

PASAR SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA (Studi Deskriptif Pedagang Pasar Segiri Samarinda)

Abdul Majid ¹

Abstrak

Artikel ini menjelaskan Pasar segiri Samarinda sebagai sarana komunikasi Antar Budaya sesama pedagang. Pasar merupakan sisi dunia usaha yang mempunyai karakteristik kerakyatan yang lekat dengan dimensi sosial, ekonomi dan budaya. Kegiatan di pasar melibatkan masyarakat baik selaku pembeli maupun penjual saling membutuhkan satu sama lainnya. Keberadaan pasar pada hakekatnya bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat agar bisa memenuhi berbagai keinginan yang dibutuhkan bagi kelangsungan hidup. Pasar merupakan sebagai tempat belajar berkomunikasi, Berkomunikasi bukan sekedar berbicara lisan, tetapi juga membaca bahasa tubuh dan melihat situasi dan kondisi saat berbicara. Komunikasi antar budaya dapat terjadi di segala bidang termasuk dalam transaksi dan interkasi antara penjual-pembeli maupun antar pedagang di pasar. Seperti pasar pada umumnya Pasar Segiri menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli, tempat tawar-menawar barang, tempat saling berinteraksi antar pedagang maupun antar pembeli dan menjadi tempat bertatap muka langsung. Di pasar Segiri terdapat pedagang dari aneka ragam suku yang ada di Indonesia. Dari semua setiap suku memiliki dan mempunyai ciri khas dari segi bahasa, agama, adat istiadat, pakaian, kebiasaan perilaku dan lain-lain.

Kata Kunci : *Komunikasi Antar Budaya, Pedagang, Pasar Segiri Samarinda, Sarana Komunikasi*

Pendahuluan

Pasar merupakan sebagai tempat belajar berkomunikasi, Berkomunikasi bukan sekedar berbicara lisan, tetapi juga membaca bahasa tubuh dan melihat situasi dan kondisi saat berbicara. Komunikasi antar budaya dapat terjadi di segala bidang termasuk dalam transaksi dan interkasi antara penjual-pembeli maupun antar pedagang di pasar. Pasar sebagai sendi perekonomian rakyat memungkinkan manusia bertatap muka langsung dari aneka latar belakang budaya.

Seperti pasar pada umumnya Pasar Segiri menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli, tempat tawar-menawar barang, tempat saling berinteraksi

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: lee.majid@yahoo.com

antar pedagang maupun antar pembeli dan menjadi tempat bertatap muka langsung. Di pasar Segiri terdapat pedagang dari aneka ragam suku yang ada di Indonesia dan pedagang yang paling dominan di pasar Segiri adalah suku Madura, Bugis, Jawa dan Banjar. Di Pasar Segiri hubungan antar pedagang terjalin penuh keakraban, mereka hidup berdampingan, menerima kekurangan dan kelebihan masing-masing, menjalin interaksi dan komunikasi yang baik antar pedagang, meskipun mereka memiliki latar belakang budaya yang berbeda-beda. Namun disisi lain, gesekan dan perselisihan antar pedagang juga masih terjadi.

Adanya keunikan dipasar segiri samarinda dan keberagaman suku dari para pelaku pasarnya yaitu pedagangnya, yang mampu hidup berdampingan satu sama lain, mampu saling berinteraksi dan komunikasi dengan baik meskipun adanya perbedaan diantara mereka membuat peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji secara mendalam sebagai objek penelitian.

Kerangka Dasar Teori

Pengertian Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antar budaya adalah setiap proses pembagian informasi, gagasan atau perasaan diantara mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Proses pembagian informasi itu dilakukan secara lisan dan tertulis, juga melalui bahasa tubuh, gaya atau penampilan pribadi, atau bantuan hal lain disekitarnya yang memperjelas pesan. Liliweri, (2007:30).

Komunikasi antar budaya terjadi bila pengirim pesan anggota dari suatu budaya dan penerima pesannya adalah anggota dari suatu budaya lain. Seperti telah kita lihat, budaya mempengaruhi orang yang berkomunikasi. Budaya bertanggung jawab atas seluruh pembendaharaan perilaku komunikatif dan makna yang di miliki setiap orang. Konsekuensinya, perbendaharaan- perbendaharaan yang dimiliki dua orang yang berbeda budaya akan berbeda pula, yang dapat menimbulkan segal macam kesulitan. Mulyana dan Rakhman (2005:20).

