumen yang berbeda bahasa terutama pada saat pembeli orang asing yang berkunjung ditempat ini.

Saya menawarkan daftar menu dan saya sedikit mengerti bahasa inggris, tapi kalau yang dipesan orang tersebut saya tidak mengerti menjelaskannya biasanya saya menggunakan gerakan tangan dan juga bahan

apa untuk pesanan itu, dan juga unyuk pembayaran saya menggunakan kalkulator lalu saya kasih tunjuk kepada mereka jumlahnya,

Bahasa nonverbal masih sering digunakan karena komunikasi nonverbal merupakan gerakan – gerakan tubuh atau lebih dikenal dengan body language yang digunakan untuk menegaskan ketika berkomunikasi.

*Ya masih terutama kepada pelanggan yang bukan dari daerah sini orang asing seperti wisatawan dari luar negeri, saya lebih menggunakan gerakan-gerakan tubuh saat berkomunikasi untuk menjelaskan apa saya yang akan di pesan mereka.*

Pedagan yang ada di Kuliner Pagaruyung sudah sangat berinteraksi dengan pembeli yang datang di sana, terutama dengan pedagang yang sudah lama dan betahun-tahun berjualan disitu. Interaksi merupakan suatu proses yang dilakukan seseorang dalam mengambil tindakan dengan dilandasi kesadaran diri untuk memberikan respon terhadap apa yang dilakukan orang lain. Hal ini dapat kita lihat ketika pedagang dan pembeli sudah sangat bersosialisasi sata sama lainnya. Apakah dengan pembeli pribumi anda sering berinteraksi?

*Ya kalau ada pembeli datang saya biasanya datang menghampiri pembeli, saya ucapkan selamat datang sambil membawa daftar menu makanan disini. Biasanya pembeli milih-milih dulu makanan apa yang mau di pesan, kalau pembeli bertanya sama saya tentang makanan yang ada di menu saya akan jelaskan ke pembeli tadi.*

Semua kelompok agama cenderung membuat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh identitas keagamaan apalagi dalam membeli produk makanan,

harus jelas layak di konsumsi oleh semua orang dan tidak menimbulkan rasa keraguan akan makanan tersebut. Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber terkait kepercayaan pembeli bagaimanakah cara anda meyakinkan pembeli tersebut untuk mempercayai jenis masakan yang anda jual?.

*Makanan yang kami jual dan masak disini makanan halal karena walaupun kami ini orang tamil tapi saya bergama islam dan supaya pembeli tidak khawatir makan disini di stand saya letakkan tulisan halal dan saya juga berjualan menggunakan jilbab supaya pembeli tidak khawatir makan disini, dan bisa dilihat juga di menu makanan yang kami jual itu tidak ada menggunakan bahan makanan yang tidak halal dan pembeli juga bisa lihat proses memasaknya karena kan jarak meja pembeli dan tempat memasak kami bisa dilihat.*

Narasumber kedua yaitu Anisha Rahmawati (22 ) ia seorang mahasiswa disalah satu perguruan tinggi di Medan, Anisha seorang pelanggan yang sering membeli makanan di tempat bapak rasihgan. Dia sudah berlanggan ditempat ini sejak ia masih kecil dengan keluarganya sampai sekarang dia selalu makan disini. Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber apa yang membuatnya membeli makanan disini ?

*Narasumber menjawab saya membeli makanan disini karena dari saya kecil saya sering dibawa oleh orang tua saya untuk makan disini, dan juga makanan yang ada disini sangat cocok dengan lidah saya, selain itu makanan disini sangat lezat dan berbagai macam – macam nya dan harganya sangat terjangkau dengan kantong saya. Dan ada juga makanan yang dijual disini yang tidak sama rasanya dengan empat lain,*

*rasanya jauh lebih enak dari tempat lain. Seperti martabak kari yang sering saya beli rasanya berbeda dengan martabak kari yang saya beli ditempat lain.*

Perbedaan kebudayaan, agama, yang ada di Indonesia salah satu hal yang sangat terlihat jelas di Indonesia terutama di Kota Medan ,berbagai macam kebudayaan dan agama yang ada mempengaruhi nilai – nilai dan norma – norma yang ada, hal tersebut dapat dilihat jelas dengan adanya kebiasaan – kebiasaan yang dapat terlihat jelas dalam kebudayaan dan agama masing – masing . Hal tersebut dapat mempengaruhi seseorang dalam hal kepercayaan terhadap kebudayaan dan agama lain. Kemudian narasumber menanyakan kepada narasumber apakah ada faktor kebudayaan dan agama yang mempengaruhi anda untuk membeli disini ?

*Untuk faktor agama dan kebudayaan saya sudah yakin sama mereka yang ada disini, karena mereka juga sudah menghormati agama dan kebudayaan yang ada disini. Dan juga mereka sudah paham mengenai nilai – nilai dan norma – norma tentang agama dan kebudayaan yang berbeda.*

Kemudian penulis bertanyak kembali kepada narasumber kenapa anda memilih membeli makanan di tempat berjualan etnis tamil dari pada tempat makanan lain ?

*saya bukan hanya membeli makanan di etnis tamil ditempat lain saya juga membeli makanan. Tetapi ada beberapa makanan yang saya senangi untuk membeli disini. Seperti makanan martabak kari dan nasi kari disini rasa dan bumbu yang mereka gunakan sangat pas di lidah saya, dan juga*

*saya sudah sangat mengenal penjual disini dan merasa akrab dengan mereka.*

Selain itu bahasa juga merupakan sesuatu yang sangat penting ketika berinteraksi dengan seseorang bahasa yang harus digunakan juga harus lah bahasa nasional agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap orang lain saat mendengarkannya, penulis bertanya kepada narasumber bahasa apa yang digunakan pada saat berinteraksi dengan pedagang disini ?

