

**ETIKA KOMUNIKASI SALES REMOTE TELEVISI
DI DESA KALISALAK KEC. KEDUNGBANTENG
KAB. BANYUMAS**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)**

IAIN PURWOKERTO

Disusun Oleh:

**DUKHON ISTIWA
NIM: 102311028**

**JURUSAN BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2017**

ETIKA KOMUNIKASI SALES REMOT TELEVISI DI DESA KALISALAK KEC. KEDUNG BANTENG KAB. BANYUMAS

**DUKHRON ISTIWA
102311028**

ABSTRAK

Dunia sales remot merupakan dunia yang penuh dengan dinamika, baik itu dinamika ekonomi maupun dinamika psikologis. Dinamika ekonomi yang dimaksud adalah bagaimana sales mendapatkan keuntungan yang besar, akan tetapi, dalam praktiknya sales pun harus pandai berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelanggan, agar pelanggan menaruh kepercayaan, sehingga berimbas kepada pendapatan. Dalam hal ini, penulis tertarik untuk melakukan kajian tentang Etika Komunikasi Sales Remot Televisi yang berada di Desa Kalisalak, Kec. Kedungbanteng Kab. Banyumas.

Untuk membedahnya, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teori yang digunakan adalah teori Etika Komunikasi yang penulis infentarisir dari berbagai sumber, baik di internet maupun buku.

Hasil penelitian yang penulis dapatkan adalah: 1) Sopan Santun. Sopan santun dalam hal ini ada tiga (3): a) sopan santun kepada sesama sales, b) sopan santun kepada konsumen, c) sopan santun kepada masyarakat. 2) Etika. Etika dibagi menjadi dua (2), yaitu a) etika berbicara, b) etika bergurau. 3) Kepekaan dan Kepedulian. Kepekaan dan kepedulian dibagi menjadi dua (2), yaitu: a) kepekaan dan kepedulian terhadap sales, b) kepekaan dan kepedulian terhadap konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku sosial, di antaranya adalah: a) faktor motivasi, b) faktor agama, c) faktor lingkungan.

Kata Kunci: Sales Remot, Psikologi Sosial, Etika Komunikasi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Telaah Pustaka	9
F. Metode Penelitian.....	12
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TEORI ETIKA KOMUNIKASI	
A. Etika Komunikasi.....	17
1. Pengertian Etika Komunikasi	17

B. Pengertian Perilaku sosial.....	19
1. Bentuk-Bentuk Perilaku Sosial.....	23
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Sosial.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	36
B. Objek Penelitian.....	36
C. Subjek Penelitian.....	36
D. Jenis Penelitian.....	36
E. Sumber Data Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Sales Remot Televisi.....	43
1. Sejarah Berdirinya Sales Remot Televisi.....	43
2. Profil Sales Remot Televisi.....	44
B. Etika Komunikasi Sales Remot Televisi.....	45
1. Informan 1 (Umar).....	45
a. SopanSantun.....	45
1) Sopan Santun Kepada Sesama Sales Remot Televisi.....	49
2) Sopan Santun Kepada Konsumen.....	49
3) Sopan Santun Kepada Masyarakat.....	49
b. Etika.....	49

1) Etika Berbicara	50
2) Etika Bergurau	50
c. Kepekaan dan Kepedulian	50
1) Kepekaan dan Kepedulian Terhadap Sesama Sales	50
2) Kepekaan Dan Kepedulian Terhadap Konsumen.....	51
d. Faktor-faktor yang membentuk Perilaku Sosial	51
1) Motivasi	51
2) Agama.....	51
3) Lingkungan.....	51
2. Informan 2 (Imam Tantowi).....	53
a. Sopan Santun	53
1) Sopan Santun Kepada Sesama Sales Remot Televisi	58
2) Sopan Santun Kepada Konsumen	58
3) Sopan Santun Kepada Masyarakat	59
b. Etika.....	59
1) Etika Berbicara	59
2) Etika Bergurau	59
c. Kepekaan dan Kepedulian.....	60
1) Kepekaan dan Kepedulian Terhadap Sesama Sales	60
2) Kepekaan dan Kepedulian Terhadap Konsumen.....	60
d. Faktor-faktor yang membentuk perilaku sosial	61
1) Motivasi	61
2) Agama.....	61
3) Lingkungan.....	61

