

Komunikasi Antarbudaya di kalangan Pedagang Kaki Lima (Studi Komunikasi Antarbudaya Pedagang Kaki Lima Yang Berbeda Etnis di depan Komplek MTQ Kota Pekanbaru)

Niki Pratama¹, Tessa Shasrini²

^{1), 2)}Program Studi Ilmu Komunikasi, FIKOM Universitas Islam Riau
E-mail: niki24@student.uir.ac.id¹, tessashasrini@comm.uir.ac.id²

Article History

Received: 18/1/2023

Revised: 19/1/2023

Accepted: 27/1/2023

Keywords: *Intercultural Communication, Cultural Adaptation, Street Vendors*

Abstrak: *Abstract: This study aims to determine intercultural communication that occurs among street vendors which indirectly gives them an identity that communication is very important to adapt to a new environment which is called cultural adaptation. This research is a research that uses qualitative methods with a descriptive approach that helps share information. related to intercultural communication among street vendors of different ethnicities in front of the MTQ complex in Pekanbaru. The results show that intercultural communication that occurs among street vendors of different ethnicities in front of the MTQ complex in Pekanbaru city aims to interact between them street vendors of different ethnicities and for trading activities they. As well as the process of cultural adaptation by street vendors who have difficulty adapting to other traders of different ethnicities.*

PENDAHULUAN

Di sini awalnya Carl I. Hovland (1994) mengatakan, komunikasi adalah proses dimana seseorang mengirimkan rangsangan, biasanya simbol verbal, untuk mengubah perilaku orang lain. Pernyataan Hovland merupakan unsur baru dalam proses komunikasi interpersonal, yaitu medium mengirimkan rangsangan untuk mengubah perilaku orang lain (Murniarti, 2019). Oleh karena itu, manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat dipisahkan dari komunikasi untuk menyampaikan pesan dengan harapan mediator dapat menerima dan melaksanakan pesan yang disampaikan.

Komponen komunikasi salah satunya adalah komunikasi antarbudaya, dimana sumber dan penerimannya berasal dari budaya yang berbeda. Komunikasi antar budaya adalah suatu aktivitas berkomunikasi yang dilakukan antara para etnis yang berkomunikasi dimana setiap etnisnya memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Perbedaan latar belakang budaya yang berbeda pada setiap etnis yang berkomunikasi sebenarnya merupakan suatu hal yang lumrah mengingat pada prinsipnya tidak ada manusia yang benar-benar sama dalam hal cara pandang (paradigma), interpretasi, dan pola pikir (Made Marthana Yusa, 2021).

Budaya adalah segala sesuatu yang dihasilkan oleh pikiran (akal) manusia. Setiap orang hidup dalam lingkungan sosial budaya tertentu, dan budaya ini selalu memaksakan nilai-nilai sosial budaya yang dianut oleh anggota masyarakat. Kekuatan nilai dan segala sarana sosial

budaya membentuk dan mempengaruhi perilaku seorang individu dalam berkomunikasi. Sebagai makhluk sosial yang hidup berkelompok dan saling berinteraksi, manusia/masyarakat juga terdiri dari latar belakang budaya yang berbeda. Mereka saling berkomunikasi baik secara langsung maupun melalui media massa, karena perkembangan dunia saat ini sedang menuju “*global village*” yang nyaris tanpa batas sebagai akibat dari perkembangan teknologi modern khususnya komunikasi. Bersamaan dengan pertukaran informasi, terjadi pula pertukaran nilai-nilai sosial budaya, yang menimbulkan pemahaman bahwa komunikasi antar budaya saat ini sangat penting dibandingkan dengan zaman dulu (Lagu, 2016).

Dalam kehidupan bermasyarakat, Pertemuan antar budaya adalah hal yang tidak bisa dihindari. komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat, perjumpaan dengan budaya lain merupakan hal yang tidak dapat dihindari dan komunikasi antar budaya harus terjadi. Proses komunikasi antar budaya sangat dipengaruhi oleh budaya, orang dari budaya yang berbeda berkomunikasi secara berbeda. Persepsi budaya adalah sudut pandang yang bisa sama atau berbeda dalam diri Anda ketika melihat orang lain (kelompok Anda sendiri, apalagi kelompok lain). Seringkali, masalah yang muncul berdasarkan penelitian sebelumnya terkait dengan sudut pandang yang berbeda dalam penelitian kelompok atau kelompok etnis lain, yang menyebabkan kesulitan dalam komunikasi antar budaya dan dapat mempengaruhi komunikasi antara kelompok etnis yang berbeda (Lubis, 2018).

Hambatan-hambatan ini dapat menyebabkan terjadinya suasana yang tidak diharapkan bahkan dapat menimbulkan pertikaian yang akan menjerumus pada konflik sosial. Hambatan tersebut diperparah terutama karena partisipan belum menyadari aspek-aspek budaya yang lain (Made Marthana Yusa, 2021). Komunikasi antarbudaya sangat diperlukan dalam suatu kelompok budaya dengan latar belakang budaya yang berbeda, karena memahami perbedaan masing-masing budaya akan menimbulkan toleransi antar kelompok budaya terhadap satu sama lain. Budaya adalah proses yang membangkitkan minat. Budaya mengacu pada gaya hidup orang, seseorang belajar untuk berpikir, merasakan, percaya dan berjuang untuk apa yang sesuai dengan budayanya.