*Bahasa yang digunakan bahasa Indonesia karena pedagang yang ada disini juga sudah sangat pasih dengan bahas Indonesia, dan kalau ada sesama pedagang sama – sama orang tamil, terkadang mereka juga menggunaakn bahasa tamil di depan saya. Untuk pelanggan pribumi mereka ttetap menggunakan bahasa Indonesia*

Kemudiaan penulis bertanya kepada narasumber apakah anda mempercayai masakan yang dijual etnis Tamil ?

*Saya sudah sangat percaya dengan masakan yang dijual di warung pak Ramli karena mereka juga menggunkan bahan – bahan yang halal , dan di masakan juga didepan saya dengan menperlihatkan bahan – bahan apa saja yang digunakannya.*

Narasumber ketiga yaitu Haikal Saputra Siregar (22 ) ia seorang Mahasiswa disalah satu perguruan tinggi di Medan. Haikal seorang pelanggan yang sering membeli makanan di Stand Makanan Pak Ramli. Dia sudah berlanggan ditempat ini sekitar setahun yang lalu sejak di bawa makan oleh salah

seorang temannya. Selanjutnya penulis bertanya kepada narasumber apa yang membuatnya membeli makanan disini ?

*Narasumber menjawab saya menjadi pelanggan di tempat Pak Ramli sekitar setahun yang lalu, teman saya mengajak saya menikmati tempat makanan disini, dan yang membuat saya menjadi pelanggan di sini yaitu teh tarik yang disajikan dan martabak mesir nya sangat berbeda dengan tempat lain, saya rasa bumbu yang digunakan disini memakai bumbu asli yang sangat pas di lidah saya.*

Perbedaan kebudayaan, dan agama menentukan apakah makanan itu layak atau tidak di konsumsi oleh semua orang yang mempunyai kebudayaan dan agama yang berbeda-beda. Kemudian narasumber menanyakan kepada narasumber apakah ada faktor kebudayaan dan agama yang mempengaruhi anda untuk membeli disini?

*Kalau soal agama dan kebudayaan saya rasa berpengaruh untuk saya, karena disini saya hanya sebagai pelanggan dan pedagang Tamil yang ada disini juga sudah paham dengan perbedaan agama dan kebudayaan sudah sama – sama bisa bertelponrasi saya rasa. Kan mereka juga tahu kalau banyak pembeli yang beragama muslim, jadi gak ada yang perlu dipermasalahkan lagi saya rasa.*

Ketertarikan seseorang untuk memilih suatu produk baik itu makanan atau benda lainnya Kemudian penulis bertanya kembali kepada narasumber kenapa anda memilih membeli makanan di tempat berjualan etnis tamil dari pada tempat makanan lain ?

*Narasumber menjawab, disini kan kebanyakan yang jualam suku Tamil, jadi saya hanya memilih untuk tempat membelinya saja, ya saya cocok dengan rasa dan menu yang ada di warung pak Ramli dari pada warung yang lain disini, makanya itu saya menjadi pelanggan disini.*

Komunikasi yang efektif terjadi ketika seseorang dapat berinteraksi dengan baik dan saling mengerti satu sama lainnya dalam menyampaikan sebuah pesan. Pesan yang di sampaikan harus lah pesan yang jelas dan juga menggunakan bahasa yang sama dan dapat dimengerti satu sama lainnya. Penulis bertanya kepada narasumber bahasa apa yang mereka gunakan?

*Bahasa yang saya gunakan bahasa Indonesia, soal nya pedagang yang ada disini juga menggunakan bahasa Indonesia kepada para pembeli nya.*

Dalam memilih suatu produk yang akan di beli seseorang akan memilih suatu produk yang dia percayai kualitas dan jaminan dari seorang pedagang baik itu pedagang barang ataupun pedagang makanan. Penulis bertanya kepada narasumber apakah narasumber mempercayain masakan yang di jual oleh etnis Tamil ?

*Saya percaya karena makanan yang saya pesan dimasak disini dan saya juga dapat melihat bahan apa saja yang digunakan dalam menu yang saya pesan, dan saya yakin makanan yang saya pesan selama ini layak di komsumsi, lagian pedagang yang ada disini sudah paham dengan keadaan lingkungannya dan hal – hal apa saja yang dapat di jual disini.*

Narasumber keempat adalah Cristina (30) ia bekerja disalah satu BUMN di Kota Medan. Cristina seorang pelanggan yang sudah hampir 8 tahun membeli makanan ditempat ini. Dia mengenal tempat ini pada saat dia masih kuliah, yang pada awalnya dia dibawa untuk makan malam dengan salah satu temannya. Setelah itu Cristina menjadi pelanggan tetap, karena ia sangat menikmati menu makanan yang ada ditempat ini. Kemudian penulis bertanya kepada narasumber apa yang membuatnya membeli makanan disini ?

*Narasumber menjawab saya sangat menyukai salah satu makana yang ada disini yaitu nasi briyani kambing dan juga roti cane yang disajikan disini, menurutnya rasanya begitu lezat dengan bumbu yang khas yang disajikan disini berbeda dengan pegang – pedagang yang lain.*

Narasumber sangat tertarik dengan makanan yang dijual oleh warung pak Ramli, bisa di lihat komunikasi dan interaksi sosial disini sudah sangat baik, hal tersebut dapat kita lihat pelanggan yang bertahun – tahun untuk menikmati menu makan di warung pak Ramli, dan pedagang yang sudah sangat baik menanggapi pembeli dengan suku yang berbeda. Perbedaan budaya dan agama sangat terlihat jelas di Indonesia, karena setiap budaya dan agama memiliki perbedaan masing – masing hal ini dapat di lihat dari interaksi antar manusia yang melibatkan pola-pola tertentu sebagai anggota kelompok dalam merespons lingkungan tempat manusia itu berada. Dengan demikian dalam perspektif psikologi makna kata budaya lebih cenderung menekan budaya sebagai upaya yang dilakukan manusia dalam menghadapi persoalan kehidupan, dalam berkomunikasi. Kemudian narasumber bertanya kepada narasumber apakah ada faktor budaya dan agama yang mempengaruhi anda membeli disini?