3. Informan 3 (Rohmat).....	62
a. Sopan Santun	62
1) Sopan Santun Kepada Sesama Sales Remot Televisi	66
2) Sopan Santun Kepada Konsumen	67
3) Sopan Santun Kepada Masyarakat	67
b. Etika.....	67
1) Etika Berbicara	67
2) Etika Bergurau.....	68
c. Kepekaan dan Kepedulian.....	68
1) Kepekaan dan Kepedulian Terhadap Sesama Sales	68
2) Kepekaan dan Kepedulian Terhadap Konsumen.....	69
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku sosial.....	69
1) Motivasi	69
2) Agama	70
3) Lingkungan.....	70
C. Analisis Terhadap Etika Komunikasi Sales Remot Televisi.....	71
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
C. Penutup.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut J.L Gillin dan J.P Gillin masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang terikat oleh suatu tata cara (sistem), kebiasaan atau adat istiadat tertentu, yang dianut oleh anggota-anggotanya. Pada jaringan hubungan antar manusia dalam masyarakat itu terjadilah proses sosial dan struktur sosial.¹

Proses sosial dan struktur sosial dalam masyarakat tidak akan terjadi apabila salah satu unsur masyarakat tidak terpenuhi, yaitu manusia. Karena peran manusia adalah sebagai pelaku. Sejak dilahirkan manusia mempunyai naluri untuk hidup bergaul dengan sesamanya (*gregariousness*). Naluri ini merupakan salah satu kebutuhan manusia yang paling mendasar untuk memenuhi kebutuhan hidup lainnya, yakni kebutuhan afeksi, kebutuhan inklusi, dan kebutuhan control. Upaya manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya dilaksanakan melalui suatu proses sosial yang disebut interaksi sosial, yakni hubungan timbal balik antara orang perorangan, orang perorangan dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok dalam masyarakat.²

Bergaul dengan sesamanya, Al-Ghazali menegaskan bahwa dalam pergaulan bermasyarakat didorong oleh adanya penyebab utama, yaitu:

¹ Tim Sosiologi, *Panduan Belajar Sosiologi* (Jakarta: Yudhistira, 1995), hlm.12.

² *Ibid*, hlm.18.

1. Dia membutuhkan keturunan untuk melanjutkan perjuangan dan sejarah hidupnya di dunia. Hal ini mendorong umat manusia untuk berkumpul dengan lain jenis, yang sekaligus bermasyarakat pula.
2. Oleh karena manusia di ciptakan sebagai makhluk sosial, maka mau tidak mau harus membutuhkan pertolongan orang lain, baik di dalam mencari rizki, menyediakan makan, pakaian, pendidikan, dan lain sebagainya.

Kedua sebab di ataslah yang mendorong manusia harus hidup bermasyarakat. Untuk mewujudkan kesejahteraan lahir dan batin, ketentraman diantara mereka, maka dalam bermasyarakatpun di atur sedemikian rupa.³

Manusia dalam bergaul dengan sesamanya akan menghasilkan suatu tindakan atau perilaku. Tindakan adalah perilaku manusia yang mempunyai maksud subjektif bagi dirinya. Artinya tindakan tersebut merupakan perwujudan dari pola pikir individu yang bersangkutan. Tidak semua tindakan manusia dinyatakan sebagai tindakan sosial. Suatu tindakan baru dinyatakan sebagai tindakan sosial apabila arti subjektifnya dihubungkan dengan individu-individu lain. Oleh sebab itu, tindakan sosial merupakan kenyataan sosial yang paling mendasar, yang menyangkut komponen-komponen dasarnya yaitu tujuan, alat, kondisi, nilai, dan norma.⁴

Menjadi guru, dosen, menjadi pedagang yang berjualan dipasar atau di pinggir jalan, menjadi tukang semir sepatu, menjadi arsitek yang membuat pola rumah atau bangunan perkantoran perkantoran pencakar langit dan masih banyak contoh lainnya merupakan sebuah contoh banyaknya pekerjaan di

³ A. Mudjab Mahali, *Pembinaan Moral Di Mata Al- Ghazali* (Yogyakarta:BPFE, 1984), hlm.258-259.