Keragaman budaya memiliki hambatan yang tidak diharapkan sebelumnya, seperti bahasa, aksen, perilaku, dll. Hambatan dapat muncul dari kurangnya pemahaman antara individu dan orang lain dari budaya yang berbeda. Semakin besar perbedaan antar budaya, semakin besar kesadaran diri peserta komunikasi. Ini memiliki konsekuensi positif dan negatif. Selain itu, kesadaran diri membuat Anda lebih waspada dan mencegah Anda mengatakan hal-hal yang mungkin tampak tidak sensitif atau tidak pantas. Kelemahannya adalah membuat kita terlalu berhati-hati, tidak spontan, dan kurang percaya diri. Padahal prasyarat komunikasi dalam masyarakat yang berbeda budaya haruslah pertukaran informasi atau makna dan saling pengertian (Made Marthana Yusa, 2021).

Keragaman budaya dalam masyarakat memiliki dampak positif dan negatif. Pluralitas masyarakat multikultural dapat menimbulkan konflik karena adanya perbedaan budaya. Untuk menghindari konflik ini, diperlukan komunikasi yang efektif untuk memahami budaya yang berbeda dan pada akhirnya membangun kenyamanan dan rasa hormat satu sama lain. Beginilah keharmonisan tercipta dalam kehidupan bermasyarakat.

Salah satu golongan masyarakat yang tidak lepas dari keberagaman budaya adalah pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima atau disingkat PKL adalah istilah untuk menyebut penjual dagangan yang melakukan kegiatan komersial di atas daerah milik jalan (DMJ/trotoar) yang seharusnya diperuntukkan untuk pejalan kaki. Istilah PKL untuk pedagang yang menggunakan gerobak, istilah itu sering ditafsirkan demikian karena jumlah kaki pedagangnya ada lima. Lima

kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga "kaki" (yang sebenarnya adalah tiga roda, atau dua roda dan satu kaki kayu).

Disetiap lingkungan kota yang ada di Indonesia terdapat pedagang kaki lima, biasanya para pedagang kaki lima menepatkan dagangan nya atau berjualan di bahu jalan. Keberadaan PKL ada di hampir setiap bahu jalan yang ada di kota yang ada di Indonesia. Terlepas dari sisi negatif keberadaan PKL yang sering dipandang mengganggu keindahan suatu wilayah, PKL justru menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang memang membutuhkan. PKL juga bisa berperan sebagai “katup pengaman” khususnya bagi tenaga kerja tidak terampil (unskilled workers). PKL secara tidak langsung menjadi media pembangunan menuju perbaikan kualitas kehidupan secara bertahap. Dengan menjadi PKL, mereka memiliki harapan akan keadaan atau kondisi kehidupan yang lebih baik (Treman, 2017).

PKL sangat populer di negara kita. Kepopuleran PKL ini bisa dalam arti positif dan bisa juga dalam arti negatif. Sisi positifnya, warung pinggir jalan pasti bisa menyerap lapangan kerja, banyak pengangguran yang mencoba berkreasi, berwirausaha, dengan atau tanpa modal. Penting bagi mereka bahwa orang memiliki keberanian untuk menjalani hidup, berjuang untuk memenuhi tuntutan hidup, jika tidak mereka akan mati. Kelemahannya adalah PKL tidak memperhatikan peraturan keselamatan, kebersihan dan kebisingan. Di mana pun ada pedagang kaki lima, pasti ada kekacauan, kebisingan, dan banyak sampah.

Disetiap kota yang ada di Indonesia tidak pernah lepas dari yang nama nya pedagang kaki lima, juga termasuk kota Pekanbaru. Ibu kota Provinsi Riau. Pekanbaru menjadi sentral perekonomian di Provinsi Riau, banyak sekali pedagang kaki lima di setiap pinggiran jalan di kota Pekanbaru, tentunya terdapat perbedaan kebudayaan diantara mereka.

Komunikasi antarbudaya di kalangan pedagang kaki lima secara tidak langsung memberikan sebuah identitas bahwa komunikasi sangat penting untuk beradaptasi dengan lingkungan baru. Adaptasi budaya adalah cara seseorang beradaptasi dengan orang, tempat, dan lingkungan baru yang dimasukinya. Sesuaikan nilai dan norma yang berfungsi atau mendukung hubungan, atau nilai dan norma yang tidak berfungsi atau mendukung hubungan. Oleh karena itu, adaptasi budaya merupakan gaya pengenalan dan pemahaman terhadap keragaman budaya. Bertemu orang-orang dari budaya yang berbeda tidak bisa dihindari di lingkungan pedagang kaki lima. Interaksi merupakan hal yang tidak dapat dihindari dalam komunikasi antarbudaya dan itu perlu.

