

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
INTISARI.....	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I	20
PENGANTAR.....	20
1.1 Latar Belakang.....	20
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian.....	25
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.5 Tinjauan Pustaka.....	26
1.6 Landasan Teori	35
1.6.1 Communication Accommodation Theory.....	35
1.6.2 Konsep Utama Communication Accommodation Theory.....	36
1.6.3 Penerapan Communication Accommodation Theory dalam Pariwisata dan Komunikasi Lintas Budaya.....	37
1.6.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	37
1.6.5 Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Interaksi Lintas Budaya.....	38
1.7 Metode Penelitian	39
1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
1.7.2 Metode Pengumpulan Data	42

1.7.3	Profil Informan Penelitian.....	49
1.7.4	Metode Analisis Data.....	52
1.7.5	Keterbatasan Penelitian.....	52
1.8	Organisasi Penyajian.....	53
BAB II.....		55
GAMBARAN UMUM		55
2.1	Sejarah dan Letak Geografis Pasar Beringharjo.....	56
2.2	Struktur Organisasi dan Pengelolaan Pasar Beringharjo	59
2.3	Karakteristik Pedagang Lokal	64
2.4	Kunjungan Wisatawan ke Pasar Beringharjo.....	70
2.5	Peran Pasar Beringharjo dalam Pariwisata Kota Yogyakarta	73
2.6	Komunikasi Lintas Budaya di Pasar Beringharjo	77
BAB III.....		81
HASIL DAN PEMBAHASAN		81
3.1	Bentuk Komunikasi Antara Pedagang Lokal dan Wisatawan Asing	81
3.1.1	Komunikasi Verbal.....	82
3.1.2	Komunikasi Nonverbal	92
3.2	Tantangan Komunikasi dalam Proses Jual Beli	104
3.2.1	Tantangan Bahasa dan Keterbatasan Kosakata	105
3.2.2	Tantangan Budaya dalam Tawar-Menawar dan <i>Over- Accommodation</i>	107
3.2.3	Tantangan Psikologis dan Kepercayaan Diri Pedagang	110
3.2.4	Reduksi Interaksi dan Komunikasi yang Terbatas pada Angka....	112
3.3	Strategi Mengatasi Tantangan Komunikasi	117
3.3.1	Strategi Repetisi dan Penggunaan Kosakata Dasar	118
3.3.2	Strategi <i>Code-Switching</i> (Campuran Bahasa Indonesia dan Inggris) 119	
3.3.3	Strategi Penggunaan Gestur dan Media Bantu.....	120
3.3.4	Strategi Kolaboratif (Memanggil Rekan sesama Pedagang)	121
3.3.5	Strategi <i>Avoidance</i> (Menarik Diri dari Interaksi).....	122
3.4	Analisis Komunikasi Lintas Budaya Dengan Studi Pariwisata.....	125

3.4.1	Pola Konvergensi Komunikasi di Pasar Beringharjo	126
3.4.2	Pola Divergensi dan Autentisitas Budaya Lokal	127
3.4.3	Konvergensi Parsial dan <i>Affective Accommodation</i>	128
3.4.4	Implikasi bagi Interaksi Pariwisata Budaya.....	129
BAB IV		132
PENUTUP		132
4.1	Kesimpulan.....	132
4.2	Saran	133
DAFTAR PUSTAKA.....		136
DAFTAR LAMPIRAN.....		139
Lampiran 1. Daftar Informan Penelitian.....		139
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Penelitian.....		154