⁴ Tim sosiologi, *Panduan Belajar Sosiologi* (Jakarta: Yudhistira, 1995), hlm.15.

zaman sekarang ini. Mereka semua sebenarnya sama-sama menawarkan jasanya dalam hal keahlian masing-masing. Seperti guru atau dosen menawarkan jasa menjadi pengajar, arsitek menawarkan jasa dalam hal pembuatan pola dan model bangunan, pedagang menawarkan jasa dengan menjual barang dagangannya, tukang semir sepatu menawarkan keahliannya ke konsumen dalam hal ketrampilan menyemir sepatu. Itu semua salah satu profesi manusia untuk menunjukkan eksistensi dirinya dan bukan semata mata hanya menawarkan jasa, tetapi semua itu termasuk proses manusia dalam perilaku sosial. Perilaku sosial merupakan sifat relatif untuk menanggapi orang lain dengan cara yang berbeda-beda, misalnya dalam melakukan kerja sama, ada orang yang melakukan dengan tekun, sabar dan selalu mementingkan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadinya. Sementara dipihak lain, ada orang yang bermalas-malasan, tidak sabaran dan hanya ingin mencari untung sendiri.

Tidak kalah juga pekerjaan atau profesi menjadi sales yang akhir-akhir ini menjamur seiring dengan banyaknya pertumbuhan pabrik , usaha rumahan yang sangat membutuhkan keahlian sales dalam menawarkan produk-produknya ke konsumen. Bisa dikatakan suatu pabrik dan produksinya akan dibilang lancar dalam usahanya apabila hasil produksinya laku dipasaran. Dalam hal ini jasa sales sangat dibutuhkan, selain kualitas dari barang tersebut. Dalam menawarkan barang dagangannya berbagai cara dilakukan untuk menarik hati konsumen. Dari retorika dalam berbicara dengan logat dari daerah berbeda-beda, cara berpakaian yang rapi dan masih banyak lagi cara-

cara sales merangkul konsumennya untuk membeli barang yang ditawarkannya. Pertanyaan yang muncul kemudian adalah bagaimana formulasi perilaku sosial bagi sales, khususnya sales remot televisi?.

Fenomena sales remot televisi tersebut salah satunya ada di suatu desa di utara kota Purwokerto, tepatnya di desa Kalisalak Kec. Kedung Banteng. Mereka para sales remot televisi memiliki spesifikasi menjual dan memperbaiki remot yang rusak. Jam kerja tidak menentu, ada yang berangkat lebih awal sekitar pukul 09.00 dan ada yang berangkat siang. Sehingga apabila lokasi jauh maka para sales akan menginap di rumah warga sekitar.

Dalam dunia berjualan maka akan ada keadaan dimana dalam berjualan mudah, dan laku, dan ada keadaan dimana dalam berjualan remot dalam satu hari sepi atau tidak laku. Jika dalam keadaan menjual remot laku maka akan membuat para sales semangat untuk menjual lebih remotnya di suatu lokasi yang dikatakan laku keras. Menurut hemat penulis para sales akan memvorsir lokasi tersebut untuk menawarkan barang dagangannya dalam hal ini remot televisi. Namun, bila dalam suasana keadaan sepi bagi para sales sudah menjadi resiko dan sudah dianggap hal biasa yang terjadi pada mereka. Sedangkan keadaan lancar adalah harapan mereka. Hal itu telah mereka sadari sejak lama dengan tempat lokasi yang selalu berpindah-pindah.

Kesibukan para sales remot televisi sehari-hari adalah mempersiapkan lokasi yang akan dituju, mempersiapkan remot televisi yang akan dijual. Dalam hal kerapian baju kembali tergantung pada tiap-tiap individu sales, ada yang rapi ada yang apa adanya. Mereka para sales dalam menawarkan

dagangannya dengan cara berjalan kaki. Masuk ke gang-gang rumah warga. Kegiatan tersebut sangat menguras waktu dan tenaga. Sehingga semakin sedikit waktu yang tersisa untuk melakukan hal lain.⁵

Berdasarkan pengamatan awal yang penulis lakukan tentang etika komunikasi kemasyarakatan, mereka ketika masih dirumah dan pada waktu berjualan para sales berusaha untuk cepat tanggap dan cepat beradaptasi. Dilihat dalam kegiatan sosial sales rajin dalam beramal dan beribadah.

