

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti memberikan sejumlah penguraian tentang bagaimana strategi komunikasi direalisasikan oleh pramuniaga dalam upaya menjual barang pada konsumen. Penelitian ini juga mengkaji seputar perealisasi kompetensi kebahasaan yang dimiliki oleh pramuniaga melalui pengolahan tuturan yang digunakan pada konsumen.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari tuturan alamiah antara pramuniaga dan konsumen yang berada di sekitar jalan Kepatihan, Bandung. Pengumpulan data berupa tuturan alami didasari atas studi deskriptif dimana peneliti berusaha memaparkan kondisi sebenarnya dalam aksi jual beli yang terjadi antara pramuniaga dan konsumen. Pengumpulan data dimulai dari bagaimana pramuniaga mengundang konsumen untuk datang ke tempat mereka, mempromosikan barang, melakukan tawar menawar, hingga sampai pada hasil dimana mereka sepakat/tidak sepakat untuk melakukan transaksi jual beli.

Setelah seluruh data terkumpul, langkah selanjutnya yaitu mentranskrip data ke dalam tulisan. Transkrip data tersebut kemudian dipilih dan dikaji berdasarkan teori yang menunjang. Data tuturan tersebut akan dikaji secara pragmatik, yakni dikaji dari segi prinsip kerjasama, prinsip kesantunan, dan bagaimana strategi komunikasi dilakukan dalam tindak tuturnya.

3.2 Teknik Penelitian

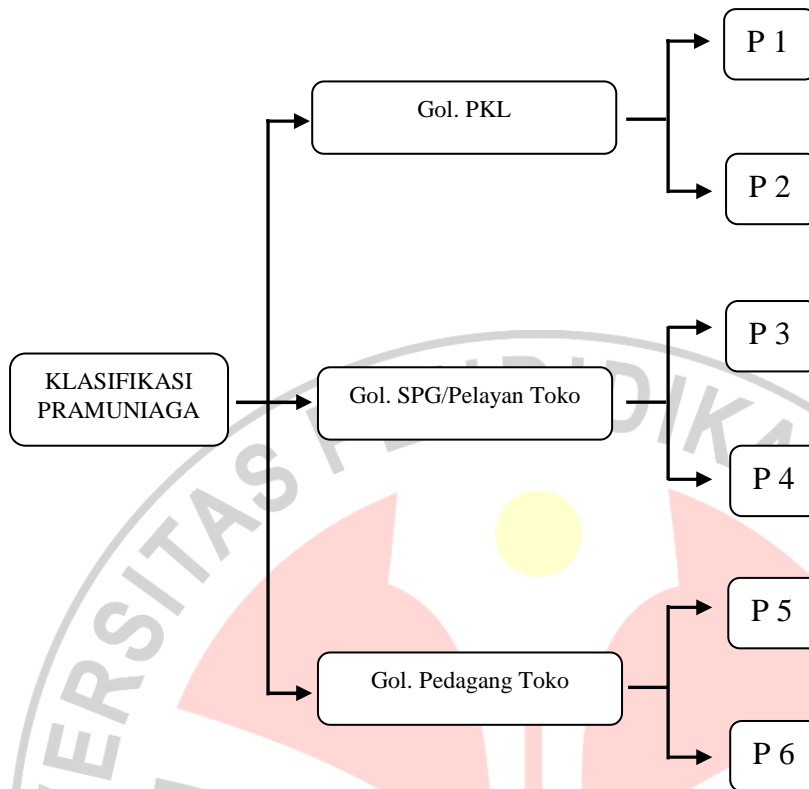
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam beberapa langkah, yakni teknik observasi, rekam dan catat, serta wawancara.

3.2.1.1 Observasi

Langkah pertama dalam pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi. Peneliti menggunakan teknik observasi partisipan, yaitu suatu pendekatan dengan cara terjun dan terlibat langsung ke lapangan untuk menentukan tempat dan mengamati situasi lingkungan serta populasi yang hendak diteliti. Selain itu peneliti juga terlibat menjadi partisipan, atau lebih tepatnya peneliti juga ikut menjadi pihak konsumen dimana ia juga melakukan sejumlah transaksi pembelian barang dari para pramuniaga.