Komunikasi yang efektif dapat mengatasi masalah dasar komunikasi seperti kesalahpahaman dan pesan tidak tersampaikan. Masalah-masalah ini tidak akan hilang selamanya, tetapi dapat diminimalkan. Pesan yang disampaikan dengan cara ini dapat diterima dengan baik. Perbedaan ini menciptakan prasangka sosial, ekonomi dan politik antara kelompok etnis. Sikap ini termanifestasi dalam kelompok etnis, jarak sosial, sikap diskriminatif, yang jika tidak disikapi dengan baik akan menimbulkan disintegrasi sosial antar suku, termasuk disintegrasi intraetnis di kalangan pedagang kaki lima kota Pekanbaru.

Dari seluruh observasi yang telah peneliti lakukan, peneliti sangat tertarik dengan pedagang kaki lima yang ada didepan komplek MTQ gedung Idrus Tintin. Hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan terhadap pedagang kaki lima yang ada didepan komplek MTQ gedung Idrus Tintin, peneliti menemukan bahwa mayoritas pedagang kaki lima yang ada disana adalah etnis Minang, selain itu ada juga pedagang etnis Jawa dan etnis Batak. Peneliti juga menemukan bahwa ada pengelompokan etnis diantara mereka dalam melakukan interaksi yang akhirnya menimbulkan disintegrasi sosial antaretnik. Ketika mereka ingin berinteraksi seperti bertanya kesesama pedagang, maka mereka cenderung lebih memilih bertanya kepada pedagang yang beretnis sama

dengan mereka. Namun para pedagang yang berbeda etnis tersebut juga saling berinteraksi satu dengan yang lainnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Deskriptif yang membantu berbagai informasi terkait Komunikasi Antarbudaya Dikalangan Pedagang Kaki Lima Yang Berbeda Etnis Didepan Komplek MTQ Kota Pekanbaru. John Creswell (2008) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, mendefenisikan tentang metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. (Semiawan, 2010).

Menurut Moleong (2005) pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mencapai pemahaman mendalam bagaimana orang-orang merasakan dalam proses kehidupannya, memberikan makna; dan menguraikan bagaimana orang menginterpretasikan pengalamannya (Sugiyono, 2018:4).

Peneliti menggunakan Teknik Snowball Sampling, teknik pengambilan sampel sesuai wawancara atau korespondensi. Metode ini meminta info asal sampel pertama untuk mendapatkan sampel berikutnya, demikian secara terus menerus hingga semua kebutuhan sampel penelitian bisa terpenuhi. Menurut (Sugiono, 2017: 218-219) teknik pengambilan data yang awalnya berjumlah sedikit kemudian membesar, dikarenakan sumber data sedikit ini belum tentu mampu memberikan data memuaskan, maka mencari informan selanjutnya yang digunakan sebagai sumber data. Karena penelitian ini membutuhkan narasumber atau subjek yang mendukung penyelesaian penelitian ini. Kriteria subjek penelitian sebagai berikut:

- (1) Seorang pedagang etnis Batak yang merupakan warga asli Siantar.
- (2) Seorang pedagang etnis Minangkabau yang merupakan warga asli Pekanbaru.
- (3) Seorang pedagang etnis Jawa yang merupakan warga asli Solo.
- (4) Berprofesi sebagai pedagang kaki lima didepan komplek MTQ gedung Idrus Tintin Kota Pekanbaru lebih dari 4-5 tahun.

Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan diatas, maka subjek dalam penelitian ini berjumlah 9 orang informan.

Tabel 1 Daftar Narasumber

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Suku	Pendidikan Terakhir	Pedagang	Lama Berjualan
1	M. Akmal Nasution	45 Tahun	Laki-laki	Batak	SMA	Jus	18 tahun
2	Bambang	50 Tahun	Laki-laki	Minang	SMA	Kacang rebus	25 tahun
3	Dewi Sumiarti	56 Tahun	Perempuan	Jawa	SD	Jajanan Dan minuman	27 tahun

4	Ani Yusnidar	51 tahun	Perempuan	Minang	SMP	Jagung Bakar	18 tahun
5	Yanto	47 tahun	Laki-laki	Jawa	SMA	Bakso Bakar	7 tahun
6	Rusdi Yanda	53 tahun	Laki-laki	Minang	SMA	Sate	15 tahun
7	Komariah	49 tahun	Perempuan	Minang	SD	Sate	11 tahun
8	Marti Hasibuan	46 tahun	Perempuan	Batak	SMA	Jus dan jagung bakar	8 tahun
9	Idahmiar	54 tahun	Perempuan	Minang	SD	Jagung Bakar	20 tahun

Sumber: (Olahan peneliti, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Komunikasi Antarbudaya Dikalangan Pedagang Kaki Lima

Komunikasi antarbudaya adalah suatu aktivitas berkomunikasi yang dilakukan antara para etnis yang berkomunikasi dimana setiap etnisnya memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Perbedaan latar belakang budaya yang berbeda pada setiap etnis yang berkomunikasi sebenarnya merupakan suatu hal yang lumrah mengingat pada prinsipnya tidak ada manusia yang benar-benar sama dalam hal cara pandang (paradigma), interpretasi, dan pola pikir (Made Marthana Yusa, 2021). Stella Ting dan Toomey dalam *Communicating Across Cultures* (1999) mendefinisikan komunikasi antar budaya sebagai situasi komunikasi antara individu atau kelompok yang berbeda bahasa dan asal budayanya. Dari definisi dasar berikut dapat disimpulkan: komunikasi adalah hubungan aktif antara orang-orang melalui bahasa dan sarana antar budaya bahwa hubungan komunikasi adalah antara orang-orang yang termasuk budaya yang berbeda, dimana budaya adalah manifestasi terstruktur dari perilaku manusia dalam kehidupan sosial. dalam konteks nasional dan lokal tertentu, seperti konteks politik, bahasa, ekonomi, kelembagaan dan profesional (Suryani, 2013).