Unsur-Unsur Komunikasi Antar Budaya

Unsur-unsur proses komunikasi antar budaya. Liliweri (2007:25) yaitu :

- a. Komunikator
- b. Komunikan
- c. Pesan atau symbol
- d. Media
- e. Efek atau Umpan Balik
- f. Suasana (*setting* dan *context*)
- g. Gangguan (*noise* atau *interference*)

Bentuk-Bentuk Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk

kedalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal. Mulyana (2005:237).

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Mulyana (2005:238).

Komunikasi Nonverbal

Secara sederhana pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (1991) 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. Mulyana (2005:308).

Pasar

Pada mulanya, pasar dinyatakan sebagai tempat dimana barang-barang diperdagangkan dengan pengertian ini kita mengenal pasar. Namun dalam kondisi yang lebih maju, pasar didefinisikan sebagai adanya pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan negosiasi jual-beli atas barang atau jasa tertentu. BPKP (2007).

Menurut William J. Stanton (1993) pasar dapat di definisikan sebagai berikut: “pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemauan untuk membelanjakannya”. Dari definisi tersebut terdapat tiga unsur penting di dalam pasar yaitu: orang dengan segala keinginannya, daya beli mereka dan kemauan untuk membelanjakan.

Fungsi pasar, terutama pasar bukan hanya sebagai tempat transaksi jual-beli, tetapi juga sebagai media komunikasi antara penjual dan pembeli, pedagang dengan pedagang dan warga masyarakat yang bermukim di sekitar pasar. Pasar menjadi media sosial yang menghubungkan komunikasi antar manusia di suatu daerah. Chourmain (1994).

Sarana Komunikasi

Secara umum sarana adalah alat penunjang keberhasilan suatu proses upaya yang dilakukan di dalam pelayanan publik, karena apabila kedua hal ini tidak tersedia maka semua kegiatan yang dilakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan rencana. Langgeng sudibyo (2009).

Komunikasi menurut Bernard Bereson dan Garry A. Steiner adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan simbol, kata, gambar, figur dan grafik (Wiryanto, 2004:7)

Komunikasi menurut Roger dan Kincaid (Wiryanto, 2004:6) adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Sarana Komunikasi adalah suatu alat atau media yang dipakai untuk menunjang kegiatan atau proses komunikasi antara komunikator atau penyampai pesan dengan komunikan atau penerima pesan.

Pasar Sebagai Komunikasi Antar Budaya

Pasar sebagai komunikasi antar budaya bisa diartikan dalam penelitian ini adalah pasar sebagai tempat terjadinya interaksi komunikasi antar budaya karena di Pasar pada umumnya tempat berkumpul, bertatap muka secara langsung, dan berinteraksi antar orang-orang yang berbeda latar belakang budaya.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif* dengan melakukan pendekatan *kualitatif*

Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah komunikasi dan interaksi para pedagang dari empat suku yang ada dan yang paling dominan dipasar Segiri Samarinda yaitu suku madura, bugis, banjar, dan jawa. Yaitu:

- a. Bentuk-bentuk komunikasi antar budaya yang terjadi dipasar Segiri
 - Verbal (ucapan dan kata-kata)
 - Nonverbal (bahasa tubuh dan sentuhan)
- b. Situasi yang menghubungkan terjadinya komunikasi antar budaya sesama pedagang dipasar Segiri
 - Bertukar pikiran dan informasi
 - Keinginan untuk saling mengenal

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (a) Informan/narasumber; (b) Dokumen-dokumen;

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah; (a) Wawancara/*Interview*; (b) Observasi; (c) kepustakaan

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang di kembangkan oleh Miles dan Huberman terjemahan Sugiyono (2006:16) dengan menggunakan analisis data model interaktif, yaitu; (a) reduksi data; (b) penyajian data; (c) menarik kesimpulan/verifikasi.