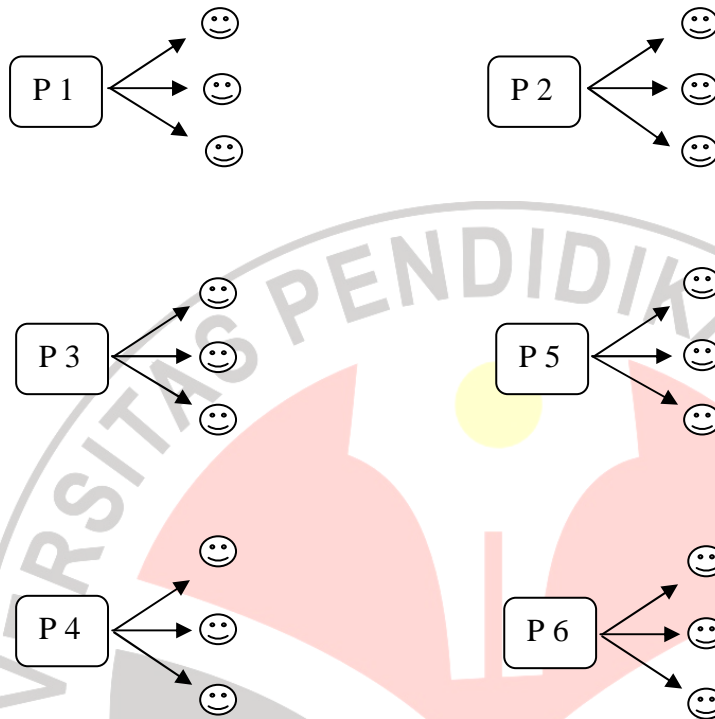
Setelah mengamati situasi serta populasi yang ada, peneliti kemudian menentukan beberapa pramuniaga untuk dijadikan sumber dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini diambil beberapa sumber penelitian yang dianggap dapat mewakili klasifikasi pramuniaga seperti yang telah dibahas dalam bab 1, yaitu mereka dari golongan Pedagang Kaki Lima, pelayan toko/ SPG, dan pedagang toko. Dari masing-masing klasifikasi pramuniaga akan diambil dua sampel yang dianggap memenuhi kriteria. Pramuniaga tersebut selanjutnya akan dinamai P1, P2, P3, P4, P5, dan P6 (sesuai dengan jumlah pramuniaga yang diambil). Bila digambarkan dalam sebuah bagan, maka akan tampak seperti berikut ini.



Peneliti selanjutnya melakukan pendekatan sosial dengan sumber penelitian yang sebelumnya telah ditunjuk. Hal ini dilakukan berdasarkan atas tuntutan dari teori kesantunan yang harus melibatkan konteks, koteks, *background* penutur dan petutur, serta hubungan antara penutur dan petutur. Alasan lainnya adalah peneliti harus mengetahui lebih rinci latar belakang pengalaman dan pengetahuan dari pramuniaga, guna memperoleh data mengenai kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh pramuniaga tersebut.

Peneliti kemudian menentukan secara acak konsumen remaja dan dewasa yang berinteraksi dengan pramuniaga dalam aksi jual beli. Di dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah konsumen yang melakukan aksi jual beli dengan para pramuniaga, yaitu sebanyak delapan belas orang yang kemudian dibagi secara

merata pada enam pramuniaga yang telah ditentukan sebelumnya. Bila digambarkan dalam sebuah bagan, maka akan tampak seperti berikut ini.



Keterangan :

P 1 : Pramuniaga 1

P 2 : Pramuniaga 2

P 3 : Pramuniaga 3

P 4 : Pramuniaga 4

P 5 : Pramuniaga 5

P 6 : Pramuniaga 6

☺ : Konsumen

3.2.1.2 Teknik Rekam dan Catat

Setelah menentukan dan mengenal sumber penelitian, langkah selanjutnya yaitu mencatat dan merekam percakapan antara sumber penelitian penelitian,

yaitu antara pramuniaga dan konsumen. Di dalam pengumpulan tuturan, peneliti menentukan secara acak konsumen remaja dan dewasa yang berinteraksi dengan sampel pramuniaga dalam aksi jual beli. Teknik catat juga dilakukan guna mengantisipasi data tuturan dan tindakan sampel (pramuniaga) dan konsumen yang tidak terekam, seperti situasi, ekspresi wajah, dan lain-lain.

