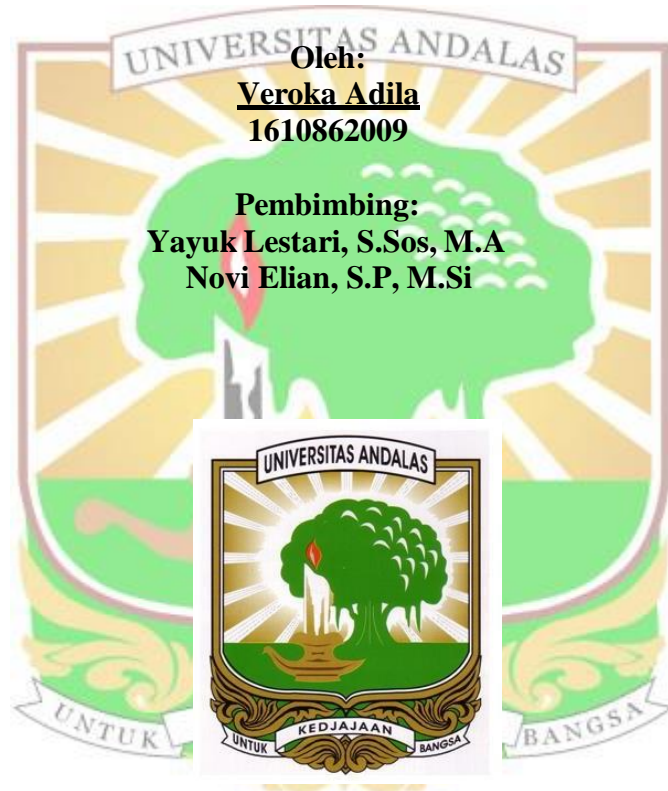


SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh:
Veroka Adila
1610862009

Pembimbing:
Yayuk Lestari, S.Sos, M.A
Novi Elian, S.P, M.Si

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023

ABSTRAK

POLA KOMUNIKASI PEDAGANG TEKSTIL DI PASAR RAYA KOTA PADANG

Oleh :

Veroka Adila

1610862009

Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A

Novi Elian, S.P, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk melihat interaksi yang terjadi antara pedagang dan pembeli di pasar raya sebagai contoh interaksi langsung dalam konteks komunikasi simbolik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi partisipatif dan wawancara dengan pedagang dan pembeli di Pasar Raya Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi antara pedagang dan pembeli melibatkan penggunaan simbol-simbol yang memiliki makna sosial. Pedagang menggunakan simbol-simbol seperti harga atau kualitas barang untuk mempengaruhi persepsi pembeli dan menciptakan keinginan untuk membeli. Mereka juga menggunakan bahasa verbal dan nonverbal, seperti penampilan fisik, ekspresi wajah, atau nada suara, untuk membangun citra dan kepercayaan kepada pembeli. Pembeli juga menggunakan simbol-simbol dan tindakan sosial untuk berkomunikasi dengan pedagang. Mereka melakukan negosiasi harga, membandingkan kualitas barang, atau mencoba membangun hubungan personal dengan pedagang. Selain itu, pembeli juga menggunakan ekspresi wajah, bahasa tubuh, atau bahasa verbal untuk mengekspresikan minat, kepuasan, atau ketidakpuasan mereka terhadap produk atau harga yang ditawarkan oleh pedagang. Interaksi simbolik ini menekankan bahwa makna sosial tidaklah tetap, melainkan dapat berubah dan dinegosiasikan dalam interaksi sosial sehari-hari. Dalam konteks pasar raya sebagai pasar tradisional, interaksi simbolik membantu kita memahami bagaimana pedagang dan pembeli menggunakan simbol-simbol dan tindakan sosial untuk menciptakan makna, membangun hubungan, dan saling mempengaruhi perilaku.

Kata Kunci: Komunikasi Verbal, Komunikasi Non Verbal, Pedagang, Interaksi Simbolik, Pasar Raya Kota Padang

ABSTRACT

COMMUNICATION PATTERNS OBSERVED AMONG TEXTILE TRADERS IN PADANG

By :

Veroka Adila

1610862009

Supervisor:

Yayuk Lestari, S.Sos, M.A

Novi Elian, S.P, M.Si

This study aims to examine the interactions between traders and buyers in the main market as a direct example of symbolic communication. Utilizing a qualitative approach, data was collected through participatory observation and interviews conducted with traders and buyers at Pasar Raya Padang City. The findings reveal that these interactions involve the utilization of symbols that hold social meaning. Traders employ symbols such as price or quality to shape buyer perceptions and generate a desire to make purchases. Furthermore, they utilize both verbal and nonverbal language, such as physical appearance, facial expressions, and tone of voice, to establish their image and foster trust among buyers. On the other hand, buyers also employ social symbols and actions to communicate with traders. They engage in price negotiations, compare the quality of goods, and strive to build personal relationships with merchants. Additionally, buyers express their interest, satisfaction, or dissatisfaction with products or prices through facial expressions, body language, or verbal communication. This emphasis on symbolic interaction highlights that social meanings are not fixed but are subject to change and negotiation within everyday social interactions. In the context of traditional markets, symbolic interactions provide insights into how traders and buyers employ symbols and social actions to construct meaning, forge relationships, and influence each other's behaviors.

Keywords: Verbal Communication, Non-Verbal Communication, Traders, Symbolic Interaction, Padang Market