

ABSTRAK

Handoyo, Sawung Aji. 2023. *Strategi Penggunaan Bahasa Madura dan Jawa oleh Pedagang dan Pembeli di Pasar Tanjung Jember dalam Upaya Memperlancar Proses Komunikasi*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Drs. Hery B Cahyono, M.Si.

Kata Kunci: *Komunikasi Antarbudaya, Bahasa Madura dan Jawa, Sociolinguistik.*

Keberagaman budaya di Indonesia merupakan hasil dari masyarakat yang heterogen dalam berbagai aspek. Pertukaran budaya pasti terjadi pada masyarakat multikultural. Budaya yang beragam diikuti dengan bahasa yang beragam pula. Komunikasi antarbudaya muncul untuk menjembatani masyarakat multikultural dalam berinteraksi satu sama lain. Strategi komunikasi menjadi bagian penting dalam komunikasi antarbudaya bertujuan untuk memahami pesan-pesan dari bahasa yang berbeda dalam interaksi komunikasi. Seperti halnya bahasa Madura dan Jawa digunakan dalam interaksi komunikasi pedagang di pasar Tanjung Jember. Teori sosiolinguistik digunakan untuk mengetahui korelasi penggunaan bahasa, komunikasi, dan budaya dalam penelitian ini. Metode yang digunakan berupa deskripsi kualitatif. Pemilihan bahasa, pemaknaan pesan, dan penggunaan etika komunikasi menjadi strategi dalam komunikasi antarbudaya pada penelitian ini. Kehidupan masyarakat yang dikelilingi Budaya berbeda-beda, menjadikan hambatan dalam berkomunikasi penting untuk dipahami dan mencari solusi yang tepat berdasarkan pada kajian komunikasi antarbudaya. Pada akhirnya, hasil penelitian ini mengungkap strategi pemilihan bahasa oleh pedagang berwujud alih kode, campur kode, dan tunggal bahasa. Penyampaian pesan dari seluruh data dilakukan secara verbal langsung, pesan pada keseluruhan data interaksi komunikasi berupa pernyataan, pertanyaan, permintaan, dan penawaran. Etika komunikasi antarbudaya yang digunakan penjual diantaranya etika kesopanan dan etika kesatuan bahasa. Hambatan komunikasi yang dialami pada penelitian ini disebabkan oleh faktor perbedaan bahasa dan etika budaya.

ABSTRACT

Handoyo, Sawung Aji. 2023. The Strategy of Using Madurese and Javanese Languages between Traders and Buyers in Tanjung Jember Market to Streamline the Communication Process. Thesis, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Muhammadiyah Jember. Advisor: Drs. Hery B Cahyono, M.Si.

Keywords: *Intercultural Communication, Language of Madurese and Javanese, Sociolinguistic.*

Cultural diversity in Indonesia is the result of a heterogeneous society in various aspects. Cultural exchange is bound to occur in a multicultural society. Diverse cultures are followed by diverse languages. Intercultural communication arises to bridge multicultural communities in interacting with each other. Communication strategy is an important part of intercultural communication that aims to understand messages from different languages. As well as the Madurese and Javanese languages used in the communication interaction of traders in the Tanjung Jember market. The sociolinguistic theory is used to determine the correlation between language use, communication, and culture in this study. The method used is the qualitative description. Language selection, message meaning, and the use of communication ethics become strategies in intercultural communication in this study. People's lives are surrounded by different cultures, making obstacles in communication important to understand and find the right solution based on intercultural communication studies. In the end, the results of this study reveal language selection strategies by traders in the form of code-switching, code-mixing, and singular language. The delivery of messages from all data is verbally directly, the message in all communication interaction data is in the form of statements, questions, requests, and offers. The ethics of inter-cultural communication used by sellers include ethics of compassion and ethical unity of language. The communication barriers experienced in this study are due to language differences and cultural ethics factors. The intercultural communication ethics used by sellers include politeness ethics and language unity ethics. Communication barriers experienced in this study were caused by language differences and cultural ethics.