Hasil Penelitian

Bentuk-bentuk komunikasi antar budaya yang terjadi dipasar Segiri

a. Bentuk komunikasi verbal

Perbedaan budaya yang ada dan bahasa yang berbeda menjadi hal yang cukup mendasar dalam penyesuaian interaksi antar pedagang yang berbeda suku atau etnis apalagi saat pedagang tersebut baru berjualan dipasar Segiri dan baru datang dari daerah mereka, Pedagang dipasar segiri Samarinda berinteraksi sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia mereka berinteraksi dengan pedagang yang berbeda suku dengan menggunakan bahasa Indonesia. Sedangkan untuk interaksi dengan pedagang yang satu suku dengan mereka sering menggunakan bahasa daerah mereka sendiri. Sedangkan kendala yang sering mereka hadapi seperti saat mereka pertama kali jualan dipasar segiri karena mereka kebanyakan berasal dari daerah sehingga mereka kaget dengan lingkungan baru serta karena bahasa, budaya dan karakter pedagang suku lain yang berbeda-beda sehingga susah untuk dipahami, Untuk mengatasinya mereka berusaha mengatasi kendala tersebut dengan berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan dan memahami mereka atau menyadari bahwa mereka berbeda, Mereka juga sering mengalami salah faham dengan pedagang lain seperti pengucapan dalam penggunaan bahasa karena perbedaan logat seperti pedagang dari suku Madura yang gaya bicaranya yang kasar dan keras sehingga membuat pedagang lain kalau tidak tahu maka akan salah faham hingga marah dan untuk mengatasi salah faham tersebut mereka memilih untuk menyelesaikannya dengan memberi penjelasan satu sama lain sampai saling mengerti dan memahami dan menjelaskan lebih detail apa yang mereka maksud dan lebih menyesuaikan diri dengan budaya mereka.

b. Bentuk komunikasi nonverbal

Pesan menggunakan tanda atau simbol tidak mudah untuk dilakukan dan tidak mudah untuk dipahami namun dengan keinginan yang kuat untuk saling berinteraksi hal tersebut dapat diatasi para pedagang dipasar segiri dengan melakukannya berulang-ulang hingga dapat dipahami satu sama lain saat berinteraksi. Para pedagang dipasar segiri Samarinda sering menggunakan bahasa isyarat seperti bahasa tubuh atau gerakan tubuh saat berinteraksi satu sama lain, Mereka melakukannya untuk mengurangi kesalah pahaman diantara mereka karena perbedaan bahasa maupun dari lingkungan sekitar yang merupakan pasar dan pasti ramai dan bahasa isyarat yang sering mereka gunakan adalah bahasa tubuh atau bantuan menggunakan suatu alat, Sedangkan untuk berinteraksi dengan pedagang yang satu suku mereka juga menggunakan bahasa isyarat tapi tidak sesering saat interaksi dengan pedagang yang berbeda suku dengan mereka, Untuk kendala dan hambatan yang sering mereka alami karena susah untuk melakukannya dan susah untuk memahami suatu komunikasi dan interaksi menggunakan bahasa isyarat,

kemudian cara mereka untuk mengatasi kendala dan hambatan saat berinteraksi dan berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat dengan melakukannya berulang-ulang hingga bisa dimengerti apa yang dimaksud satu sama lain dan salah faham juga sering mereka alami seperti apa yang disampaikan Ibu Miah dari etnis Bugis apa yang disampaikan kepedagang lain saat meminta bantuan menggunakan bahasa tubuh mereka malah Cuma menganggukan kepala hal tersebut juga dialami oleh para informan yang lain maupun pedagang yang lain, Untuk menghindari salah faham pedagang tersebut melakukannya secara berulang-ulang dan memperjelas apa yang di maksudkan sehingga dapat dimengerti oleh satu sama lain.

Situasi atau media yang menghubungkan terjadinya komunikasi antar budaya sesama pedagang dipasar Segiri

a. Bertukar pikiran dan informasi

Saat pedagang berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain seperti bertukar pikiran dan informasi sesama pedagang mereka mendapat pengetahuan yang lebih seperti berbagi pengalaman tentang dagangan masing-masing, Saling memberi saran serta mengetahui kebudayaan, sifat, perilaku, bahasa pedagang suku lain dan bisa memahami pedagang suku lain, Kendala yang mereka alami saat melakukan interaksi karena perbedaan budaya dan suasana pasar yang ramai untuk mengatasinya mereka berusaha mengerti serta memahami mereka dan berbicara dengan keras, Saat melakukan interaksi pedagang sering membicarakan masalah suku namun masih dalam tahap wajar seperti pertanyaan berasal dari suku mana atau bagaimana suku mereka, Dan pengetahuan yang mereka dapat adalah mengetahui lebih banyak tentang suku lain seperti kebiasaannya, bahasanya, sifatnya dan lainnya serta dapat informasi yang banyak tentang dagangan masing-masing.