Kegiatan yang mereka lakukan disaat sepi atau tidak laku adalah bercanda dengan sesama sales kalau berangkat berdua, ngopi diwarung, dan ada juga yang istirahat tiduran di masjid sambil menunggu waktu sore. Apabila lokasi jauh dalam berjualan maka akan menginap dirumah warga atau meminta izin Rt setempat untuk menginap di masjid atau mushola.⁶

Dengan pengamatan awal yang seperti itu penulis tertarik dengan para sales remot televisi walaupun sibuk dalam berjualan menawarkan barang dagangannya dan mencari lokasi baru yang notabennya adalah lingkungan baru ditambah disetiap daerah yang berbeda-beda kultur, bahasa, budaya. Para sales dituntut untuk cepat tanggap dalam hal menyesuaikan dilingkungan baru tersebut. Seperti dalam berperilaku baik dan sopan sesuai norma yang ada ditiap daerah.

⁵ Wawancara dengan Imam Tantowi (Sales Remot Televisi) pada tanggal 11 November 2015.

⁶ Wawancara dengan Imam Tantowi (sales remot televisi) pada tanggal 11 November 2015.

Berdasarkan paparan diatas, penulis tertarik ntuk mengangkat judul skripsi “Etika Komunikasi Sales Remot Televisi Desa Kalisalak kec. Kedung Banteng kab. Banyumas.”

B. Definisi Operasional

Supaya tidak terjadi salah paham tentang pengertian mengenai judul yang diajukan peneliti dalam penelitian ini, maka perlu adanya penegasan-penegasan istilah dalam judul tersebut diatas, sebagai berikut:

1. Etika Komunikasi

Menurut Ki Hajar Dewantara, etika ialah ilmu yang mempelajari segala soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia semuanya, teristimewa yang mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan dan perasaan, sampai mengenai tujuan yang dapat merupakan perbuatan.⁷

Kata komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicare*” yang berarti member, mengambil bagian atau meneruskan sehingga terjadi sesuatu yang umum (common), sama atau saling memahami. Dalam perkembangannya kemudian komunikasi didefinisikan sebagai transfer pesan antara dua orang atau lebih. Sedangkan Simamora mendefinisikan komunikasi sebagai pengumpulan, pemilihan, pembentukan dan penyampaian symbol antara individu untuk menciptakan makna melalui proses.⁸

⁷ Rosady Ruslan, *Etika Kehumasan Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 32

⁸ Astuti Pratminingsih, *Komunikasi Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm.2

Berdasarkan definisi diatas, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat.

2. Perilaku Sosial Kemasyarakatan

Perilaku dalam kamus besar bahasa Indonesia, di identikan dengan kelakuan, yaitu perbuatan, tingkah laku, perangai dan kesadaran.⁹

Al Ghazali yang kemudian dikutip oleh Fathurrahman Djamil menerangkan tentang perilaku yang dikaitkan dengan akhlak yaitu: akhlak adalah perilaku jiwa yang dapat dengan mudah melahirkan perbuatan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Apabila perilaku itu dapat mengeluarkan perbuatan baik dan terpuji, baik menurut akal maupun agama, perilaku tersebut dinamakan akhlak yang baik, apabila perbuatan yang dikeluarkan itu jelek, maka perilaku tersebut dinamakan akhlak yang jelek.¹⁰

Perilaku sosial dapat di definisikan sebagai perilaku dari dua orang atau lebih yang saling terkait atau bersama dalam kaitan dengan sebuah lingkungan bersama.¹¹

Kemasyarakatan adalah kumpulan sekian banyak individu-kecil atau besar yang terikat oleh satuan, adat, ritus atau hukum khas, dan hidup bersama.¹²

⁹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), hlm. 489

¹⁰ Djamil, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: logos Wacana, 1999), hlm. 146

¹¹ B.F Skinner, *Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm.459.

¹² Dr. M. Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran* (Bandung: Mizan, 1992), Hlm.319.

Sementara itu dalam kamus ilmiah populer mengartikan masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.¹³

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan oleh penulis bahwa perilaku sosial kemasyarakatan adalah suatu kesatuan perilaku manusia yang hidup bersama dan berinteraksi dalam tata kemasyarakatan atau sistem sosial tertentu yang bersifat kontinyu, terus menerus yang terikat oleh satuan adat, hukum khas, dan hidup bersama. Yang akan diteliti peneliti adalah perilaku sosial sales remot televisi.