*Narasumber menjawab menurut saya dalam perbedaan agama dan kebudayaan saya tidak memperolannya, karena di Indonesia sendiri juga bermacam – macem kebudayaan dan agama dan kita kan sebagai pelanggan disini untuk menicipi makanan yang dijual bukan untuk melihat atau memperhatikan kebudayaan dan agama yang berbeda dengan kita, dari yang saya lihat sampai sekarang gak ada pebedaan antara pembeli etnis tamil dan pribumi dibeda – bedakan disini.*

Kemudian penulis bertanya kepada narasumber kenapa anda lebih memilih membeli makanan ditempat berjualan etnis tamil dari pada tempat lain?

*Saya bukan hanya makan ditempat ini saja, tempat lain juga saya kesana, tetapi ada makanan favorit saya disini seperti nasi briyani kambing, yang disajikan disini dan yang saya juga suka tempat disini terbuka dengan alam jadi lebih menyenangkan untuk saya..*

Komunikasi merupakan hal yang paling penting untuk saling berinteraksi sosial antara pedagang dan pembeli, dalam berkomunikasi bahasa yang digunakan harus lah bahasa yang sama – sama di mengerti satu sama lainnya agar tidak tercipta kesalahpahaman pengertian satu sama lainnya, kemudian penulis bertanya kepada narasumber bahasa apakah yang digunakan dalam berinteraksin dengan pedagang yang ada disimi ?

*Narasumber menjawab bahasa yang saya gunakan yaitu bahasa Indonesia, pedagang yang ada disini saya rasa juga sudah sangat pasih berbahasa Indonesia karena mereka juga sudah lama disini. Tetapi saya juga merasa mereka menggunakan bahasa tamil kepada suku tamil juga*

*ketika mereka berbicara mungkin karena satu suku , kalau dengan pembeli yang pribumi yah mereka menggunakan bahasa Indonesia.*

Hal yang juga harus diperhatikan dalam komunikasi yaitu faktor kepercayaan pembeli terhadap makanan yang dijual oleh pedagang, pedagang harus meyakinin kepada pelanggan bahwa makan yang mereka jual itu halal dan juga pantas dikonsumsi. Penulis bertanya apakah narasumber mempercayain masakan yang di jual oleh etnis Tamil ?

*Saya sangat percaya dengan masakan yang dijual diwarung pak Ramli karena masakan yang disajikan di masak secara langsung dan kita dapat melihat langsung bagaimana mereka memasak pesanan kita. Karena jarak memasak dan meja pesanan juga tidak berjauhan dan saya bisa dengan jelas melihat makanan yang di masak. Dan juga saya melihat tempat memasaknya cukup bersih jadi saya tidak khawatir untu memesan makanan disini.*

### **C. PEMBAHASAN**

Pada bagian ini, dari hasil penyajian data yang ada akan dianalisis dengan tetap mengacu kepada hasil interpretasi data tersebut sesuai dengan fokus rumusan masalah dalam penelitian. Dari seluruh data yang disajikan secara menyeluruh yang diperoleh selama penelitian, baik dengan melakukan wawancara dengan informan dan kemudian melakukan observasi terhadap fenomena yang ada terkait dengan bagaimana komunikasi antar budaya pedagang etnis Tamil dalam melayani pembeli pribumi di Kuliner Pagaruyung Kota Medan.

Komunikasi adalah sesuatu yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia sejak pertama manusia itu dilahirkan sudah melakukan kegiatan komunikasi dan sampai kapanpun manusia akan tetap melakukan kegiatan komunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia hidup dengan manusia lainnya yang satu dengan yang lainnya membutuhkan. Hubungan antara manusia akan tercipta melalui komunikasi, baik komunikasi verbal maupun nonverbal. Salah satu jenis komunikasi yakni komunikasi Antarbudaya yaitu suatu komunikasi yang dilakukan oleh beberapa budaya yang berbeda.

Komunikasi antarbudaya terjadi bila komunikator memahami budaya komunikannya dalam melakukan proses penyampaian pesan secara verbal dan nonverbal agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam terciptanya tujuan yang sama (Mulyana, 2004:2005). Komunikasi antarbudaya sangatlah penting untuk dipahami karena melalui baidayalah orang – orang belajar komunikasi dan menghasilkan sebuah perilaku., sebuah perilaku mengandung makna untuk dipelajari dan diketahui karena terkait dalam budaya .

Komunikasi antarbudaya bisa dilihat dari pedagang etnis Tamil dalam melayani pembeli pribumi di kuliner Pagaruyung Di Kota Medan, melalui bahasa yang mereka gunakan pedagang yang disana sudah menggunakan bahasa Indonesia saat berkomunikasi dengan pembeli orang pribumi karena bahasa Indonesia adalah bahasa yang mudah di mengerti saat berkomunikasi dan para pedagang juga sudah sangat lancar untuk berbahasa Indonesia, Namun ada beberapa bahasa asing yang digunakan pedagang etnis Tamil seperti pada saat pedagang Etnis Tamil didatangi pengunjung orang asing, mereka menggunakan bahasa Inggris untuk berkomunikasi. Dan juga menggunakan bahas Tubuh

seperti menggerakkan tangan dan menunjukan beberapa bahan makanan yang digunakan dalam menu makanan untuk memperjelas apa yang di maksdu dalam menu pesanan.