3.2.1.3 Teknik Wawancara

Setelah melakukan pendekatan sosial dengan pramuniaga dan merekam tuturan, peneliti melakukan wawancara terhadap pramuniaga. Teknik wawancara dalam penelitian ini digunakan sebagai sumber sekunder. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tersamar, dimana perekaman wawancara dilakukan secara samar, seolah seperti pada kondisi percakapan biasa. Hal tersebut dilakukan guna menyamarkan penelitian yang dilakukan dan memperoleh data sealam mungkin.

Wawancara juga dilakukan terhadap konsumen yang sempat berinteraksi dengan pramuniaga. Wawancara tersebut dilakukan untuk mengetahui seputar latar belakang pengetahuan dan identitas konsumen. Teknik wawancara juga dipakai untuk mengetahui tanggapan dari para konsumen terhadap strategi komunikasi yang dilancarkan pramuniaga terhadap mereka.

3.2.1.4 Transkrip Data

Setelah tuturan antara pramuniaga dan konsumen direkam, langkah selanjutnya adalah mentranskrip data tuturan tersebut ke dalam tulisan. Fungsi pentranskripsian data ke dalam bentuk tulisan ini adalah untuk memudahkan

pengkajian data berdasarkan acuan teori yang ada. Bila diurutkan, maka teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut.

- 1) Teknik observasi
- 2) Teknik rekam dan catat
- 3) Teknik wawancara
- 4) Transkrip data

3.2.2 Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Ada beberapa langkah yang harus dilakukan di dalam pengolahan data. Langkah pertama yaitu pengklasifikasian data. Data tuturan yang telah terkumpul kemudian dipilih kembali dan disesuaikan dengan kebutuhan pengkajian yang ada. Setelah data diseleksi, maka langkah selanjutnya adalah mengkajinya dengan mengacu pada teori yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil wawancara yang telah dilakukan dalam pengumpulan data akan digunakan sebagai data penunjang dari penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini, wawancara dilakukan pada para konsumen yang berinteraksi dengan para pramuniaga guna memperkuat asumsi dari penelitian yang dilakukan.

3.3 Sumber Data dan Korpus

Ada dua sumber dalam penelitian ini. Yang pertama yaitu sumber data dan yang kedua adalah korpus data.

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah pramuniaga dan konsumen yang terlibat dalam kegiatan jual beli di sekitar daerah jalan Kepatihan, Kebun Kelapa.

3.3.2 Korpus

Data korpus dalam penelitian ini adalah tuturan para pramuniaga serta konsumen yang telah direkam, kemudian ditranskrip ke dalam bentuk tulisan.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *pedoman wawancara* yang harus dijawab oleh pramuniaga dan juga konsumen. Pedoman observasi berupa *kartu data* juga akan digunakan dalam penelitian ini. Fungsi dari kartu data yaitu memindahkan transkrip berupa ujaran ke dalam bentuk tulisan kemudian dianalisis. Bila diurutkan, instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pedoman wawancara. Contoh penyajian dari pedoman wawancara adalah sebagai berikut.