3. Sales remot televisi

Kesenian atau keahlian dalam cara-cara menjual, keahlian atau kesanggupan akan menciptakan dari pihak konsumen yang berpotensi, suatu permintaan atau keinginan akan barang-barang atau jasa-jasa tertentu yang dijual, dan mewujudkan permintaan itu menjadi suatu transaksi penjualan yang nyata.¹⁴

Dalam penelitian ini, sales yang dimaksud yaitu sales remot televisi. Mereka yang mempunyai kesenian dan keahlian dalam cara-cara menjual khususnya remot televisi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah: bagaimana etika komunikasi sales remot televisi di Desa Kalisalak Kec. Kedungbanteng Kab. Banyumas ?

¹³ Heppy El Rais, *Kamus Ilmiah Populer* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2012), hlm.388.

¹⁴ A. Abdurrahman, *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan* (Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 1991), hlm. 945

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui etika komunikasi dan perilaku sosial sales remot televisi.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, dapat menambah dan memperkaya wacana khasanah keilmuan dan menjadi sarana untuk mengembangkan dakwah.
- b. Secara praktis, penelitian ini memberikan informasi tentang keadaan etika komunikasi dan perilaku sosial sales remot televisi.
- c. Bagi penulis, penelitian ini untuk menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri dan pihak-pihak lain yang berkomitmen dalam dakwah.

E. Telaah Pustaka

Tinjauan pustaka atau telaah pustaka sering disebut dengan teoritik yaitu mengemukakan teori-teori atau penelitian yang relevan dengan masalah-masalah yang sedang diteliti atau kajian tentang ada atau tidaknya studi, buku, atau makalah yang sama atau mirip dengan judul permasalahan yang penulis susun.

Adapun penelitian yang membahas tentang perilaku keberagamaan sales remot televisi atau yang sejenisnya dan relevan dengan penelitian penulis baik secara struktur bahasa, analisis makna karya sastranya, maupun secara *direct* kepersonalnya sebagai berikut:

Penelitian Sujan dan Iswandi (2008) tentang “ *Pengaruh Sales Promotion Terhadap Hasil Penjualan Studi Kasus pada PT Ultrajaya Milk Industri*”.¹⁵ Dalam penelitian tersebut objek yang menjadi bahan kajiannya adalah dampak atau pengaruh *Sales Promotion* terhadap hasil penjualan. *Sales Promotion* memiliki peran dan fungsi yang sangat strategis guna memasarkan barang-barang produksi perusahaan guna mendapatkan hasil atau input yang maksimal. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, yaitu dengan mengidentifikasi faktor apa saja yang berpengaruh dalam merumuskan pengaruh sales promotion yang berdasarkan lingkungan internal.

Penelitian Fransiscus Xaverius Trilaksana tentang “ *Pengaruh Performance Sales Promotion Girls terhadap Brand Equity (Studi Explanatif Tentang Pengaruh Performance Sales Promotion Girls terhadap Brand Equity Djarum Black Menurut Pengunjung Angkringan Kopi Jos Mangkubumi Yogyakarta)* (2003) “.¹⁶ Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengaruh *performance sales promotion girls terhadap brand equity Djarum Black* menurut pengunjung angkringan kopi jos Mangkubumi, Yogyakarta. Metode penelitian dalam penelitian tersebut memakai metode survey dan jenis penelitiannya adalah kuantitatif (explanative).

Penelitian Inggil Dharmawansyah (2003) tentang *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas*

¹⁵ Lihat dalam jurnal Ilmiah Kesatuan No. 1 Volume 10, 2008, Sekolah Tinggi Ilmu Kesatuan.

¹⁶ Lihat Skripsi Fransiscus Xaverius Trilaksana, *Pengaruh Performance Sales Promotion Girls terhadap Brand Equity (Studi Explanatif Tentang pengaruh Performance Sales Promotion Girls terhadap Brand Equity Djarum Black menurut Pengunjung Angkringan Kopi Jos Mangkubumi Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2003).

Pelanggan.¹⁷ Objek kajian yang dibahas dalam riset tersebut adalah pengaruh experiential marketing dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian Tantri tentang *Persepsi Sales Promotion Girls terhadap Profesinya dan Respon Sales Promotion Girls terhadap Persepsi Masyarakat*. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah SPG. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian yang dilakukan oleh tantri adalah untuk mencoba memeberikan penjelasan tentang pandangan dari sisi SPG sendiri terhadap profesinya atau pekerjaannya, dan juga bagaimana mereka menanggapi persepsi masyarakat.

