

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap manusia dalam kehidupan sosial akan saling membutuhkan dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Kemudian dari hal tersebut mereka akan berhubungan satu sama lain baik melalui komunikasi secara verbal maupun komunikasi non verbal. Dalam berhubungan satu sama lain tersebut, manusia memiliki pola komunikasi yang mereka gunakan dalam interaksi mereka. Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Pola Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Dari pengertian di atas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi. Proses komunikasi yang sering dilakukan oleh manusia adalah dipasar, karena pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli.

Pasar adalah tempat penjual dan pembeli bertemu, barang dan jasa tersedia untuk dijual dan akan terjadi pemindahan hak milik. Pertemuan penjual dan pembeli memungkinkan terjadinya interaksi sosial. Dalam kegiatan transaksi jual beli setiap individu baik penjual maupun pembeli akan melakukan hubungan sosial yang dipengaruhi oleh konteks sosial budaya yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Di masyarakat kita telah mengenal kedua jenis pasar yaitu adalah pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar , dimana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas

. Dalam buku *Indonesian Culture* (2009) Rahmad Widiyanto, Pasar Tradisional merupakan pasar yang berkembang di masyarakat dengan pedagang asli Pribumi. Dan Pasar Tradisional biasanya memiliki banyak bentuk interaksi baik antara penjual dan pembeli, pembeli dan pembeli, maupun penjual dan penjual lainnya. Dalam interaksi tersebut menimbulkan pola komunikasi yang mereka gunakan.

Pasar *modern* adalah dimana produknya (barang dan jasa) dijual dengan harga pas sehingga tidak terjadi aktivitas tawar-menawar harga barang antara penjual dan pembeli. Produk yang diperjual-belikan di pasar ini adalah produk yang biasanya bersih dalam bentuk kemasan, baik dimana harganya sudah ditentukan dengan memberi label harga pada produk. Umumnya pasar modern berada di perkotaan atau di pinggir kota dengan kondisi yang bersih dan nyaman bagi konsumen.

Karena pola-pola interaksi antara penjual dan pembeli tidak seperti biasanya, penulis bermaksud untuk memahami mengapa pola-pola tersebut digunakan dalam praktik jual beli barang di pasar tradisional. Studi-studi terdahulu tentang pola-pola interaksi komunikatif antara penjual dan pembeli lebih banyak mengambil objek studi tentang tawar-menawar yang bersifat konvensional (sesuai dengan sistem harga luncur). Penelitian ini mengkaji tipe jenis transaksi jual beli yang terjadi di Pasar Tradisional Kranji dan Pasar Modern Harapan Indah

Pasar adalah suatu pranata ekonomi sekaligus cara hidup, suatu gaya umum dari ekonomi yang mencapai segala aspek dari masyarakat, dan suatu dunia sosial- budaya yang hampir lengkap dalam sendirinya. (Geertz, 1973:31). Pengertian pasar menurut Geertz ini secara eksplisit menjelaskan arti istilah pasar tradisional yang di dalamnya terdapat nilai sosial budaya yang sangat tepat mengarah ke pada deskripsi mengenai pasar tradisional yang ada di Jawa dengan segala nilai sosial yang dianut.

Geertz menambahkan pasar adalah lingkungan yang dari sudut pandangnya merupakan gejala alami dan juga gejala kebudayaan dan keseluruhan dari kehidupannya dibentuk oleh pasar itu dan seluruh pola dari kegiatan pengolahan dan penjaan secara kecil-kecilan. Jennifer Alexander dalam tulisan dari penelitiannya berjudul "Wanita Pengusaha di Pasar-Pasar Jawa" (Budaya Pasar,

Robert W. Hefner, 2000:292) melihat pembagian jenis-jenis tertentu pedagang, orang Jawa membedakannya dalam dua kategori utama: juragan dan bakul.

Alexander mendeskripsikan Juragan adalah pedagang besar yang biasanya laki-laki atau orang Cina Indonesia atau pedagang wanita yang mayoritas orang Jawa, sedangkan bakul biasanya wanita yang memperdagangkan berbagai produk pertanian dan industri. Bakul membeli barang dagangannya kepada juragan sebagai pemasok kecil. (Alexander dalam Hefner:2000:285). Pasar Kranji sebagai lokasi penelitian ini banyak juga juragan tapi dalam kapasitas yang lebih kecil (juragan kecil) karena banyak barang yang mereka produksi sendiri dan khas walaupun porsinya hanya sedikit.