Selain bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi satu lainnya ada beberapa hal yang harus diperhatikan mengenai komunikasi antarbudaya hal ini dapat dilihat bagaimana pedagang Etnis Tamil meyakinkan kepada pembeli terkait dengan kepercayaan mereka untuk membeli di pedagang etnis Tamil. Pedagang etnis Tamil meyakini bahwa makanan dan minuman yang mereka jual merupakan makanan dan minuman yang halal karena kebanyakan pembeli yang datang disini beragama islam, pedagang juga tidak menjual makanan-makana yang tidak halal untuk di jual. Selain itu untuk meningkatkan kepercayaan terhadap pembeli orang pribumi. Pedagang etnis Tamil memperlihatkan bahan-bahan makanan dan minum apa saja yang dicampurkan dalam makanan tersebut, dan mereka juga memasak makanan tersebut yang dapat dilihat juga oleh pembeli, hal ini merupakan salah satu trik untuk menarik kepercayaan pembeli terhadap apa saja yang mereka pesan. Dengan begitu pembeli yang datang akan sangat percaya tentang apa saja yang mereka pesan, karena mereka bisa melihat secara langsung bagaimana proses pengolahan makanan dan minum yang mereka pesan dan juga menghilangkan perasaan curiga di antara mereka.

Perbedaan kebudayaan juga merupakan suatu komunikasi yang sangat penting, karena bisa kita lihat banyaknya kebudayaan – kebudayaan yang berbeda-beda di daerah kita juga, komunikasi antarbudaya juga mengajarkan bagaimana kita saling menjaga dan menghargain kebudayaan yang berbeda dengan kita. Dengan berkomunikasi dengan baik komunikasi antarbudaya juga menuntut

kita untuk menghargain kebudayaan dan budaya orang lain. Seperti yang dilakukan pedagang yang tidak pernah membeda – bedakan agama apa saja yang beli disini, mereka menghargainya misalnya tidak menjual makanan yang haram dikarenakan adanya kebudayaan yang berbeda. Kebudayaan dan agama yang berbeda bukan menjadi masalah antara pedagang dan pembeli malah menjadi hal yang sangat bermanfaatnya misalnya di bidang kuliner, para pedagang menjual menu-menu makanan khas etnis Tamil kepada pedagang pribumi, dengan demikian hal tersebut menambahkan rasa ingin tahu pembeli untuk menyicipi menu makanan tersebut, hal tersebut dapat kita lihat bahwa pembeli sangat baik menerima kebudayaan etnis Tamil dengan baik, tanpa memperlakukan makanan yang di jual etnis Tamil. Hal tersebut malah membuat para pembeli penasaran untuk merasakan makanan tersebut dan mendatangi tempat Etnis Tamil yang ada di Pagaruyung Kota Medan. Dengan demikian kebudayaan dan agama yang berbeda bukan menjadi permasalahan diantara pedagang dan pembeli untuk berinteraksi dan berkomunikasi, malah membuat hubungan yang sangat baik diantara mereka

Untuk melayani pembeli orang pribumi, pedagang etni Tamil yang berjualan di Pagaruyung juga memberikan pelayanan yang sangat baik bagi pembelinya. Pelayanan-pelayanan itu akan membuat para pembeli menjadi lebih nyaman untuk berada disini, pelayanan seperti bersikap ramah kepada para setiap pembeli dan juga menjaga hubungan baik dengan mereka. Hubungan – hubungan yang baik antara pedagang dan pembeli dapat dilihat tidak menjual makanan yang dilarang disini dan tidak juga saling berpeda – beda melayani pembeli yang ada disini, pedagang etnis Tamil dengan ramah mengajak para pembelinya untuk

menawarkan menu makanan apa saja yang disediakan mereka, sebagai pedagang etnis Tamil yang sudah lama berjualan disini, Stand Pak Ramli tetap menjaga keharmonisan terhadap pembeli pribumi terutama menjaga citra rasa yang asli dan khas untuk menarik pelanggannya tanpa mengubah dan mengurangi bahan makanan yang ada. Karena menurunnya kepercayaan pelanggan merupakan hal no satu. Pelanggan yang datang disini juga pelanggan yang sudah merasakan makanan yang rasanya tidak diubahnya. Dalam komunikasi antarbudaya sangatlah penting menjaga kepercayaan satu sama lain, komunikasi antarbudaya terjadi apabila beberapa kebudayaan berkomunikasi dengan baik dalam hal apa saja. Hal ini bisa kita lihat komunikasi antarbudaya sudah terjadi antara pedagang dan pembeli di kuliner Pagaruyung Kota Medan. Pedagang etnis Tamil yang sudah sangat baik dalam melayani pembeli pribumi, pelayanan tersebut berupa pedagang yang menggunakan bahasa Indonesia saat berkomunikasi dengan Pembeli pribumi. Dengan itu pembeli juga dengan gampang berkomunikasi dengan mereka. Komunikasi yang baik terjadi apabila komunikan dan komunikaor dapat berkomunikasi dengan baik dengan menerima pesan-pesan yang dapat dimngerti satu samalainnya tanpa adanya salah pengertian diantara mereka.