Dalam skripsi lain penulis menemukan karya Sri Mulia Listianti dengan judul *Makna Berdandan Bagi Perempuan (Studi Kasus tentang penggunaan make up pada Sales Promotion Girl di kota Surabaya)*.¹⁸ Penelitiannya dilakukan kepada sales prormotion girl yang bertempat di Surabaya. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui makna berdandan bagi para Sales Promotion Girl yang menggunakan make up, dan untuk mengetahui gaya hidup para Sales Promotion Girl untuk memenuhi konstruksi kecantikan perempuan masa kini. Metode dalam penelitian tersebut adalah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan strategi penelitin studi kasus. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik purposive sampling dengan snowball sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dan observasi langsung. Dalam menguji validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi data atau

¹⁷ Skripsi Inggil Dharmansyah, *Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*, (Semarang: Universitas Negri Semarang, 2003).

¹⁸ <http://e-journal.uajy.ac.id/6115/1/JURNAL%20SOSO2836.pdf>

sumber dan triangulasi metode. Tahapan analisis interaktif penelitian ini yaitu pengumpulan data, reduksi data, interpretasi data dan penarikan.

Dalam skripsi karya Sumargo Budi R dengan judul “ Perilaku Keberagamaan Warga Anak Kost rt 07 rw 02 Baturaden “. Penelitiannya menitik beratkan pada perilaku keberagamaan warga anak kost yang pada umumnya adalah kalangan muda yaitu mahasiswa.

Skripsi karya Ria Hairiah dengan judul “ Hubungan Perilaku Sosial Dengan Agresivitas Siswa di SMK Negeri 1 Cikarang Barat “. Penelitiannya bertujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku sosial dengan agresivitas siswa di SMK Negeri 1 Cikarang Barat. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian korelasional. Dengan pendekatan kuantitatif.¹⁹

Dari ketujuh penelitian di atas, sejauh peneliti mengkaji dan memperdalam ternyata sudah ada beberapa penelitian yang membahas tentang perilaku sosial kemasyarakatan dan tentang sales, tetapi belum ada yang membahas tentang sales, khususnya etika komunikasi dan perilaku sosial kemasyarakatan sales remot televisi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini merupakan jenis penelitian kualitatif, sebab penelitian ini lebih menekankan pada proses penyimpulan

¹⁹ [Http://skripsipknunj.com/wp-content/uploads/2013/02/JURNAL-Ria-H.pdf](http://skripsipknunj.com/wp-content/uploads/2013/02/JURNAL-Ria-H.pdf)

data deduktif-induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.²⁰

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) ialah penelitian yang dilakukan untuk memperjelas kesesuaian antara teori dan praktek. Penelitian lapangan ini pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik tentang apa yang sedang terjadi pada suatu saat ditengah-tengah kehidupan masyarakat.²¹

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber informasi yang langsung mempunyai wewenang dan bertanggung jawab terhadap pengumpulan data. Sumber semacam ini disebut pula *first hand sources of information* atau sumber utama atau singkatnya sumber data primer adalah sumber yang memberikan data langsung dari tangan pertama.²²

Jadi sumber primer dalam penelitian ini adalah para sales remot televisi.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber informasi yang diperoleh bukan dari sumber yang pertama atau sumber yang memiliki data dan ia sendiri memperoleh data tersebut dari pihak atau orang lain, baik

²⁰ Syaifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 5

²¹ Mardalis, *Metode Pendekatan Suatu Pendekatan Proposal Cetakan VI* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm. 28

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 135

dalam bentuk tulisan, salinan, turunan ataupun sumber data yang dimiliki oleh bukan orang pertama.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan jalan Tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian.²³ Metode ini digunakan untuk memperoleh dan mengumpulkan data dari para sales remot televisi.

b. Observasi

Obsevasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena yang sedang diteliti.²⁴ Observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti terhadap objek penelitian yaitu sales remot televisi.

c. Dokumentasi

Yaitu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip buku, surat, majalah, dokumen, notulen rapat, catatan harian dan lain-lain.²⁵

d. Metode Analisis

Analisis data merupakan poses dari akhir suatu penelitian. Setelah masalah penelitian dirumuskan, data-data dikumpulkan dan diklarifikasi. Kemudian langkah-langkah selanjutnya adalah

