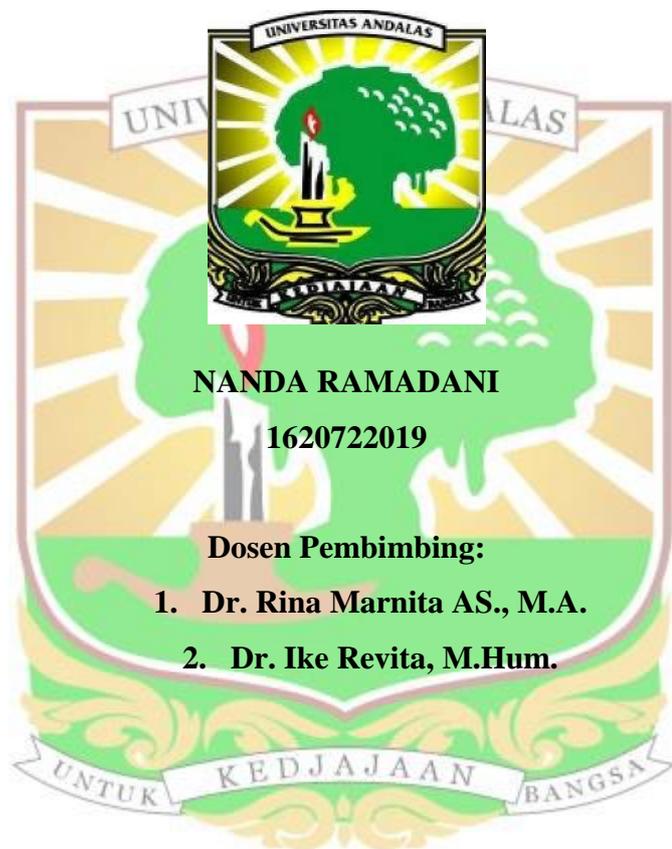


**RAGAM KATA SAPAAN DALAM KOMUNIKASI PEDAGANG DAN
PEMBELI DI PASAR TRADISIONAL KECAMATAN RUMBAI PESISIR,
KOTA PEKANBARU**

TESIS

**Tesis ini Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Magister Humaniora pada Program Studi Linguistik Universitas Andalas**



NANDA RAMADANI

1620722019

Dosen Pembimbing:

- 1. Dr. Rina Marnita AS., M.A.**
- 2. Dr. Ike Revita, M.Hum.**

**PROGRAM STUDI LINGUISTIK
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2020**

**RAGAM KATA SAPAAN DALAM KOMUNIKASI PEDAGANG DAN
PEMBELI DI PASAR TRADISIONAL KECAMATAN RUMBAI PESISIR,
KOTA PEKANBARU**

**Nanda Ramadani
1620722019**

**Program Studi Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Andalas
(Pembimbing I: Dr. Rina Marnita AS., M.A., Pembimbing II: Dr. Ike Revita,
M.Hum.)**

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian sosiolinguistik yang bertujuan untuk menganalisis percakapan sejumlah pedagang dan pembeli di pasar tradisional kecamatan Rumbai Pesisir untuk menemukan jenis kata sapaan yang digunakan, fungsi dari penggunaan kata sapaan, dan faktor sosial yang mempengaruhi penggunaan kata sapaan yang digunakan oleh pedagang dan pembeli. Data penelitian dikumpulkan menggunakan metode Simak Bebas Libat Cakap (SBLC), yang didukung dengan teknik rekam dan catat. Jenis dan fungsi kata sapaan ditentukan dengan merujuk pada teori kata sapaan oleh Wardhaugh (2006) dan faktor sosial yang mempengaruhi munculnya kata sapaan ditentukan dengan mempertimbangkan konteks sosial percakapan dan variable sosial berupa usia, jenis kelamin, status sosial, dan hubungan keakraban dengan juga merujuk teori kata sapaan Wardhaugh (2006). Hasil analisis menunjukkan bahwa baik pedagang maupun pembeli selalu menggunakan kata sapaan dalam komunikasi jual beli pada pasar tradisional. Jenis kata sapaan yang digunakan oleh pedagang dan pembeli bervariasi, mulai dari nama diri, istilah kekerabatan, dan nama panggilan kesayangan. Istilah kekerabatan (95%) dan nama panggilan kesayangan (5%) digunakan oleh pedagang dan istilah kekerabatan (94%) dan nama diri (6%) digunakan oleh pembeli dalam menggunakan bentuk kata sapaan. Fungsi dari kata sapaan adalah sebagai penanda keakraban dan menunjukkan rasa hormat. Pilihan jenis kata sapaan ditentukan oleh status sosial, jenis kelamin, usia, dan tingkat keakraban antara pedagang dan pembeli. Penemuan dalam penelitian ini ialah terdapat kata sapaan yang digunakan berdasarkan etnis mitra tutur, seperti *Inang*, *Mbah*, dan *Mas*. Dapat disimpulkan, bahwa pedagang dan pembeli menggunakan kata sapaan agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan tujuan dari masing-masing pihak dapat terpenuhi.

Kata kunci : Faktor Sosial, Fungsi, Istilah Kekerabatan, Kata Sapaan, Sosiolinguistik.