

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini proses komunikasi terjadi karena jual beli dan interaksi antara pedagang dan penjual.

1. Pertama bahasa minang menjadi bahasa yang digunakan untuk komunikasi antarpedagang dan pembeli di Pasar Raya Padang, tetapi perbedaan bahasa minang dari tiap daerah asal pembeli juga mempengaruhi komunikasi terhadap pedagang, sehingga tidak tercapai komunikasi yang relevan. Interaksi tatap muka memiliki pengaruh terhadap pemahaman kualitas barang yang dijelaskan oleh pedagang kepada pembeli bertujuan untuk saling menguntungkan.

2. Kedua, situasi pasar yang ramai dan bising membuat komunikasi antara pedagang dan pembeli menjadi sedikit terganggu. Pedagang juga kewalahan jika banyak pembeli berdatangan sedangkan jumlah pegawai di toko terbatas, sehingga pembeli yang merasa tidak dilayani memilih pergi ke toko lain.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademik

Berdasarkan penelitian ini diharapkan mampu menunjukkan eksistensi Pasar Raya Padang, sehingga penelitian tentang Pasar Raya Padang menjadi menarik untuk diteliti dalam jurusan ilmu komunikasi diharapkan ada penelitian lanjutan tentang komunikasi verbal dan non verbal.

5.2.2 Saran Praktis

1. diharapkan pedagang dan pembeli menggunakan bahasa indonesia agar proses jual beli dapat tercapai.

2. diharapkan pedagang menggunakan gestur tubuh yang dapat menarik perhatian pembeli.
3. diharapkan hambatan komunikasi dapat diatasi, seperti ditambahkan jumlah pegawai di toko agar tidak kewalahan dalam melayani banyaknya pembeli.

5.3 Manfaat

Diharapkan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan kepada pedagang dan pembeli dalam komunikasi transaksi jual beli di Pasar Raya Kota Padang.