²³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II* (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hlm. 193

²⁴ *Ibid*, hlm. 151

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 149

menganalisa dan menginterpretasikan data. Selanjutnya disederhanakan dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan.²⁶

Adapun teknik analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu mengolah data dengan melaporkan apa yang telah diperoleh selama penelitian dengan cermat dan teliti serta memberikan informasi data itu kedalam suatu kebulatan yang utuh dengan menggunakan kata-kata yang dapat menggambarkan objek penelitian yang dilaksanakan, dengan maksud untuk membandingkan data yang bersifat teoritis dengan data-data praktis yang diperoleh di lapangan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penelitian ini dan supaya bisa dipahami secara runtut dan sistematis, maka kerangka penulisannya tersistematika sebagai berikut:

BAB I, pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II, memuat teori dasar sebagai kerangka teori yang akan dijadikan landasan penelitian.

²⁶ Masri Singaribun dan Sofyan Effendi, *Metode Pendekatan Survey* (Jakarta: LP3EES Indonesia, 1986), hlm. 213

BAB III, berisi tentang metode penelitian, yang membahas mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV, memuat laporan hasil penelitian dengan sub bab meliputi: penyajian data, analisis data, dan interpretasi data.

BAB V, merupakan penutup. Dalam bab ini berisi kesimpulan dari penelitian, saran-saran, daftar pustaka, lampiran serta penutup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian etika komunikasi sales remot televisi yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, peneliti mengambil kesimpulan bahwa etika komunikasi sales remot televisi dalam berjualan lebih mengutamakan aspek bersopan santun. Dalam hal ini, bersopan santun dalam bertutur kata ketika menawarkan barang dagangannya, berpakaian rapi ketika berjualan, tetapi ada juga sales yang menanggapi konsumen dengan cuek apabila menemui konsumen yang tidak enak dilihat. Dengan bersopan santun sama saja sedang menanam kepercayaan dan menghormati konsumen. Para sales juga peka dan peduli terhadap sesama sales dan konsumen dalam bentuk perhatian ke konsumen dan perhatian ke sales. Memberi bantuan kepada konsumen dalam membantu mengatasi remot televisi apabila ada kendala adalah salah satu contohnya. Perhatian sesama sales dengan saling tukar informasi tentang lokasi, mendengarkan curahan hati antar sales. Dalam hal motivasi, beragama, dan hidup di lingkungan ingin menjadi lebih baik menjadi pedoman, agama menjadi pilar utama dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Selalu menjalankan shalat, berpuasa ketika puasa di bulan Ramadan, mengucapkan salam ketika bertamu, berterimakasih ke konsumen ketika mau membeli barang dagangannya. Melalui pemahaman agama yang mendalam ketika berjualan di lingkungan baru menjadi lebih

mudah berbaur dengan berperilaku sopan, mengikuti tata aturan lingkungan baru.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, tanpa mengurangi rasa hormat kepada pihak sales dan pihak lain yang terkait, peneliti menghaturkan beberapa saran untuk lebih meningkatkan lagi etika komunikasi sales di lingkungan masyarakat khususnya dan seluruh pembaca pada umumnya sebagai berikut:

1. Untuk individu sales remot televisi.

Mempertahankan etika komunikasi dan perilaku sosial sebelumnya, dan lebih ditingkatkan kembali dalam hal etika komunikasi dan kualitas perilaku sosialnya agar konsumen dan masyarakat memberikan kepercayaan lebih

2. Untuk kelompok anggota sales remot televisi.

Jadikan sopan santun, etika, kepekaan, agama dan motivasi sebagai prinsip kolektif seluruh sales remot.

C. Penutup

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan bimbingan dan rahmat-Nya, serta motivasi dari berbagai pihak peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad saw, yang tanpa pamrih mengajarkan ilmu yang melimpah ke-pada manusia.

Selesainya skripsi ini juga tidak lepas dari uluran tangan penuh kasih sayang dan perhatian yang tulus dari dosen pembimbing. Peneliti haturkan terimakasih yang dalam kepada dosen pembimbing, semoga kebaikan yang selalu diberikan kepada peneliti mendatangkan berkah dari Allah SWT.



