

Strategi percakapan dalam jual beli tradisional Bahasa Jawa dialek Banyumas = Conversation strategies in traditional selling and buying in Banyumas Dialect Javanese Language

Chusni Hadiati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20452115&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian mengenai strategi percakapan dalam jual beli tradisional dalam dialek Banyumas ini merupakan penelitian pragmatik yang berfokus pada analisis percakapan. Penelitian ini bertujuan untuk merekonstruksi strategi percakapan jual beli tradisional dalam dialek Banyumas dan menemukan faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Tuturan yang diujarkan oleh penutur merepresentasikan apa yang ada dalam benak mereka. Strategi percakapan dalam penelitian ini meliputi, kondisi kesahihan tuturan, strategi bertutur dan strategi kesantunan. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal yang direalisasikan melalui tuturan dalam percakapan jual beli. Data penelitian diperoleh dari percakapan jual beli di pasar tradisional. Penyajian data dilakukan dengan menggunakan mikro dan makro struktur. Analisis data dilakukan dengan metode padan pragmatis. Satuan analisis dalam penelitian ini adalah tuturan. Kondisi kesahihan tuturan dapat dilihat dari konteks tuturan. Pada realisasinya, konteks tuturan dapat dilihat sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembelian. Faktor eksternal atau bauran pemasaran adalah faktor-faktor di luar individu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor internal atau black box model yang terjadi dalam benak individu merupakan faktor dalam diri individu yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Faktor eksternal dan faktor internal itu direalisasikan ke dalam tuturan individu dalam percakapan jual beli tradisional. Bahasa dalam percakapan jual beli tradisional memiliki tiga fungsi, yaitu fungsi referensial, fungsi afektif, dan fungsi fatis. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk membuktikan fungsi bahasa dalam percakapan jual beli tradisional dalam bahasa Jawa dialek Banyumas

<hr>

ABSTRACT

The research on conversation strategies in traditional selling and buying in Banyumas dialect is a pragmatic research focuses on conversation analysis. It aims to reconstruct the conversation strategies in traditional selling and buying in Banyumas dialect and to find out the factors affecting consumers? behavior. Utterances used in traditional selling and buying conversation reflect speakers? mind. The conversation strategies include the felicity condition, the speech strategies, and the politeness strategies. Consumers? behavior is affected by external and internal factors. Data is gathered from traditional selling and buying conversations in traditional markets. This qualitative research uses micro and macro structure to display data and uses pragmatic identity method in analysis. The unit of analysis of this research is speech or utterance. Felicity condition of each utterance can be seen from the

context. Context is considered as factors affecting consumers' behavior. External factors or marketing mix are factors outside the consumers which affects the consumers' decision whether or not to buy the goods. On the other hand, internal factors or the black box model are factors inside the consumers affecting their decision. It is called as a black box model since it occurs in buyers' mind. Those external and internal factors are realized in the utterances used in traditional selling and buying conversation. The language functions in traditional selling and buying are classified into three types; referential, affective, and phatic. A further and deeper research needs to conduct to prove the language functions in traditional selling and buying conversation in Banyumas dialect