

Widya Rahayu Ningsih. 140531100016. PROFESSIONAL RELATIONSHIP PENJUAL DUMBLEG DAN PEMBELI DI PASAR GONDANG DAN PASAR REJOSO (STUDI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI). Di bawah bimbingan Dessy Trisilowati, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Dumbleg merupakan bentuk dari keanekaragaman makanan khas suatu daerah di Kabupaten Nganjuk, yaitu di kecamatan Gondang. Pemasaran dari dumbleg dilakukan di dua pasar yaitu pasar Pon Gondang dan pasar Kliwon Rejoso. Komunikasi dimulai dari dibangunnya professional relationship antara penjual dumbleg dengan pembeli. Dalam penelitian kali ini membahas tentang professional relationship penjual dumbleg dan pembeli di Pasar Gondang dan Pasar Rejoso.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana professional relationship penjual dumbleg dan pembeli di Pasar Gondang dan Pasar Rejoso. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan jenis pendekatan etnografi komunikasi. Menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai langkah untuk pengumpulan data penelitian. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran dumbleg dimulai dengan membangun hubungan antarpribadi diantara penjual dengan pembeli. Hubungan interpersonal dimulai dari tahap kontak, keakraban dan pemutusan. Komunikasi yang dilakukan juga dengan menggunakan Komunikasi antarpribadi. Tujuan komunikasi dilakukan untuk menciptakan dan memelihara hubungan, serta mengubah sikap dan perilaku. Teknik komunikasi yang digunakan adalah teknik komunikasi antarpribadi informatif dan persuasif. Selain itu kegiatan memasarkan dumbleg juga dilakukan dengan komunikasi word of mouth. Kegiatan pemasaran word of mouth pada produk dumbleg menggunakan model organic word of mouth.

Key word: Dumbleg, Hubungan antarpribadi, Komunikasi antarpribadi

Widya Rahayu Ningsih. 140531100016. PROFESSIONAL RELATIONSHIP SELLERS OF DUMBLEG AND BUYERS IN GONDANG AND REJOSO MARKETS (INTERPERSONAL COMMUNICATION STUDY). Under the guidance of Dessy Trisilowati, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

Dumbleg is a form of typical food diversity in an area in Nganjuk Regency, namely in the Gondang sub-district. Marketing from dumbleg is done in two markets, namely Pon Gondang market and Kliwon Rejoso market. Communication begins with the construction of a professional relationship between dumbleg sellers and buyers. In this study, we discussed about professional relationships between dumbleg sellers and buyers at Gondang Market and Rejoso Market.

The purpose of this study was to find out how professional relationship dumbleg sellers and buyers at Gondang Market and Rejoso Market. This study uses qualitative descriptive analysis method. Using interview, observation and documentation techniques as a step for research data collection. Data validity checking techniques using triangulation of data.

The results of the study show that dumbleg marketing activities begin by building interpersonal relationships between sellers and buyers. Interpersonal relationships start from the stage of contact, intimacy and termination. Communication is also done by using interpersonal communication. The purpose of communication is to create and maintain relationships, and change attitudes and behavior. Communication techniques used are informative and persuasive interpersonal communication techniques. Besides that, dumbleg marketing activities are also carried out with word of mouth communication. Word of mouth marketing activities on dumbleg products use organic word of mouth models.

Key word: Dumbleg, Interpersonal Relationship, Interpersonal Communication