Abstrak

Arviani Damayanti, NIM. B06208141, 2012. Komunikasi dan Pelelangan Ikan (studi kasus model komunikasi pedagang besar dan pedagang bakul). Skripsi Studi Ilmu Komunikasi fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel surabaya.

Kata kunci: komunikasi, pelelangan ikan, bentuk komunikasi

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini adalah tentang bagaimana model komunikasi para pedagang besar dan pedaganga bakul dalam bertransaksi jual beli ikan.

Untuk mengungkap persoalan tesebut secara menyeluruh dan mendalam dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan etnografi dan jenis penelitian kualitatif. Kemudian data yang didapatkan dianalisis menggunakan teknik analisis miles dan huberman yang meliputi reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), serta penarikan kesimpulan/verifikasi(conclusion drawing/verification).

Dari penelitian tersebut ditemukan hasil bahwa bentuk komunikasi pedagang besar dan pedagang bakul dalam bertransaksi sesuai dengan teori komunikasi bisnis dalam berdagang. Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (personal discovery) Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Kenyataannya, persepsi-diri anda sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah anda pelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama komunikasi, khususnya dalam perjumpaan-perjumpaan antarpribadi. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri dengan orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Dari perjumpaan seperti ini kita menyadari, misalnya bahwa perasaan kita ternyata tidak jauh berbeda dengan perasaan orang lain.

Bertitik berat dari penelitian ini, ada beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk dapat meningkatkan kualitas dalam jual beli ikan di tempat pelelangan ikan (1)Untuk membangun sebuah transaksi komunikasi yang efektif, hendaknya sering melakukan komunikasi satu sama lain tanpa memandang jabatan dalam kepengurusan. Guna memperkokoh suatu kepengurusan sehingga tujuan organisasi bisa tercapai dengan baik. (2)Kesadaran akan tangggung jawab seharusnya dilakukan oleh semua pengurus Unit, karena jika tidak mau bertanggung jawab dengan tugas yang diemban, maka salah satu fungsi keberadaannya tidak terlaksana yang akhirnya menjadi penghambat tercapainya suatu tujuan komunikasi. (3)Face book, blog dan web site seharusnya wajib ada yang mengelola. Jika divisi yang ditunjuk tidak mampu, maka tugas ini bisa diberikan kepada pengurus lain. Karena jika pemberian informasi hanya melalui short message system itu tidak efektif. Karena anggota atau pengurus bisa saja sewaktu-waktu ganti nomer tanpa diketahui oleh pengurus yang bertugas menyebarkan informasi. (4)Program kerja yang sudah disepakati seharusnya berusaha semaksimal mungkin untuk dilaksanakan dengan baik oleh semua pengurus dan anggota agar tujuan bisa tercapai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id