Kemudian pedagang juga menjaga kepercayaan pembeli saat pembeli memilih menu makanan. Seperti pedagang memasak didepan pembeli dan memperlihatkan bahan – bahan apa saja yang digunakan hal ini sengaja agar pembeli mempercayai masakan pedagang Etnis Tamil. Tanpa adanya kepercayaan komunikasi antar budaya tidak akan terjadi dengan baik, kepercayaan yang terciptakan akan mempererat hubungan dengan baik begitu juga dengan perbedaan kebudayaan dan agama yang ada. Para pembeli yang datang tidak

mempersoalakan perbedaan agama dan kebudayaan diantar mereka, karena menurut mereka pedagang etnis Tamil dengan baik memperkenalkan makanan khas mereka yang ada disini yang bisa dicicipin oleh pembeli pribumi, hal ini sangat terkesan sangat baik karean bisa mengetahui cita rasa kuliner yang ada di etnis Tamil. Pedagang Etnis Tamil juga sangat baik dalam memperkenalkan makanan mereka kepada pribumi. Tanpa membeda – beda agam dan kebudayaan mereka. Begitu juga dengan agama para pedagang meyakinkan kepada pembeli makanan yang mereka jual makanan yang halal.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan permasalahan dan tujuan dari penulis ini, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi antar budaya pedagang etnis tamil dan pembeli pribumi sudah tercipta, ketika berkomunikasi mereka sudah menggunakan bahasa indonesia dan juga mereka menggunakan gerakan tubuh untuk memperjelas jenis masakan yang ada di menu kepada pembeli asing.
2. Dalam kepercayaan mereka juga sudah saling mempercayai satu sama lain, karena makanan yang di jual mereka tidak menggunakan bahan” yang di larang atau pun tidak bisa di nikmati oleh etnis pribumi yang muslim.
3. Prasangka negatif juga tidak ada satu sama lain karena sudah saling percaya.
4. Kebudayaan dan agama tidak menjadi persoalan. Justru menambah pengetahuan akan kebudayaan etnis tamil dalam segi kuliner.
5. Perbedaan budaya tidak mengakibatkan adanya hambatan komunikasi pada pelayanan kepada pembeli pribumi. Hasil penelitian yang didapat dari perbedaan budaya ini semuanya bisa di upayakan dengan mengurangi hambatan, misalnya kepercayaan yang menjadi hambatan dapat di kurangi dengan cara penampilan pedagang yang menggunakan jilbab dan menuliskan Halal pada stand berjualannya.

6. Bahasa tidak menjadi kendala yang sangat serius terhadap penelitian ini, dikarenakan pedagang etnis tamil dan pembeli pribumi menggunakan bahasa indonesia.
7. Melalui komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh pedagang etnis tamil, hambatan yang terjadi pada saat melayani pembeli ini merupakan upaya dari pedagang etnis tamil untuk mengurangi adanya hambatan komunikasi antar budaya.

## **B. Saran**

Saran yang akan di kemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya pedagang etnis tamil meampilkan harga dari makanan yang dijual pada daftar menu, sehingga pembeli tidak ragu untuk memesan bermacam-macam makanan.
2. Sikap saling percaya yang sudah ada antara pembeli dan pedagang tetap di jaga.
3. Adanya perbedaan budaya diantara pembeli dan pedagang bukanlah suatu hal yang menjadi pemisah pada saat berkomunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2006. **Sosiologi Komunikasi**. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2014. **Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi 2**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto. 2010. **Ilmu Komunikasi**. Bandung: Satu Nusa
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. **Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi**. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fiske, John. 2012. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ikbar, Yanuar. 2012. **Metode Penelitian Sosial Kualitatif**. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. **Teknik Praktis Riset Komunikasi**. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 2003. **Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya**. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Mulyana, Deddy. 2007. **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2012. **Komunikasi Antarbudaya di Era Siber**. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sihabuhin, Ahmad. 2011. **Komunikasi Antarbudaya Satu Perspektif Multidimensi**. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soerjono Soekanto. 1987. **Sosiologi Suatu Pengantar**. Jakarta : Rajawali Per
- Widjaja. 2000. **Ilmu Komunikasi Pengantar Studi**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wiryanto. 2004. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta: Grasindo.

**Sumber Lain:**

<https://ipie3.wordpress.com/2009/06/06/%E2%80%9Corang-india-di-sumatera-utara%E2%80%9D/> (Diakses pada tanggal 12 Desember 2015)

<http://www.psychologymania.com/2013/08/pengertian-pola-komunikasi.html?m=1> (diakses pada 12 Desember 2015)

<http://riswantohidayat.wordpress.com/komunikasi/proses-komunikasi> ( Diakses pada 12 Desember 2015)

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **Data Pribadi**

Nama Lengkap : Ayu Ashari  
Tempat/ Tanggal Lahir : Medan/24 Oktober 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Flamboyan Raya Gg. Musyawarah No.12 Medan

### **Data Orang Tua**

Nama Ayah : Sudiharto  
Nama Ibu : Erlinawati  
Alamat : Jl. Flamboyan Raya Gg. Musyawarah No.12 Medan

### **Pendidikan**

2000-2006 : SD Al-Washliyah 41 Medan  
2006-2009 : SMP Dharma Pancasila Medan  
2009-2012 : SMA Dharma Pancasila Medan  
2012-2017 : Kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera  
Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi Tahun 2012 Program  
Pendidikan S1

Medan, 12 April 2017  
Penulis

Ayu Ashari



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) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
 Website : http://www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
 Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

*Nepel, Cerdas dan Terampil*  
 Kita menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN  
 JUDUL SKRIPSI**

Medan, 3 NOVEMBER 2015

Kepada Yth.  
**Bapak Ketua Jurusan** .....  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb*

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

Nama lengkap : AYU ASHARI  
 N P M : 120311 0112  
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI (HUMAS)  
 Tabungan sks : ...133... sks, IP Kumulatif ..3..29.