Philipsen dalam Gudykunst menyatakan Fungsi komunikasi dalam budaya adalah untuk menjaga keseimbangan yang sehat antara kekuatan individualisme dan masyarakat, untuk memberikan rasa identitas bersama yang tetap mempertahankan martabat individu, kebebasan, dan kreativitas. Maka kebudayaan perlu disosialisasikan melalui proses komunikasi dan komunikasi berpijak dari pengalaman (budaya) orang-orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut (Saputra, 2019).

Dengan keberagaman budaya yang dimiliki oleh para pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru menjadikan aktivitas komunikasi antarbudaya tidak dapat untuk dihindari, beragam etnis yang menjadi pedagang kaki lima disana diantaranya etnis Minang, etnis Jawa, dan etnis Batak. Adapun bagaimana komunikasi antarbudaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan disana, berdasarkan hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut.

Komunikasi antarbudaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima didepan komplek MTQ kota pekanbaru menjadi objek utama didalam penelitian ini. Komunikasi antarbudaya adalah suatu aktivitas berkomunikasi yang dilakukan antara para etnis yang berkomunikasi dimana setiap etnisnya memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Perbedaan latar belakang budaya yang berbeda pada setiap etnis yang berkomunikasi sebenarnya merupakan suatu hal yang lumrah mengingat pada prinsipnya tidak ada manusia yang benar-benar sama dalam hal cara pandang (paradigma), interpretasi, dan pola pikir (Made Marthana Yusa, 2021).

Adapun tujuan dari komunikasi antarbudaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru adalah untuk mempermudah interaksi dengan pedagang lain dan juga untuk aktivitas pedagang kaki lima dalam berjualan. Berikut penjabaran dari dua tujuan komunikasi antarbudaya dikalangan pedagang kaki lima :

1) Berinteraksi dengan pedagang lain

Hasil wawancara menunjukkan bahwa berintraksi dengan pedagang lain menjadi salah satu tujuan dari komunikasi antarbudaya yang dilakukan oleh pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru, sesuai dengan hasl wawancara dengan salah seorang informan bernama Bambang: “Untuk berkomunikasi dengan pedagang lain, biasa saya menggunakan bahasa Minang atau bahasa Indonesia yang bercampur bahasa Minang. Tergantung kalau dengan pedagang yang bukan suku Minang biasanya saya kebanyakan menggunakan bahasa Indonesia. Saya rasa berkomunikasi dengan pedagang lain yang berbeda suku menggunakan bahasa Indonesia lebih memudahkan untuk berinteraksi dengan kawan dari suku lain” (wawancara, 27 Oktober 2022).

2) Aktivitas berdagang

Tujuan lain dari komunikasi antarbudaya yang dilakukan oleh pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru adalah sebagai akvitas dagang yang dilakukan oleh para pedagang kaki lima, baik itu dari etnis Minang, etnis Jawa, maupun etnis Batak. Hal tersebut juga didapati peneliti berdasarkan dari observasi langsung yang peneliti lakukan.

a. Bahasa Dalam Komunikasi Antar Budaya

Komunikasi antarbudaya dikalangan pedagang kaki lima ini juga menggunakan beragam bahasa diantaranya bahasa Indonesia, bahasa daerah asal atau bahasa etnis sendiri, dan juga bahasa dari etnis lain. pada dasarnya bahasa juga juga termasuk dalam dalam komunikasi verbal yang dilakukan para pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru.

Bahasa yang menjadi komunikasi rutin diantara para pedagang kaki lima yang berbeda etnis ini juga menjadi suatu permasalahan yang dialami oleh beberapa para pedagang kaki lima yang bukan berasal dari etnis Minang, karena mereka mengaku para pedagang kaki lima dari etnis Minang lebih sering menggunakan bahasa Minang untuk berkomunikasi dengan pedagang lainnya. Berikut bahasa yang digunakan oleh pedagang kaki yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru, dapat peneliti uraikan sebagai berikut:

(1) Bahasa Indonesia

Bahasa indonesia adalah bahasa yang digunakan oleh para pedagang kaki lima untuk memudahkan dalam berkomunikasi antarbudaya diantara mereka. Namun ada juga pedagang

yang memang tidak menggunakan bahasa Indonesia dalam komunikasi antarbudaya dengan sesama pedagang kaki lima yang berbeda etnis, sesuai dengan hasil wawancara dari salah seorang informan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru bernama Ani Yusnidar: “Saya dalam berkomunikasi dengan pedagang lainnya di sini tidak ada mengalami masalah. Juga dengan pedagang yang berbeda suku dengan saya, walaupun mereka terkadang tidak terlalu mengerti dengan bahasa Minang, mereka agak kesulitan untuk membaur pertama kalinya dengan para pedagang di sini yang kebanyakan suku Minang, mungkin mereka kesulitan untuk mengerti dengan bahasa kami para pedagang suku Minang, dan saya sendiri agak malas untuk berbahasa Indonesia semua dengan yang diucapkan, jadi saya dan pedagang kaki lima lainnya yang suku Minang itu terbiasa untuk menggunakan bahasa Minang, karena itulah mereka pedagang yang bukan suku minang sulit untuk mengerti apa yang sedang kami bicarakan” (wawancara, 27 Oktober 2022).

(2) Bahasa daerah asal/bahasa etnis sendiri

Selain menggunakan bahasa Indonesia, para pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru juga menggunakan bahasa daerah asal atau bahasa etnis sendiri diantaranya adalah bahasa Minang, bahasa Jawa, dan bahasa Batak. Segaimana yang disebut oleh salah seorang informan bernama Yanto sebagai berikut : “Diawal saya berjualan disini, saya merasa kesulitan untuk beradaptasi dengan pedagang lainnya. Karena kebanyakan pedagang disini suku Minang dan mereka biasa berbicara itu menggunakan bahasa Minang, kadang juga menggunakan bahasa Indonesia bercampur bahasa Minang. Saya merasa agak kurang nyaman karena tidak mengerti jadi saya seperti jarang untuk mengobrol dengan pedagang lainnya disini, tapi sekarang saya sudah mulai terbiasa dan sudah mulai mengerti dengan bahasa Indonesia yang bercampur bahasa Minang yang biasa digunakan oleh pedagang disini. Kalau dengan sesama pedagang suku Jawa yang ada disini saya terkadang menggunakan bahasa Jawa dan bahasa Indonesia” (wawancara, 27 Oktober 2022).