b. Keinginan untuk saling mengenal

Pedagang dipasar segiri Samarinda ingin saling mengenal dengan sesama pedagang karena ingin memperluas pergaulan dan mengenal lingkungan juga ingin menambah pengetahuan tentang budaya pedagang lain yang memiliki suku yang berbeda-beda serta mengetahui informasi tentang jenis dagangan pedagang lain, Untuk membuka pembicaraan dengan pedagang lain mereka menanyakan tentang jualan lalu kemudian topik pembicaraan berkembang menjadi lebih dalam dan membahas tentang kehal yang lebih pribadi seperti masalah suku atau yang lainnya, Sedangkan kendala yang mereka alami karena perbedaan bahasa serta budaya sehingga sulit untuk akrab dan ramainya pasar sehingga sulit untuk berbicara dengan pelan, Untuk menghindari salah faham saat melakukan interaksi dengan pedagang lain mereka menyesuaikan dengan karakter orang yang mereka ajak bicara.

Pembahasan

Bentuk-bentuk komunikasi antar budaya yang terjadi dipasar Segiri

a. Bentuk komunikasi verbal

Dari hasil penelitian yang dilakukan, bahwa perbedaan budaya yang ada dan bahasa yang berbeda menjadi hal yang cukup mendasar dalam penyesuaian interaksi antar pedagang yang berbeda suku atau etnis apalagi saat pedagang tersebut baru berjualan dipasar Segiri dan baru datang dari daerah mereka.

Dipasar segiri pedagang sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia termasuk komunikasi dengan pedagang yang berbeda suku, kecuali ketika berinteraksi dan berkomunikasi dengan pedagang yang satu suku mereka menggunakan bahasa daerah mereka. Sedangkan hambatan dan kendala juga sering mereka hadapi saat berinteraksi dan berkomunikasi seperti ketika mereka pertama kali datang dan berjualan dipasar yaitu karena bahasa yang sering mereka dengar tidak mereka mengerti dan lingkungan baru yang asing bagi mereka. Namun jika pedagang sudah tinggal dan berjualan lama lambat laun hal tersebut dapat mereka atasi dan mampu beradaptasi dengan lingkungan. Salah faham juga sering mereka alami karena perbedaan bahasa, budaya, sifat dan perilaku. Mereka berusaha mengatasi salah faham dengan saling memahami dan mengerti bahwa mereka berbeda serta berusaha menghindari hal-hal yang buruk.

b. Bentuk komunikasi nonverbal

Dari hasil penelitian, komunikasi nonverbal sering dilakukan oleh pedagang ketika berinteraksi dengan pedagang lain yang berbeda suku, mereka menggunakannya sebagai penyempurna saat berinteraksi satu sama lain agar bisa saling mengerti dan tidak ada salah faham. Sedangkan kalau dengan yang satu suku mereka pernah melakukannya tapi tidak sering, mereka melakukannya karena jika jarak diantara mereka jauh jadi menggunakan suara tidak terdengar dan karena suasana pasar yang ramai karena itu mereka menggunakan tanda atau simbol seperti bahasa tubuh atau menggunakan bantuan alat. Mereka juga sering mengalami hambatan saat menggunakan komunikasi nonverbal, hambatan dan kendala yang sering mereka alami karena tidak mengerti apa yang dimaksudkan dan tidak mudah untuk melakukannya, namun mereka mampu mengatasinya dengan baik karena keinginan masing-masing seperti melakukannya berulang-ulang hingga kedua belah pihak mengerti apa yang dimaksudkan. Sedangkan salah faham juga sering mereka alami saat berkomunikasi menggunakan komunikasi nonverbal, mereka juga mampu mengatasinya dengan cara menyelesaikannya dengan kepala dingin tanpa adanya emosi dan dengan baik-baik.