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

| No | Judul yang diusulkan  | Persetujuan                 |
|----|---|-----------------------------|
| 1  | Pola Komunikasi Antar Budaya Pedagang etnis India dalam bertransaksi dengan Pembeli pribumi (Studi Deskriptif di Kuliner Pagaruyung Kota Medan)   | <i>[Signature]</i> 13/11-15 |
| 2  | Efektivitas komunikasi Interpersonal Antara Atasan dan Bawahan ( Studi Deskriptif Efektivitas komunikasi Interpersonal Antara Atasan dan bawahan Bank Muamalat Cabang Kota P. Siantar ) | <i>[Signature]</i>          |
| 3  | Efektibilitas Komunikasi non verbal (Studi Kasus tentang Peranan komunikasi non verbal dalam mewujudkan komunikasi yg efektif di kalangan agen dan konsumen oriflame cabang kota medan) | <i>[Signature]</i>          |

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP jahap 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, saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :  
 Diteruskan kepada Dekan untuk  
 Penetapan judul dan pembimbing.

Pemohon,

*[Signature]*

Medan, tgl. .... 13 - 11 - 2015

(..... AYU ASHARI .....)

Ketua,

*[Signature]*

(.....)

328

PB I : Yan Herdra.  
 PB II : Ribut.

\*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.



Unggul, Cerdas & 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 Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING**  
Nomor : 328 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2016

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **14 Nopember 2015** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **AYU ASHARI**  
N P M : 1203110112  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2015/2016  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PEDAGANG ETNIS  
TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI  
KULINER PAGARUYUNG KOTA MEDAN.**

Pembimbing I : Drs. YanHendra.,M.Si

Pembimbing II : Ribut Priadi., S.Sos., M.I.Kom.

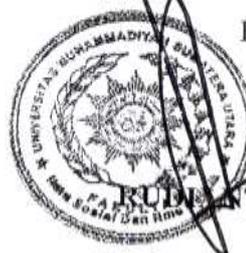
Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2003 tanggal 5 Shafar 1424 H / 7 April 2003 M.
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 14 Nopember 2016**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 02 R.Akhir 1437 H  
12 Januari 2016 M

Dekan



**RUBENANTO, S.Sos., M.Si.**

Tembusan :

1. Ketua P.s. Ilmu Komunikasi
2. Pembimbing I dan II ybs. Di Medan;
3. Peringatan..



Unggul, Cerdas & 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)

PERPANJANGAN TERAKHIR  
SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI  
DAN PEMBIMBING  
Nomor : 328 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,  
setelah memperhatikan :

1. Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 ;
2. Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No.328 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2017 tgl. 14 November 2015 yang telah berakhir masa berlakunya tanggal : 14 November 2016 ;

Memberikan **Perpanjangan Terakhir** Masa Berlakunya Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No.332/SK/II.3B-AU/UMSU-03/F/2017 tgl. 15 Januari 2017 untuk Mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **AYU ASHARI**  
NPM : 1203110112  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PEDAGANG ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER PAGARUYUNG KOTA MEDAN.**

Pembimbing I : Dr. Yan Hendra , M.Si.  
Pembimbing II : Ribut Priadi., S.Sos., M.I.Kom.

Selama 3 (Tiga) Bulan Nsampai tanggal **30 Juni 2017** dengan ketentuan :

1. Penulisan Skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 1 Tahun 2015 tanggal 13 Muharram 1437 H / 26 Oktober 2015 M.
2. Surat Perpanjangan Penetapan Judul Skripsi dan Naskah Skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sampai batas tanggal **30 Juni 2017** dan atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 10 Jumadil Awal 1438 H  
07 Februari 2017 M

  
Dekan  
  
**Drs. Lasri Syam., M.Si.**

Tembusan

1. Kutua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan.
2. Pembimbing I dan II ybs. di Medan ;
3. Pertinggal.



Unggul, Cerdas & Terpercaya

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

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474

Website : http://www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Medan, ... 21 Desember 2015

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : AYU ASHARI  
N P M : 1203110112  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti seminar proposal skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 328/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2015.. tanggal .. dengan judul sebagai berikut :  
POLA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PEDAGAN ETNIS INDIA DALAM BERTRANSKASI DENGAN PEMBELI PRIBUMI (STUDI DESKRPTIF DI KULINER PAGARUYONG)

Bersama permohonan ini turut saya lampirkan foto copy :

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. Proposal skripsi yang telah disahkan oleh kedua pembimbing (rangkap 5).

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

Menyetujui :

Pembimbing I

(Drs. Yan Hendra, M.Si.)

Pemohon,

(... AYU ASHARI ...)

Pembimbing II

(Riut Priadi, S.Sos, M.I. Kom)

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : 707 /UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2015

Program studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Selasa, 22 Desember 2015  
W a k t u : 13.30 s/d selesai  
Tempat : LAB. FISIP Gedung C UMSU  
Pemimpin Seminar : ABRAR ADHANI, M.I.Kom

| No. | Nama Mahasiswa Penyaji | Nomor Pokok Mahasiswa | Dosen Penanggap              | Pembimbing  | Judul Proposal Skripsi   |
|-----|------------------------|-----------------------|------------------------------|---|--|
| 20  | AYU ASHARI             | 1203110112            | 1 IRWAN SYARI, S.Sos., M.AP. | 1 YAN HENDRA, Drs, M.Si<br>2 RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom. | POLA KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PEDAGANG ETNIS INDIA DALAM BERTRANSAKSI DENGAN PEMBELI PRIBUMI (Studi Deskriptif di Kuliner Pagaruyung Kota Medan) |
| 21  |                        |                       |                              |   |  |
| 22  |                        |                       |                              |   |  |
| 23  |                        |                       |                              |   |  |
| 24  |                        |                       |                              |   |  |

