

ABSTRACT

Pulungan, Diana Hayati. Registration Number: 8126111005. The Conversational Styles By Male and Female Sellers in Business Transactions At Traditional Market “Pasar Sentosa Baru” Medan. A Thesis: English Applied Linguistics Study Program, Postgraduate School, State University of Medan, 2017.

This research deals with the conversational styles by male and female sellers in business transactions at traditional market “Pasar Sentosa Baru” Medan. It was conducted using qualitative research design. The subjects of 8 persons namely 4 male sellers and 4 female sellers were taken which they produced 20 conversations for each genders. The ages ranged from 30 to 60 years old. They come from various sellers, namely fish, chicken, vegetables, fruits, and spice. The instruments of collecting data were observation, recording, field notes, and interviewing adopted by Miles, Huberman, and Saldana (2014). The researcher observed the subject closely and interviewed them. Then the responses were classified a verified with reference to the criteria of conversational styles by male and female as determined by Swann (2000), namely amount of talk, interruption, conversational support, tentativeness, and compliment. The findings show that there were five types of conversational styles used by male and female sellers. In conversational styles used by male sellers; amount of talk (30%), interruption (26.7%), conversational support (21.7%), compliment (16.6%), and tentativeness (5%). In conversational styles used by female sellers; interruption (29%), amount of talk (23%), conversational support (24%), tentativeness (15%), and compliment (9%). In conversational styles in male sellers business transaction, the more dominant responses refer to talk of amount because they talk much in interaction in public context, they tendency it is public context it is conducted that they feel. It is needed to establish or maintain their status in that group. In conversational styles in female sellers business transaction, the more dominant responses refer to interruption because the female sellers are taken as a violation and a sign of conversational dominance. In this case the female sellers have been found interrupt the buyers is likely it is caused that they suppose to presume that they have a right to take the floor from the buyers.

Keywords: *Conversational styles, Gender, Traditional Market.*

ABSTRAK

Diana Hayati Pulungan. NIM: 8126111005. Gaya Percakapan oleh Penjual Pria dan Wanita dalam Transaksi Bisnis Di Pasar Tradisional "Pasar Sentosa Baru" Medan. Sebuah Tesis: Program Studi Linguistik Terapan Bahasa Inggris, Sekolah Pascasarjana Universitas Negeri Medan, 2017.

Penelitian ini membahas gaya percakapan oleh penjual pria dan wanita dalam transaksi bisnis di pasar tradisional "Pasar Sentosa Baru" Medan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rancangan penelitian kualitatif. Subjek penelitian berjumlah 8 orang yang terdiri dari 4 orang penjual pria dan 4 orang penjual wanita yang mana dari setiap jenis kelamin menghasilkan 20 percakapan. Usia berkisar antara 30 sampai 60 tahun. Mereka berasal dari berbagai penjual, seperti ikan, ayam, sayur-mayur, buah-buahan, dan penjual bumbu. Alat pengumpulan data berupa observasi, rekaman, catatan lapangan, dan wawancara yang diadopsi oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Peneliti mengamati subjek secara cermat dan mewawancarai mereka. Kemudian tanggapan diklasifikasikan yang terverifikasi dengan mengacu pada kriteria gaya percakapan oleh laki-laki dan perempuan sebagaimana ditentukan oleh teori Swann (2000), diantaranya *amount of talk*, *interruption*, *conversational support*, *tentativeness*, dan *compliment*. Penemuan menunjukkan bahwa ada lima jenis gaya percakapan yang digunakan oleh penjual pria dan penjual wanita. Di dalam gaya percakapan yang digunakan oleh penjual pria; *amount of talk* (30%), *interruption* (26.7%), *conversational support* (21.7%), *compliment* (16.6%), dan *tentativeness* (5%). Di dalam gaya percakapan yang digunakan oleh penjual wanita; *interruption* (29%), *amount of talk* (23%), *conversational support* (24%), *tentativeness* (15%), dan *compliment* (9%). Di dalam gaya percakapan yang digunakan oleh penjual pria, tanggapan yang lebih dominan mengacu pada *amount of talk* karena penjual pria lebih banyak berbicara dalam berinteraksi dengan publik, mereka lebih cenderung dalam berinteraksi dengan publik. Hal ini diperlukan untuk membangun atau mempertahankan status mereka dalam kelompok tersebut. Di dalam gaya percakapan yang dilakukan oleh penjual wanita di dalam transaksi bisnis, tanggapan yang lebih dominan mengacu pada *interruption* hal ini terjadi karena penjual wanita selalu melakukan pelanggaran dengan cara memotong-motong atau mencelah dalam pembicaraan dan ini sebuah tanda yang mendominasi dalam sebuah percakapan. Dalam kasus ini, penjual perempuan telah ditemukan mengganggu pembeli kemungkinan disebabkan oleh anggapan bahwa Anda memiliki hak untuk mengambil rantai dari pembeli. Dalam kasus ini, penjual perempuan telah ditemukan mengganggu pembeli kemungkinan disebabkan oleh anggapan bahwa penjual memiliki hak untuk mengambil mempengaruhi dan meyakinkan pembeli.