PEDOMAN WAWANCARA KONSUMEN	
<input type="checkbox"/>	L
<input type="checkbox"/>	P
Daftar Pertanyaan	
1. Berapa tahun usia Anda ?	
2. Anda berasal dari daerah mana?	
3. Pendidikan terakhir	
a. SD	b. SLTP/Setara
c. SMU/setara	d. Kuliah
e....	
4. Apa pekerjaan Anda saat ini?	
Klasifikasi jawaban	
1. Apakah Anda jadi membeli barang yang ditawarkan oleh pramuniaga tersebut?	
2. Apakah alasan Anda sehingga jadi/tidak jadi untuk membeli barang yang dijual oleh pramuniaga tersebut?	
3. Bagaimana sikap pramuniaga (SPG/pelayan toko/Pedagang/PKL) dalam melayani Anda ketika menawarkan barang yang mereka jual?	
4. Bagaimana pilihan kata yang digunakan pramuniaga dalam mempromosikan barang kepada Anda?	
5. Apakah Anda sempat terjadi tawar-menawar-barang dengan pramuniaga (SPG/Pedagang?PKL) tersebut?	
6. Bagaimana sikap pramuniaga ketika sedang terjadi tawar-menawar dengan Anda?	
7. Adakah perlakuan pramuniaga yang kurang mengenakan perasaan Anda sebagai konsumen ketika memilih/membeli barang?	
8. Jika ada, seperti apa perlakuan yang kurang berkenan tersebut?	

Sedangkan lembar pedoman wawancara untuk pramuniaga adalah sebagai berikut :

PEDOMAN WAWANCARA PRAMUNIAGA	
<input type="checkbox"/>	L
<input type="checkbox"/>	P
Daftar Pertanyaan	
1. Berapa tahun usia Anda ?	
2. Anda berasal dari daerah mana?	
3. Pendidikan terakhir	
a. SD b. SLTP/Setara c. SMU/setara d. Kuliah e....	
4. Sudah berapa lama Anda berpengalaman menjadi pramuniaga?	
Klasifikasi jawaban	
1. Bagaimana cara Anda untuk dapat cakap berbicara dalam menjadi seorang pramuniaga?	
2. Dari segi kesopanan dalam menghadapi konsumen, adakah perbedaan cara berkomunikasi dengan sebaya dan orang yang (lebih muda/lebih tua) dari Anda?	
3. Jika ada perbedaan, dalam hal apakah itu?	
4. Jika diharuskan untuk memilih konsumen remaja dan dewasa, manakah konsumen yang paling Anda pilih untuk melayaninya? (alasanya)?	
5. Apakah yang akan Anda lakukan agar terjadi kesepakatan harga antara Anda dan konsumen Anda?	

2. Kartu data. Contoh kartu data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

No Kartu : 01	
Waktu : 06/06/2007, 16:16	
Konteks :	Data :
P1 Mengundang konsumen untuk datang ke tempatnya.	P1 : sok silakan dicoba dulu aja. Modelnya banyak, cobain aja..cobaneng!
Analisis :	
<ul style="list-style-type: none"> - P1 merealisasikan maksim kualitas. - P1 merealisasikan maksim kebijaksanaan. - P1 melakukan tindak ilokusi direktif, yaitu tindakan yang sifatnya mengundang. 	

Data di atas diambil dari tuturan P1 sebagai Pedagang Kaki Lima yang ditujukan pada remaja. Sebagai pembuka percakapan dalam menjual barang dagangannya, tindakan P1 cukup kooperatif. Ia melakukan tindak ilokusi direktif sebagai strategi komunikasi awal yang dilancarkan pada konsumennya. Dengan ujaran di atas, ia mencoba mengundang konsumen agar bersedia untuk mendatangi tempatnya dan melihat-lihat/ mencoba terlebih dahulu barang dagangan yang ditawarkannya.

Dari data diatas juga terlihat bahwa P1 telah merealisasikan maksim kebijaksanaan, tepatnya diujarkan melalui tindak ilokusi direktif, yaitu dengan cara mempersilakan K untuk mencoba barang yang ditawarkan P1. Tuturan ajakan yang bercirikan kata '*silakan*' menjadikan tuturan tersebut terkesan lebih santun dibandingkan saat kata tersebut tidak dipakai. Didalam tuturannya, ia juga telah merealisasikan salah satu fungsi dari maksim kualitas, dimana ia telah menyatakan kebenaran yang sesungguhnya bahwa ditempat itu tersedia berbagai model sepatu dan juga sandal. Hal tersebut juga merupakan salah satu alasan yang menjadikan konsumen tertarik dan datang ke tempatnya.