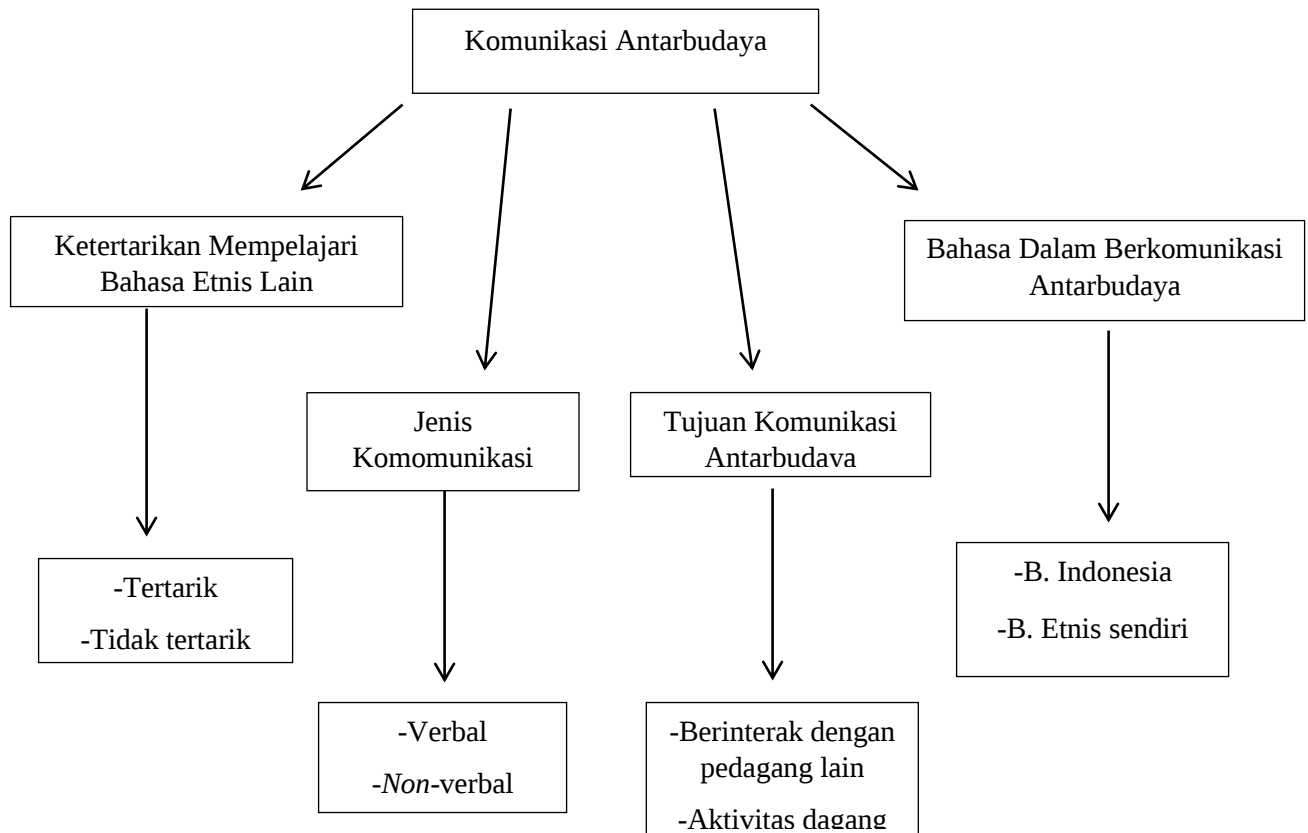
(3) Bahasa dari etnis lain

Selain menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa etnis sendiri, para pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru juga menggunakan bahasa dari etnis lain. Hal tersebut peneliti temukan dari hasil wawancara dan juga observasi, dimana salah seorang pedagang dari etnis jawa yang mengaku dan terlihat bisa menggunakan bahasa Indonesia bercampur dengan bahasa Minang.

b. Ketertarikan Mempelajari Bahasa Dari Etnis Lain

Bukan hanya berbahasa Indonesia dan juga berbahasa etnis sendiri atau bahasa daerah asal, namun beberapa dari para pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru juga tertarik untuk mempelajari bahasa dari etnis yang berbeda dengan etnisnya atau bahasa dari etnis lain. Hal ini peneliti temukan dari hasil wawancara dengan para informan dalam penelitian ini, ada pedagang kaki lima yang tertarik untuk mempelajari bahasa dari etnis berbeda dan juga ada pedagang kaki lima yang tidak tertarik untuk mempelajari bahasa dari etnis yang berbeda atau bahasa dari etnis lain. Berikut hasil wawancara peneliti dengan salah seorang informan bernama Rusdi yanda yang tidak tertarik untuk mempelajari bahasa dari etnis lain saat ditanyai mengenai ketertarikannya mempelajari bahasa dari etnis lain : “Dibilang tertarik sih tidak ya, karena menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Minang sudah cukup. Sejauh ini juga tidak ada kendala dengan itu” (wawancara, 2 November 2022).

Gambar 1
Model Komunikasi Antarbudaya Pedagang Kaki Lima yang Berbeda Etnis Didepan Komplek MTQ Kota Pekanbaru



2. Proses Adaptasi Budaya Dikalangan Pedagang Kaki Lima

Menurut Liliweri (2005) adaptasi adalah proses penyesuaian nilai, norma dan pola-pola perilaku antara dua budaya atau lebih. Diasumsikan bahwa bila ada dua atau lebih ras atau etnik bertemu, maka akan terjadi proses adaptasi. Proses itu sendiri diawali oleh kontak pertama dan kontak lanjut (Cristina Agnes Pongantung, 2019).

Teori yang diperkenalkan oleh Ellingwoorth (dalam Gudykunst 1983), dia mengatakan bahwa setiap individu dikaruniai kemampuan untuk beradaptasi antarpribadi. Adaptasi nilai dan norma antarpribadi termasuk antarbudaya sangat ditentukan oleh dua faktor, yakni pilihan untuk mengadaptasi nilai dan norma yang fungsional atau mendukung hubungan antarpribadi atau nilai dan norma yang disfungsional atau tidak mendukung hubungan antarpribadi (Mukarom, 2020).

Proses adaptasi budaya yang terjadi di kalangan pedagang kaki lima didepan komplek MTQ kota Pekanbaru tidak lepas dari nilai dan norma yang ada. Dari wawancara dan hasil observasi, peneliti menemukan bahwa proses adaptasi diantara pedagang kaki lima yang

berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru berkaitan dengan nilai dan norma. Terlepas dari bermasalah atau tidaknya pedagang dalam proses adaptasi yang terjadi.

Dalam wawancara salah seorang informan menyebutkan sikap pedagang lain terhadap dirinya sangat ramah, yang menjadikan dirinya nyaman ketika terjadinya proses adaptasi budaya diantara pedagang kaki lima yang berbeda etnis. Peneliti juga menemukan bahwa para pedagang kaki lima yang berbeda etnis yang berdagang didepan komplek MTQ kota Pekanbaru ini saling menghargai antara satu dengan yang lainnya, dengan tidak mengusik atau mengganggu lapak milik pedagang kaki lima lain, walaupun tidak ada garis pembatas lapak diantara dagangan pedagang kaki lima ini, itulah yang peneliti temukan berdasarkan observasi langsung. Dari dua hal diatas ini bisa ditarik kesimpulan bahwa penerepan nilai dan norma yang terjadi diantara pedagang kaki lima yang berbeda etnis sangat penting dalam proses adaptasi budaya oleh pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru.

Adaptasi budaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru, dalam prosesnya ada pedagang kaki lima yang mendapatkan masalah dalam proses adaptasi dan juga ada pedagang kaki lima yang tidak mengalami kendala dalam proses adaptasi budaya oleh pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru. Dalam keberagaman budaya yang ada dikalangan pedagang kaki ini, menjadikan adanya proses adaptasi budaya yang terjadi diantara mereka.