Dalam proses interaksi jual beli, kemampuan berkomunikasi (*communicative competence*) yang berdasarkan sistem kebudayaan penutur, dapat menunjang keberhasilan kerja di sektor informal. Sebagai sarana komunikasi dan ekspresi diri, bahasa dapat mempengaruhi pikiran dan perasaan manusia lain, sehingga dengan bahasa, seseorang mampu membuat orang lain melakukan tindakan responsif sesuai dengan pesan yang dipertukarkan. Menurut Lasswell (dalam Effendy, 1986:10), komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Dengan media bahasa, seorang komunikator mampu mempengaruhi komunikan dan pesan yang disampaikan dapat dipahami sesuai dengan makna-makna yang terkandung di dalamnya.

Interaksi Sosial adalah proses dimana orang-orang berkomunikasi saling mempengaruhi dalam pikiran dan tindakan. Seperti kita ketahui, bahwa manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak lepas dari hubungan satu dengan yang lain. Ada beberapa pengertian interaksi sosial yang ada dilingkungan masyarakat, diantaranya menurut H Booner dalam bukunya *Sosial Psychoogy*, memberikan rumusan interaksi sosial bahwa “interaksi sosial adalah hubungan antara dua individu atau lebih, dimana individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki individu lain atau sebaliknya. “Menurut Gliiin and Gliiin yang menyatakan bahwa “interaksi sosial adalah hubungan-hubungan antara orang-

orang secara individual antar kelompok orang dan orang perorang dengan kelompok”.

Dalam kehidupan sehari-hari, interaksi sosial dapat berlangsung di berbagai pranata sosial, seperti di keluarga, kantor/tempat kerja, ruang kuliah, atau di pasar tradisional sebagai tempat berlangsungnya aktivitas interaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Pasar tradisional memiliki dimensi yang kompleks. Suatu ciri khas yang tidak dapat ditemukan pada identitas kultural pasar-pasar modern. Pasar tradisional merupakan salah satu pranata budaya yang menjadi bagian integral dari masyarakat yang memilikinya. Pasar tradisional tidak hanya dapat diidentifikasi dari segi ekonomi saja, tetapi juga dari segi sosial budaya dan politik (Kusnadi, 1995:4).

Interaksi sosial dan praktik-praktik transaksi jual beli di pasar tradisional termasuk salah satu peristiwa tutur (*speech event*). Dalam peristiwa tutur tersebut, pemakaian bahasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti situasi dan peristiwa, peserta tutur, tujuan berbicara, dan norma-norma interaksi. Bahasa lisan merupakan sarana utama komunikasi, bekerja sama, dan mengidentifikasi diri dengan sesama dalam lingkungan pasar

Praktik tawar-menawar barang yang agak berbeda tersebut dapat dilihat pada dua kasus berikut ini. Pertama, seorang pembeli mendatangi penjual barang. Pembeli memilih dan mengambil barang dagangan yang dikehendaki, lalu dikumpulkan, dan diserahkan kepada penjual untuk dihitung berapa jumlah uang yang harus dibayarkan. Setelah harga diberitahukan, pembeli membayar dan barang diserahkan. Kedua, seorang pembeli mendatangi penjual barang dan menyerahkan sejumlah uang kepada penjual dengan mengatakan “campur”. Penjual akan mengambil barang-barang yang sesuai dengan kehendak pembeli. Setelah terkumpul, barang tersebut diserahkan kepada pembeli. Peristiwa transaksi jual beli pada kedua kasus di atas tidak disertai dengan praktik tawar-menawar (negosiasi) yang intensif antara penjual dan pembeli barang. Karena pola-pola interaksi antara penjual dan pembeli tidak seperti biasanya, penulis bermaksud untuk memahami mengapa pola-pola tersebut digunakan dalam praktik jual beli barang di pasar tradisional. Studi-studi terdahulu tentang pola-pola interaksi

komunikatif antara penjual dan pembeli lebih banyak mengambil objek studi tentang tawar-menawar yang bersifat konvensional (sesuai dengan sistem harga luncur). Penelitian ini mengkaji tipe jenis transaksi jual beli.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana Komunikasi Verbal dan Non verbal serta Hambatan Antara Penjual dan Pembeli di Pasar Tradisional Kranji dan Pasar *Modern* Harapan Indah ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui cara berinteraksi para pembeli dan para penjual di pasar tradisional Kranji dan Pasar *Modern* Harapan Indah
2. Untuk mengetahui proses tawar menawar penjual dan pembeli
3. Untuk mengetahui hambatan saat proses tawar menawar di pasar tradisional.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Akademis : Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya teori-teori Ilmu Komunikasi serta mengetahui dalam membuat penelitian lalu diterapkan kehidupan sehari-hari
2. Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan masukan dalam penerapan ilmu dalam penggunaan serta penerapan bahasa jurnalistik pada penulisan berita. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan bisa bermanfaat bagi calon Mahasiswa ataupun penulis untuk mengetahui proses dalam tentang interaksi antara para pembeli dan para penjual di pasar tradisional kranji dan pasar modern harapan indah serta bisa menjadi *refrensi* bagi penelitian.