Medan, 09 R. Awwal 1437 H  
21 Desember 2015 M



Dekan

Rudianto, S.Sos, M.Si



Unggul, Cerdas & Terpercaya

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

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : http://www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Ayu Ashari  
NPM : 1203110112  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
Judul Skripsi : KOMUNIKASI ANTARBUDAYA PEDAGANG ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULNER PAGARUYUNG KOTA MEDAN

| No. | Tanggal   | Kegiatan Advis/Bimbingan                        | Paraf Pembimbing |
|-----|-----------|---|------------------|
| 1   | 10/2-2016 | Bimbingan Bab I, II, III                        |                  |
| 2   | 13/2-2016 | Pemeriksaan / Acc Bab. I, II, III               |                  |
| 3   | 17/2-2016 | Bimbingan Pembuatan daftar pertanyaan Wawancara |                  |
| 4   | 22/2-2017 | Pemeriksaan dan Acc daftar pertanyaan Wawancara |                  |
| 5   | 24/2-2017 | Perbaiki daftar isi                             |                  |
| 6   | 13/4-2017 | Bimbingan Bab IV, V, Abstrak                    |                  |
| 7   | 15/4-2017 | Perbaiki daftar pustaka                         |                  |
| 8   | 17/4-2017 | Pemeriksaan dan Acc skripsi                     |                  |

Medan, 17 APRIL 2017

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing ke : 1.

(...Drs. TASRIFF SYAM M.Si

(...Nurhasanah Nourifjon M. Ikong

YAN HENDRA, Drs. M.Si



Unggul, Cerdas & 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 Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474  
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Sk-5

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Ayu Ashari  
N P M : 1203110112  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PEDAGANG ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER PAGARUYUNG KOTA MEDAN

| No. | Tanggal   | Kegiatan Advis/Bimbingan                        | Paraf Pembimbing |
|-----|-----------|---|------------------|
| 1   | 10-2-2016 | Bimbingan Bab I, II, III                        |                  |
| 2   | 13-2-2016 | Pemeriksaan/ACC Bab I, II, III                  |                  |
| 3   | 17-2-2016 | Bimbingan pembuatan daftar pertanyaan wawancara |                  |
| 4   | 22/2-2017 | Perbaikan daftar wawancara                      |                  |
| 5   | 24/2-2017 | ACC daftar wawancara                            |                  |
| 6   | 13/4-2017 | Perbaikan daftar pustaka                        |                  |
| 7   | 13/4-2017 | Bimbingan Bab IV, V                             |                  |
| 8   | 17/4-2017 | Pemeriksaan dan ACC Skripsi                     |                  |

Medan, 17 APRIL 2017.

Dekan,

(Drs. TASRIF SYAM, M.S.)

Ketua Jurusan,

(Nurhasanah Nasution)

Pembimbing ke : III.

(RIBUT PRIADI S.Sos, M.I.kom)

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

Sk-10

**UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI**

Nomor : 121 /UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2017

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Sabtu, 22 April 2017  
 Waktu : 08,00 s.d. selesai  
 Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

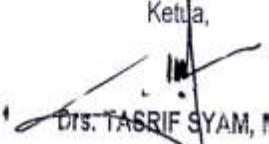


| No. | Nama Mahasiswa             | Nomor Pokok Mahasiswa | Penguji   |   | Judul Skripsi   |
|-----|----------------------------|-----------------------|---|---|---|
|     |                            |                       | Utama   | Pendamping/Pembimbing                                       |   |
| 31  | AYU ASHARI                 | 1203110112            | 1 ZULFAHMI, Drs, M.I.Kom.<br>2 LEYLIA KHAIRANI, Dr, M.Si                    | 1 YAN HENDRA, Dr, M.Si<br>2 RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.  | KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER PAGARUYUANG KOTA MEDAN  |
| 32  | YAS NOVI ANDRIANI          | 1203110201            | 1 LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.<br>2 MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom. | 1 ABRAR ADHANI, M.I.Kom<br>2 ELVITA YENNI, SS, M.Hum        | MANAJEMEN KOMUNIKASI CUSTOMER RELATIONS DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI HOTEL GRAND ASTON MEDAN   |
| 33  | RIA ANGGRAINI SITOMPUL     | 1303110007            | 1 ASMAWITA, Hj, AM, MA<br>2 TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom                        | 1 BAHRUM JAMIL, Drs, M.AP<br>2 LEYLIA KHAIRANI, Dr, M.Si    | POLA KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA DALAM PROSES ASIMILASI PADA PERNIKAHAN CAMPURAN (Studi Kasus Pada Pasangan Pernikahan Antar Etnis Batak Toba Dengan Tionghoa di Kecamatan Medan Maimun Kota Medan) |
| 34  | USWATUN HASANAH SIMATUPANG | 1303110034            | 1 ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom.<br>2 TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom              | 1 BAHRUM JAMIL, Drs, M.AP<br>2 FUJI SANTOSO, S.Sos, M.I.Kom | MODEL KOMUNIKASI KOMUNITAS BSA OWNER'S MOTOR CYCLE SIANTAR (BOMS) DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI BECAK SIANTAR   |
| 35  | MASROHANI RAMBE            | 1303110064            | 1 YAN HENDRA, Dr, M.Si<br>2 LEYLIA KHAIRANI, Dr, M.Si                       | 1 ZULFAHMI, Drs, M.I.Kom.<br>2 NUR RAHMAH AMINI, S.Ag, MA   | PERAN KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI IBU DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI KEISLAMAN PADA ANAK (Studi Deskriptif Pada Masyarakat Desa PTPN III Kebun Ambalutu Kecamatan Buntu Pane Asahan)                 |

Notulis Sidang :

21 Rajab 1438 H  
 18 April 2017 M

Ditetapkan oleh  
 a. Rektor  
 Wakil Rektor  
  
 Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.HUM

Ketua,  
  
 Drs. TASRIF SYAM, M.Si

Panitia Ujian  
  
 Sekretaris  
  
 Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom



*Unggul, Cerdas & 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)