Dalam proses adaptasi budaya para pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru memiliki rentang waktu yang berbeda, dan juga terdapat hambatan dalam proses adaptasi budaya tersebut. Dengan demikian ada beberapa perbedaan dalam proses adaptasi budaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima tersebut. Dapat peneliti uraikan sebagai berikut.

a. Waktu Dalam Proses Adaptasi Budaya

Proses adaptasi budaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru memiliki rentang waktu yang berbeda. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan peneliitan, mayoritas pedagang kaki lima ini hanya membutuhkan jangka waktu pendek untuk beradaptasi dengan keberagaman budaya yang ada diantara mereka. Namun ada juga pedagang yang membutuhkan jangka waktu menengah dan jangka waktu panjang untuk beradaptasi dengan keberagaman budaya yang ada dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru. Berikut hasil wawan cara peneliti dengan salah seorang informan bernama Dewi Sumiarti yang merupakan pedagang kaki lima pertama yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru.

“Dulu waktu pedagang yang ada disini masih kurang dari sepuluh orang dan memang sudah lebih banyak pedagang dari etnis Minang. Kalau dari bahasa yang di gunakan oleh para pedagang dalam berbicara dengan sesama pedagang memang lebih sering menggunakan bahasa Minang, tapi saya karna bapak saya orang Minang jadi saya memang sudah mengerti dengan bahasa Minang. Jadi saya merasa seperti biasa saja dengan proses adaptasi dikalangan sesama pedagang yang ada disini. Namun yang saya lihat dari pedagang lainnya yang baru berjualan disini mereka ada yang cepat dalam beradaptasi dan ada juga yang lambat dalam beradaptasi dengan para pedagang lain yang berbeda suku” (wawancara, 27 Oktober 2022).

b. Hambatan Dalam Proses Adaptasi Budaya

Adanya keberagaman etnis di antara pedagang kaki lima yang berdagang didepan komplek MTQ kota Pekanbaru, menjadikan adanya proses adaptasi budaya di antara mereka

pedagang kaki lima yang berbeda etnis. Saat proses adaptasi budaya yang terjadi dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru, terdapat juga hambatan yang berupa shock culture, diskriminasi, dan ada beberapa pedagang kaki lima yang tidak merasakan hambatan sama sekali dalam proses adaptasi budaya dengan keberagaman etnis diantara mereka pedagang kaki lima.

(1) Shock culture

Keberagaman etnis dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru yang menjadi hambatan didalam proses adaptasi diantara mereka para pedagang kaki lima. Salah satu hambatan dalam proses adaptasi budaya dikalangan pedagang kaki lima ini adalah *shock culture*, dari hasil wawancara dengan para informan penelitian ini, didapati bahwa beberapa pedagang kaki lima ini dalam proses adaptasi budaya mengalami shock culture sebagaimana yang dikatakan salah seorang informan yang bernama M. Akmal Nasution sebagai berikut : “Saya merasa nyaman-nyaman saja dengan proses adaptasi dengan para pedagang yang ada disini, walau memang para pedagang disini kebanyakan suku Minang dan awalnya saya memang tidak terbiasa untuk beradaptasi dengan para pedagang lain disini karena memangkan berbeda suku gitu, namun mereka semua sangat ramah sekali, tidak membedakan saya yang suku Batak” (wawancara, 27 Oktober 2022).