DAFTAR PUSTAKA

- A Baron, Robert. 2003. *Social Psychology: Psikologi Sosial*, Terj. Ratna Djuwita. Jakarta: Erlangga.
- Abdurrachman, A. 1991. *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Ahmad Saebani, Beni. 2007. *Sosiologi Agama: Kajian Tentang Perilaku Institusional Dalam Beragama Anggota Persis dan Nahdlatul Ulama*. Bandung: Refika Aditama.
- Ahmadi, Abu. 1998. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arthur S. Reber dan Emily S. Reber. 2010. *Kamus Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Astuti Pratminingsih, Sri. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azwar, Syaifudin. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barnadib, Imam. 1994. *Pendidikan Perbandingan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- B.F Sinner. 2013. *Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djamil. 1999. *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta: Logos Wacana.
- El Rais, Heppy. 2012. *Kamus Ilmiah Populer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gerungan. 1998. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. eresco.
- Hadi, Sutrisno. 1995. *Metodologi research II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Herimanto. 2010. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Herminarto Sofyan dan Hamzah B. Uno. 2012. *Teori Motivasi dan Penerapannya Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UNY Press.
- Ibnu Hadjar Al 'asqalani, Al-Hafidz. 2002. *Bulughul Maram, Terj. Hamim Thohari Ibnu M*. Jakarta: Al Birr.
- J moleong, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. REMAJA RODAKARYA.

- Julian M, James. 2008. *Accelerated Learning For Personality: Belajar Kepribadian*, Terj. Tom Wahyu. Yogyakarta: Baca.
- K.Bartens. 2013. *Etika*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kartono, Kartini. 2009. *Psikologi Abnormal dan Abnormalitas Seksual*. Bandung: Mandar Maju.
- Kanisius. 1997. *Isme-Isme dalam etika*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Kusuma, Wijaya. 1999. *Pengantar Psikologi*. Batam: Interaksara.
- Latif, Abdul. 2009. *Pendidikan Berbasis Nilai Kemanusiaan*. Bandung: Refika Aditama.
- Matthew B Miles, dan A Mitchael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Terj. Tjetjep Rohandi Rosidi. Jakarta : UI Press.
- Machasin. 2012. *Perubahan Perilaku dan Peran Agama: Pada Remaja Keluarga Bercerai Studi Kasus di Semarang*. Semarang: IAIN Walisongo Semarang.
- Mahali, A. Munjab. 1984. *Pembinaan Moral Di Mata Al-Ghazali*. Yogyakarta: BPFE.
- Mardalis. 2003. *Metode Pendekatan Suatu Pendekatan Proposal Cetakan VI*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Masri Sangaribun dan Sofyan Effendi. 1986. *Metode Pendekatan Survey*. Jakarta: LP3EES Indonesia.
- Muwafik Saleh, akh. 2012. *Membangun Karakter Dengan Hati Nurani*. Jakarta: Erlangga.
- Nur Ghufroon, M. 2011. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ruzz Media.
- Rivai, veithzal. 2009. *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rahman Saleh, Abdul. 2009. *Psikologi: Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosady.2004. *Etika Kehumasan Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Sarlito W. 2003. *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: PT. Bulan Bintang.
- Sjarkawi. 2009. *Pembentukan Kepribadian Anak: Peran Moral Intelektual, Emosional dan Sosial Sebagai Wujud Integritas Membangun Jati Diri*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

- Supardan, Dadang. 2009. *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syani, Abdul. 2007. *Sosiologi (Sistematika, Teori dan Terapan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sayyid Muhammad Az Za'balawi, Muhammad. 2007. *Pendidikan Remaja Antara Islam dan Ilmu Jiwa*. Jakarta: Insani Press.
- Tim Penyusun. 1993. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Penyusun. 1995. *Panduan Belajar Sosiologi*. Jakarta: Yudhistira.
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wawancara dengan Imam Tantowi (sales remot televisi) pada tanggal 11 November 2015.
- Wawancara dengan M. Rokhmat (sales remot televisi) pada tanggal 7 November 2015.
- Wawancara dengan Umar (Sales Remot Televisi) pada tanggal 9 juli 2017.
- [Http://e-journal.uajy.ac.id/6115/1/JURNAL%20SOSO2836.pdf](http://e-journal.uajy.ac.id/6115/1/JURNAL%20SOSO2836.pdf)
- <http://skripsippknunj.com/wp-content/uploads/2013/02/JURNAL-Ria-H.pdf>

IAIN PURWOKERTO