DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSEMBAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR BAGAN xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Pertanyaan Penelitian 8

1.2.1 Pertanyaan Masalah Makro 8

1.2.2 Pertanyaan Masalah Mikro 8

1.3 Maksud danTujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 10

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti 10

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Akademik Universitas 10

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Masyarakat..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1 Tinjauan Pustaka 12
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 13
2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 18
2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi..... 18
2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi 20
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi..... 23
2.1.2.4 Proses Komunikasi..... 25
2.1.2.5 Fungsi Komunikasi 29
2.1.2.6 Hambatan Komunikasi..... 31
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal 32
2.1.3.1 Fungsi Bahasa 33
2.1.3.2 Keterbatasan Bahasa 34
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Nonverbal 36
2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarbudaya 37
2.1.5.1 Definisi Komunikasi Antarbudaya..... 37
2.1.5.2 Bentuk-bentuk Komunikasi Antarbudaya..... 39
2.1.6 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi 41
2.1.7 Tinjauan Tentang Pedagang dan Pembeli 42
2.1.7.1 Definisi Pedagang 42
2.1.7.2 Definisi Pembeli..... 44
2.2 Kerangka Pemikiran..... 44
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis 45
2.2.2 Kerangka Konseptual 51

BAB III METODE PENELITIAN 54
3.1 Desain Penelitian..... 54
3.2 Informan Penelitian..... 57
3.3 Teknik Pengumpulan Data..... 58
3.3.1 Studi Pustaka 59

3.3.2 Studi Lapangan 61
3.4 Uji Keabsahan Data..... 65
3.5 Teknik Analisa Data..... 66
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 69
3.6.1 Lokasi Penelitian..... 69
3.6.2 Waktu Penelitian..... 69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 71
4.1 Hasil Penelitian 71
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 71
4.1.1.1 Sekilas Tentang ITC Bandung 71
4.1.1.2 Pedagang Padang Di ITC Bandung..... 73
4.1.1.3 Pembeli Masyarakat Sunda Di ITC Bandung 74
4.1.1.4 Hasil Observasi..... 75
4.1.1.5 Identitas Informan 92
4.1.2 Analisa Hasil Penelitian 100
4.1.2.1 Proses Komunikasi Pedagang Padang Dengan Pembeli Masyarakat Sunda 101
4.1.2.2 Hambatan Komunikasi Yang Dialami Oleh Pedagang Padang Dengan Pembeli Masyarakat Sunda..... 126
4.1.2.3 Pola Komunikasi Pedagang Padang Dengan Pembeli Masyarakat Sunda 137
4.2 Pembahasan..... 140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 175
5.1 Kesimpulan 176
5.2 Saran..... 177

DAFTAR PUSTAKA 180

DAFTAR TABEL

No. Keterangan **Halaman**

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 14

Tabel 3.1 Informan Penelitian 57

Tabel 3.2 Waktu Penelitian 70

DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan **Halaman**

Gambar 4.1 Logo *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 72

Gambar 4.2 *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 73

Gambar 4.3 Gedung *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 77

Gambar 4.4 Uda Joyhan (Pedagang) 93

Gambar 4.5 Herman (Pedagang)) 95

Gambar 4.6 Anthony (Pedagang) 96

Gambar 4.7 Gunawan Dwi (Pembeli) 97

Gambar 4.8 Bapak Yanwar (Pembeli) 98

Gambar 4.9 Eko Amir (Pembeli) 99

DAFTAR BAGAN

No. Keterangan **Halaman**

Bagan 2.1 Kerangka Konseptual 51

Bagan 4.1 Proses Komunikasi Antarbudaya Pedagang Uda Joyhan Dengan Pembeli Gunawan Dwi Di *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 146

Bagan 4.2 Proses Komunikasi Antarbudaya Pedagang Bang Herman Dengan Pembeli Bapak Yanwar Di *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 149

Bagan 4.3 Proses Komunikasi Antarbudaya Pedagang Bang Anthony Dengan Pembeli Eko Amir Di *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 152

Bagan 4.4 Hambatan Komunikasi Pedagang Uda Joyhan Dengan Pembeli Gunawan Dwi Di *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 157

Bagan 4.5 Hambatan Komunikasi Pedagang Bang Herman Dengan Pembeli Bapak Yanwar Di *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 160

Bagan 4.6 Hambatan Komunikasi Pedagang Bang Anhony Dengan Pembeli Eko Amir Di *International Trade Centre* (ITC) Kebon Kalapa Bandung 163

Bagan 4.7 Pola Komunikasi Antar Budaya Pedagang Padang Uda Joyhan Dengan Pembeli Masyarakat Sunda Gunawan Dwi Dalam Kegiatan Transaksi 168
Bagan 4.8 Pola Komunikasi Antar Budaya Pedagang Padang Bang Herman Dengan Pembeli Masyarakat Sunda Bapak Yanwar Bandung Dalam Kegiatan Transaksi..... 170
Bagan 4.9 Pola Komunikasi Antar Budaya Pedagang Padang Bang Anthony Dengan Pembeli Masyarakat Sunda Eko Amir Bandung Dalam Kegiatan Transaksi..... 173

DAFTAR LAMPIRAN

No. Keterangan **Halaman**

Lampiran 1 copy Surat Ijin Research 184

Lampiran 2 copy Surat Balasan Ijin Research 185

Lampiran 3 copy Lembar Persetujuan Pembimbing 186

Lampiran 4 copy Berita Acara Bimbingan..... 187

Lampiran 5 copy Surat Rekomendasi Untuk Mengikuti SUP 188

Lampiran 6 copy Pengajuan Pendaftaran SUP 189

Lampiran 7 Lembar Revisi SUP 190

Lampiran 8 copy Pengajuan Pendaftaran Sidang 191

Lampiran 9 copy Surat Rekomendasi Sidang 192

Lampiran 10 copy Surat Lembar Revisi Sidang Skripsi 193

Lampiran 11 Pedoman Observasi 194

Lampiran 12 Pedoman Wawancara..... 195

Lampiran 13 Identitas Informan..... 200

Lampiran 14 Transkip Observasi 206

Lampiran 15 Transkip Wawancara 211

Lampiran 16 Dokumentasi 234

Lampiran 17 Riwayat Hidup 241