Nomor : 328 / KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2017  
Lampiran : -,-  
Hal : **Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa**

Medan, 16 Jumadil Awal 1438 H  
13 Februari 2017 M

**Kepada : Yth. Bapak Kepala Balitbang  
Kota Medan**

**di-  
Tempat**

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

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 : **AYU ASHARI**  
N P M : 1203110112  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : X (Sepuluh) Tahun Akademik 2016 / 2017  
Judul Skripsi : **KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA PEDAGANG ETNIS TAMIL DALAM MELAYANI PEMBELI PRIBUMI DI KULINER PAGARUYUNG KOTA MEDAN.**

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



Dekan

**Drs. Fathif Syam., M.Si.**



# PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112

Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693

E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkomedan.go.id

## SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/354/Balitbang/2017

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca / memperhatikan surat dari : FISIP UMSU Nomor: 328/KET/II.3-AU/UMSU-03/F tanggal: 13 Februari Perihal :Mohon Diberikan Izin Penelitian Mahasiswa.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi untuk melaksanakan Penelitian Kepada :

Nama : **Ayu Ashari.**  
NPM : 1203110112.  
Prog.Studi : Ilmu Komunikasi.  
Lokasi : Kelurahan Petisah Tengah Kecamatan Medan Petisah Kota Medan.  
Judul : Komunikasi Antar Budaya Pedagang Etnis Tamil Dalam Melayani Pembeli Pribumi di Kuliner Pagaruyung Kota Medan.  
Lamanya : 3 (tiga) bulan.  
Penanggung Jawab : Dekan FISIP UMSU.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Satuan Kerja Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah diizinkan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 ( dua ) bulan setelah penelitian .
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan.

Pada Tanggal 11 Maret 2017

KEPALA BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN



**Drs. H. MARASUTAN, M. Pd**

PEMBINA PTK. I

NIP. 19591114 198403 1 002.-

### Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai Laporan).
2. Sdr. Camat Medan Petisah.
3. Sdr. Lurah Petisah Tengan Kec.Medan Petisah.
4. Sdr. Dekan FISIP UMSU.
5. Yang bersangkutan.
6. Bertinggal.



# PEMERINTAH KOTA MEDAN KECAMATAN MEDAN PETISAH

Jl. Sultan Iskandar Muda No. 270 A Medan – 20112

Telp. (061) 4562042

Medan, 02 Maret 2017

Nomor : 087/0120  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth :  
Dekan Fakultas FISIP UMSU

di -

Tempat

Menindaklanjuti Surat dari Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan (BALITBANG) Kota Medan Nomor : 070/354/Balitbang/2017 tanggal 01 Maret 2017 tentang Surat Rekomendasi Penelitian atas nama :

Nama : Ayu Ashari

NIM : 120311012

Lokasi : Kelurahan Petisah Tengah Kecamatan Medan Petisah Kota Medan

Lamanya : 03 (tiga) bulan

Dengan ini disampaikan bahwa Camat Medan Petisah tidak keberatan dan memberikan izin kepada Mahasiswa FISIP UMSU yang namanya tersebut diatas untuk melakukan Penelitian mengenai Komunikasi Antar Budaya Pedagang Etnis Tamil Dalam Melayani Pembeli Pribumi di Kuliner Pagaruyung Kota Medan sepanjang mentaati dan mematuhi segala peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi penelitian.

Demikian disampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

CAMAT MEDAN PETISAH

SYAHRUL EFENDI RAMBE, S.Sos, M.AP  
PEMINTA TKI  
NIP. 19690322 199009 1 001

Tembusan :

1. Walikota Medan sebagai laporan
2. Peninggal.

Medan, 5 Januari 2016

Kepada : Yth. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di  
Tempat  
Perihal : Permohonan Perubahan Judul Skripsi

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamuallaikum Wr. Wb

Dengan Hormat, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Ashari  
NPM : 1203110112  
Jurusan : Fisip/Ilmu Komunikasi

Mengajukan permohonan perubahan judul skripsi berikut :

**Pola Komunikasi Antarbudaya Pedagang Etnis India Dalam Bertransaksi Dengan Pembeli Pribumi (Studi Deskriptif di Kuliner Pagaruyung Kota Medan)**

Menjadi :

**Komunikasi Antarbudaya Pedagang Etnis Tamil Dalam Melayani Pembeli Pribumi di Kuliner Pagaruyung Kota Medan**

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya. Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Dosen Pembimbing I

(YAN HENDRA, Drs, M.Si)

Hormat Pemohon

(AYU ASHARI)

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

(ABRAR ADHANI, M.I.Kom)

Medan, 06 Februari 2017

Hal : **Permohonan Perpanjangan SK. Bimbingan Skripsi.**

Kepada Yth :  
**Ketua Prodi IKO FISIP UMSU**  
Di –  
Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat,

Saya mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : AYU ASHARI

NPM : 1203110112

Fakultas/Prodi : FISIP/IKO

Semester : X

Judul : Komunikasi Antar Budaya Pedagang Etnis Tamil Dalam Melayani Pembeli Pribumi Di Kuliner Pagaruyung Kota Medan

Bermohon kepada Bapak untuk dapat diberikan izin mendapatkan Perpanjangan SK. Bimbingan Skripsi pada Biro FISIP UMSU, karena SK. Bimbingan Skripsi yang lama telah habis / lewat dari masa berlakunya.

Demikian permohonan ini saya sampaikan dihadapan Bapak dan berharap semoga dapat berkenan dan memakluminya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Mengetahui/Disetujui  
Ketua Prodi IKO FISIP UMSU



**Nurhasanah Nasution, M.I.Kom**

Mahasiswa



**Ayu Ashari**