Situasi atau media yang menghubungkan terjadinya komunikasi antar budaya sesama pedagang dipasar Segiri

a. Bertukar pikiran dan informasi

Dari hasil penelitian, yang menghubungkan pedagang dipasar segiri berinteraksi dengan pedagang lain adalah bertukar pikiran dan informasi. Pedagang pasar segiri saat bertukar pikiran dan informasi banyak pengetahuan yang mereka dapat seperti berbagi pengalaman tentang jualan masing-masing dan Saling memberi saran, apalagi saat berinteraksi dengan pedagang yang berbeda suku mereka dapat mengetahui kebudayaan pedagang suku lain, sifat, perilaku dan bisa memahami pedagang suku lain, Namun hambatan dan kendala juga mereka alami ketika berinteraksi saat bertukar pikiran maupun informasi yaitu karena perbedaan budaya, bahasa, sifat dan kebiasaan. Serta ramainya suasana pasar juga menjadi hambatan bagi mereka untuk berinteraksi dengan baik. Untuk mengatasi hambatan dan kendala tersebut pedagang berusaha untuk memahami, Bahwa mereka saling berbeda dan berusaha saling mengerti satu sama lain, Untuk masalah pasar yang ramai mereka kalau berinteraksi beerbicara dengan keras dan menggunakan *Body Language* atau bahasa tubuh serta menggunakan bantuan alat. Kalau interaksi dan komunikasi berbicara masalah suku mereka juga melakukannya karena ingin lebih dekat atau mendekatkan diri dan bisa lebih mudah untuk berinteraksi jika bertemu dengan pedagang lain maupun orang lain yang berbeda suku dan agar terhindar dari salah faham satu sama lain karena tidak tahu asal dari suku mana. Kemudian saat bertukar pikiran dan informasi banyak pengetahuan yang mereka dapat seperti kebiasaannya, bahasanya, sifatnya dan lainnya serta dapat informasi yang banyak tentang jenis dagangan masing-masing, serta bisa mencegah hal-hal yang buruk ketika berinteraksi dengan pedagang lain.

b. Keinginan untuk saling mengenal

Dari hasil penelitian, pedagang membuka pembicaraan dengan menanyakan jualan ataupun kabar dan kemudian interaksi dan komunikasi tersebut berkembang ke yang lebih dalam, tidak hanya itu pedagang juga banyak yang sudah tahu kalau ditempat mereka berjualan terdapat pedagang yang memiliki latar belakang yang berbeda yaitu suku atau etnis sehingga mereka juga ingin mengetahui bagaimana sifat, karakter, bahasa, budaya dan yang lain pedagang yang memiliki suku atau etnis yang berbeda. Namun hambatan dan kendala sering mereka alami saat berinteraksi dengan pedagang lain apalagi dengan pedagang yang berbeda suku atau etnis seperti dari hasil wawancara dengan pedagang hambatan yang sering mereka alami adalah karena ramainya suasana pasar dan juga karena perbedaan bahasa, sehingga saat mereka berinteraksi dan berkomunikasi harus menggunakan suara yang keras dan apabila tidak mengerti yang diucapkan atau yang diungkapkan pedagang menggunakan bahasa isyarat seperti *Body Language*

atau bahasa tubuh dan dengan bantuan alat. Sedangkan untuk menghindari salah faham saat melakukan interaksi dan komunikasi, pedagang berusaha untuk berhati-hati saat melakukannya dan memperhatikan bagaimana karakter pedagang lain apalagi pedagang yang berbeda suku atau etnis.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa Bentuk komunikasi antar budaya dan Situasi atau media yang menghubungkan terjadinya komunikasi antar budaya pada pedagang berbeda etnis yang dominan dipasar segiri yaitu Banjar, Bugis, Jawa dan Madura yang memiliki latar belakang yang berbeda, adalah sebagai berikut :

1. Bentuk-bentuk komunikasi antar budaya yang terjadi dipasar Segiri

komunikasi antar budaya dipasar segiri terjadi dalam dua bentuk yaitu komunikasi verbal dan nonverbal, Dari keempat suku yang dominan dipasar segiri yaitu Banjar, Bugis, Jawa dan Madura memiliki masalah yang sama yaitu bahasa, watak, karakter dan kepribadian yang berbeda-beda hal tersebut merupakan bawaan yang dipengaruhi adat dan budaya dari masing-masing pedagang, karena perbedaan tersebut baik komunikasi verbal maupun nonverbal mengalami hambatan dan tidak dapat berjalan dengan baik. Komunikasi verbal dipasar segiri bisa dibilang sudah berjalan dengan baik tapi hal-hal kecil seperti perselisihan dan gesekan masih terjadi karena perbedaan suku baik itu dari segi bahasa, budaya atau adat istiadat. Seperti halnya komunikasi verbal, komunikasi nonverbal dipasar segiri sudah dan dapat dilakukan oleh pedagang dipasar segiri namun pedagang mengalami sedikit hambatan saat melakukannya karena perbedaan suku seperti watak atau perilaku dari masing-masing pedagang.

