

INTISARI

Penelitian ini membahas dinamika komunikasi lintas budaya antara pedagang lokal dan wisatawan asing di Pasar Beringharjo, Yogyakarta, dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus penelitian tertuju pada bentuk komunikasi yang digunakan, tantangan yang dihadapi, serta strategi komunikasi yang diterapkan oleh pedagang dalam menghadapi perbedaan bahasa dan budaya. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teori Communication Accommodation Theory (CAT) dari Giles dan Wilson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang lokal menggunakan strategi konvergensi, seperti penggunaan bahasa Inggris sederhana, gestur, dan kalkulator untuk menyesuaikan diri dengan wisatawan asing. Di sisi lain, terdapat pula pola divergensi, ketika pedagang tetap menggunakan bahasa lokal sebagai bentuk pelestarian identitas budaya. Sebagian besar pedagang menerapkan strategi campuran yang bersifat pragmatis dan situasional, menyesuaikan dengan konteks interaksi dan karakter wisatawan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi lintas budaya di Pasar Beringharjo tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga mencerminkan negosiasi identitas, adaptasi sosial, dan keberagaman strategi komunikasi. Interaksi antara pedagang dan wisatawan menunjukkan fleksibilitas dalam berkomunikasi yang penting dalam mendukung pengalaman wisata dan membangun hubungan antarbudaya.

Kata kunci : Komunikasi Lintas Budaya, Pedagang Lokal, Wisatawan Asing, Pasar Tradisional, Communication Accommodation Theory

ABSTRAK

This study explores the intercultural communication dynamics between local vendors and foreign tourists at Beringharjo Market, Yogyakarta, using a descriptive qualitative approach. The research focuses on the forms of communication used, the challenges faced, and the strategies adopted by vendors in responding to linguistic and cultural differences. Data were collected through in-depth interviews, non-participant observation, and documentation, and analyzed using the Communication Accommodation Theory (CAT) by Giles and Wilson. The findings reveal that local vendors tend to adopt convergence strategies such as using simple English phrases, gestures, and calculators to adjust their communication to foreign tourists. However, divergence strategies also occur when vendors choose to maintain their local language as a means of preserving cultural identity. In many cases, a mixed or situational strategy is applied depending on the interaction context and the type of tourist encountered. This research concludes that intercultural communication at Beringharjo Market goes beyond transactional purposes and reflects identity negotiation, social adaptation, and diverse communicative strategies. The interaction between local vendors and tourists demonstrates communicative flexibility, which is essential in enhancing the tourist experience and fostering intercultural understanding.

Keywords : Intercultural Communication, Local Vendors, Foreign Tourists, Traditional Market, Communication Accommodation Theory