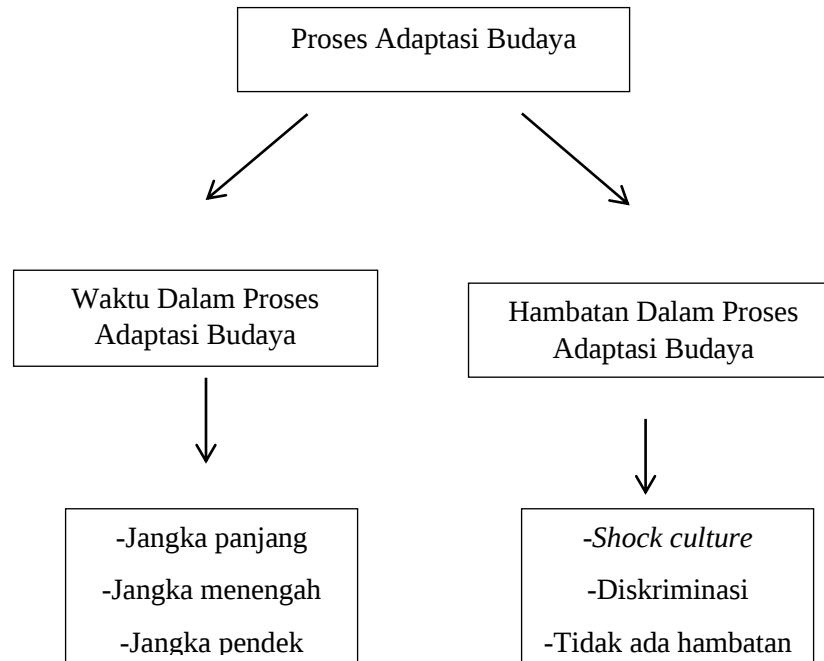
(2) Diskriminasi

Adanya diskriminasi juga menjadi salah satu hambatan dalam proses adaptasi budaya dikalangan pedagang kaki lima yang berjualan didepan komplek MTQ kota Pekanbaru. Peneliti mengetahui adanya diskriminasi ataupun pengelompokan diantara pedagang kaki lima ini melalui wawancara awal dan juga hasil wawancara peneliti mengenai proses adaptasi budaya dikalangan pedagang kaki lima. Berikut adalah hasil wawancara dengan salah seorang informan bernama Marti hasibuan : “Saya kalau mengenai adaptasi dengan para pedagang disini merasa sedikit berkecil hati karena seperti saya dikucilkan, mungkin karena saya suku Batak dan para pedagang di sini rata-rata suku Minang. Pernah dulu saya awal jualan di sini ketika saya mencoba untuk mengobrol dengan kawan-kawan pedagang disini, mereka memang mengajak saya mengobrol, namun mereka menggunakan bahasa Minang yang saya tidak mengerti sama sekali. Sering juga mereka seperti mengelompokkan suku yang sama dengan mereka, yaitu suku Minang dalam mereka berinteraksi atau bertanya gitu” (wawancara, 27 Oktober 2022).

(3) Tidak ada hambatan

Di antara para informan penelitian yang peneliti wawancarai, banyak juga diantaranya yang tidak merasakan adanya hambatan dalam proses adaptasi budaya yang terjadi diantara mereka pedagang kaki lima yang berbeda etnis. Mayoritas pedagang kaki lima yang tidak merasakan adanya hambatan dalam proses adaptasi budaya adalah pedagang kaki lima dari etnis Minang, karena memang pedagang kaki lima etnis minang yang mendominasi berdagang didepan komplek MTQ kota Pekanbaru.

Gambar 2
Model Proses Adaptasi Budaya Dikalangan Pedagang Kaki Lima yang Berbeda Etnis
Didepan Komplek MTQ Kota Pekanbaru



SIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai komunikasi antarbudaya dikalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru yang menggunakan studi komunikasi budaya dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- (1). Komunikasi antarbudaya yang terjadi di kalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru bertujuan untuk berinteraksi diantara mereka pedagang kaki lima yang berbeda etnis serta untuk beraktivitas dagang mereka.
- (2). Proses adaptasi budaya oleh pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru ada beberapa pedagang yang mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan pedagang lainnya yang berbeda etnis, dan kebanyakan pedagang kaki lima tidak mendapatkan masalah dalam proses adaptasi budaya dikalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis.

Berdasarkan penelitian mengenai komunikasi antarbudaya di kalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru yang menggunakan studi komunikasi budaya dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif maka peneliti mendapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- (1). Komunikasi antarbudaya yang terjadi di kalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru bertujuan untuk berinteraksi di antara mereka pedagang kaki lima yang berbeda etnis serta untuk beraktivitas dagang mereka. Didalam

- proses komunikasi antarbudaya pedagang kaki lima etnis Minang, etnis Jawa, maupun etnis Batak juga menggunakan komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal.
- (2). Proses adaptasi budaya oleh pedagang kaki lima yang berbeda etnis didepan komplek MTQ kota Pekanbaru ada beberapa pedagang yang mengalami kesulitan dalam beradaptasi dengan pedagang lainnya yang berbeda etnis, dan kebanyakan pedagang kaki lima tidak mendapatkan masalah dalam proses adaptasi budaya dikalangan pedagang kaki lima yang berbeda etnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Chita Kartini Sianturi, J. P. (2021). "Peranan Komunikasi Antarbudaya dalam Proses Asimilasi Pasangan Kawin Campur Etnis Batak di Kabupaten Luwu Timur Provinsi Sulawesi Selatan". *e journal UNSRAT*, 5.
- Hariko, R. (2017). "Landasan filosofis keterampilan komunikasi konseling," *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 41-49.
- Lubis, L. A. (2018). "Komunikasi Antarbudaya Etnis Tionghoa dan Pribumi di Kota Medan," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 10, Nomor 1, 14.
- Made Marthana Yusa, I. M. (2021). *Komunikasi Antarbudaya*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mukarom, Z. (2020). *Teori Teori Komunikasi*. Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murniarti, E. (2019). *Pengertian Komunikasi, Pengaruh Komunikasi Terhadap Perilaku Organisasi, Bagaimana Komunikasi Terjadi, Dan Pendekatan Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Indonesia.
- Saputra, E. (2019). "Komunikasi Antarbudaya Etnis Lokal Dengan Etnis Pendatang: Studi Pada Mahasiswa/i Fakultas Adab Dan Ilmu Budaya UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta *Jurnal Ilmu Komunikasi* , 11.
- Semiawan, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Lagu, M. (2016). "Komunikasi Antarbudaya di Kalangan Mahasiswa Etnik Papua Dan Etnik Manado Di Universitas Samratulangi Manado," *e-journal "akta diurna"* Volume V. No.3, 17.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suryani, W. (2013). "Komunikasi Antarbudaya: Berbagi Budaya Berbagi Makna," *Jurnal Farabi* Vol. 10 No. 1, 5.
- Treman, I. M. (2017). "Studi Tentang Pedagang Kaki Lima (PKL) Di Kawasan Nusa Dua-Bali," *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* , 51.