2. Situasi yang menghubungkan terjadinya komunikasi antar budaya sesama pedagang dipasar Segiri

Situasi atau media yang menghubungkan terjadinya komunikasi antar budaya sesama pedagang dipasar segiri adalah bertukar pikiran dan informasi serta keinginan untuk saling mengenal sesama pedagang, bertukar pikiran dan informasi serta keinginan untuk saling mengenal sesama pedagang dilakukan oleh pedagang karena agar dapat saling mengenal dengan lingkungan tempat berjualan, memperluas pergaulan, berbagi informasi tentang dagangan masing-masing, supaya dapat pengetahuan tentang suku lain seperti bahasa, budaya dan adat istiadat dari masing-masing pedagang yang berbeda suku dan saling menjalin keharmonisan dilingkungan pasar diantara pedagang.

Namun pedagang juga mengalami hambatan saat berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain yaitu karena bahasa dan suasana pasar yang

ramai sehingga menyebabkan komunikasi tidak bisa maksimal, Untuk mengatasi hambatan tersebut dan agar terhindar dari suatu konflik pedagang berusaha menyesuaikan diri, berusaha saling memahami dan berusaha berkomunikasi dengan jelas satu sama lain seperti menggunakan suara yang keras ketika suasana pasar ramai dan menggunakan suatu tanda baik itu dengan bahasa tubuh, ucapan atau bantuan alat supaya dapat dipahami dan dimengerti.

Kesimpulan

1. Diharapkan pedagang ketika berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain baik dengan pedagang berbeda suku maupun satu suku untuk terus menjaga keharmonisan dilingkuagn pasar segiri dengan cara menjaga ucapan dan perilaku terhadap pedagang lain.
2. Diharapkan kepada pedagang untuk memiliki sikap toleransi yaitu menghormati, menghargai dan memahami serta peka terhadap sesama pedagang baik dengan pedagang satu suku maupun dengan pedagang dari suku lain.
3. Diharapkan kepada masing-masing pedagang yang satu suku maupun yang berbeda suku untuk saling mendukung satu sama lain seperti menjaga lingkungan pasar supaya kondusif dan mencegah terjadinya konflik yang tidak di inginkan demi terciptanya lingkungan yang baik dan harmonis dilingkuangan pasar.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antar manusia*. Profesional Books, Jakarta
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik*. Graha ilmu & Universitas Mercu buana, Yogyakarta, Jakarta
- Koentjaraningrat, 1993. *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan (Ed. VI)*. P.T. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Lilweri, Alo. 2007. *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Pustaka Belajar, Yogyakarta
- Meinarno, Eko A. widianti, bambang & halide, rizka. 2011. *Manusia dalam kebudayaan dan masyarakat edisi 2*. Salemba humanika, Jakarta

- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mulyana, Deddy. 1996. *Komunikasi Antar Budaya*. Dalam Jalaluddin Rakhmat Daris (Ed.), *Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif : Suatu Pendekatan Lintasbudaya*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Poerwanto, Hari. 2000. *Kebudayaan dan Lingkungan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*, PT. Alfabeta, Bandung
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Grasindo , Jakarta
- West, Richard & Turner, Lynn H. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, Buku 1, Edisi 3, PT. Salemba Humanika, Jakarta

Dokumen-dokumen

- _____, 2006 Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Revisi). Balai Pustaka, Jakarta
- Pedoman penyusunan tugas akhir (proposal skripsi dan skripsi), fakultas ilmu sosial dan politik universitas mulawarman samarinda

Sumber Internet

- Lilweri, Alo. 2003. "Makna budaya dalam komunikasi antarbudaya". (online), http://books.google.co.id/books/about/Makna_budaya_dalam_komunikasi_antarbuday.html?id=U-1ckHCx7nYC&redir_esc=y di akses pada tanggal 21 April 2013)
- _____, 2000. "Pengertian Sarana dan Prasarana". (online), <http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/presenting/2106962-pengertian-sarana-dan-prasarana/> di akses pada tanggal 14 maret 2013)
- _____, 2000. "Pengertian Arti Definisi Pasar". (online), <http://carapedia.com/pengertian-arti-definisi-pasar-info2000.html> di akses pada tanggal 21 maret 2013)