

ABSTRACT

Fandi achamd. 120531100068, Science Communication. Behavior semanggi's seller of surabaya in al-akbar national mosque of surabaya (study ethnographi communication semanggi's seller in al-akbar national mosque of surabaya). Advisor Muhtar Wahyudi, S.Sos. MA.

Purpose of this research is for knowing how attitude which is the seller service the buyer. The subject from this research is semanggi's seller who is in al-akbar national mosque of surabaya itself. Method which is use on this research is qualitative study of ethnographi communication, because this method can illustration, explain, and build relationship from categorize and data that find. This is match with the purpose from study ethnographi communication for illustration, analyze, and explane behavior from a group. Result of research show that language to semanggi's seller same with another to keep popular of traditional food in surabaya city that have been becoming icon surabaya city it self with keep tradition each semanggi's seller.

Key Words : Communocation Action, Seller, Etnographi Communication

ABSTRAK

Fandi Achmad. 120531100068. Ilmu Komunikasi. Tindak Tutur penjual semanggi Surabaya dikawasan masjid nasional al-akbar Surabaya (studi etnografi komunikasi penjual semanggi Surabaya dikawasan masjid nasional al-akbar Surabaya). Pembimbing Muhtar Wahyudi, S.Sos. MA.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tindak tutur yan dilakukan penjual saat melayani pembelinya. Dan subjek dari penelitian ini adalah penjual semanggi yang ada dikawasan masjid nasional al-akbar Surabaya itu sendiri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif studi etnografi komunikasi, karena metode ini dapat menggambarkan, menjelaskan dan membangun hubungan dari kategori-kategori dan data yang di temukan. Hal ini sesuai dengan tujuan dari studi etnografi komunikasi untuk menggambarkan, menganalisis dan menjelaskan tindak tutur dari suatu kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa tutur pada penjual semanggi ini sama dengan yang lain agar menjaga eksistensi makan tradisional di kota Surabaya yang sudah menjadi ikon kota Surabaya sendiri dengan menjaga tradisi penjual semanggi masing-masing.

Kata Kunci : Tindakan Komunikasi, penjual, Etnografi Komunikasi