

**PRAKTIK SOSIAL PEDAGANG
DI PASAR SUNGGINGAN
BOYOLALI (STUDI
FENOMENOLOFI DI PASAR
SUNGGINGAN BOYOLALI**

Jurnal Analisa Sosiologi

Oktober 2018, 7(2): 213-223

Jatmiko Suryo Gumilang¹, Mahendra Wijaya², Bagus haryono²

Abstract

The purpose of this study is to describe the social practices of traders in Boyolali Sunggingan Market. The location of this research was conducted in the Sunggingan Market, Boyolali Sub-District, Boyolali Regency, with the reason that until now it still maintained the interaction pattern of conventional buying and selling. This research is a qualitative research with phenomenology method. Data collection techniques come from interviews with the main data sources, namely market traders, Sunggingan market services and indigenous people around the Sunggingan market. While other data comes from observation and documentation. The sampling technique uses purposive sampling. Test data validity using source and method triangulation. The analysis technique uses an interactive data analysis model that is data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Based on the results of the study it can be concluded that there is social capital and culture of traders in the market very important role in the way of surviving traders trade in the market that establishes a merchant habitus itself. Sunggingan Market as a form of arena for traders to compete for their habitus. The conclusion of this study is that Sunggingan Market plays a central role in meeting the needs of the middle to lower class economy.

Keywords: traders, Sunggingan market, social practices

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan praktik sosial pedagang di Pasar Sunggingan Boyolali. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Sunggingan Kecamatan Boyolali Kabupaten Boyolali, dengan alasan sampai saat ini masih mempertahankan pola interaksi jual beli konvensional. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengumpulan data berasal dari wawancara dengan

¹ Program Studi Magister Sosiologi Universitas Sebelas Maret

² Jurusan Sosiologi Universitas Sebelas Maret

¹ jatmiko.gilang90@gmail.com

² mahendrawijaya@staff.uns.ac.id

² bagusharyono@staff.uns.ac.id

sumber data utama yaitu pedagang pasar, dinas pasar Sunggingan dan warga masyarakat asli sekitar pasar Sunggingan. Sedangkan data lainnya bersumber dari observasi dan dokumentasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber dan metode. Teknik analisis menggunakan model analisis data interaktif yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat modal sosial dan budaya pedagang di pasar sangat berperan penting dalam cara bertahan pedagang berdagang di pasar yang membentuk suatu habitus pedagang itu sendiri. Pasar Sunggingan sebagai bentuk arena wahana pedagang untuk bersaing demi mendapatkan habitusnya. Simpulan penelitian ini adalah Pasar Sunggingan berperan sentral dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat kelas ekonomi menengah ke bawah.

Kata Kunci: pedagang, pasar Sunggingan, praktik sosial

PENDAHULUAN

Setiap wilayah pasti terdapat ada suatu tempat untuk saling bertemunya antara penjual dan pembeli. Tempat tersebut lazim orang menyebutnya sebagai pasar. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (1997), mengenai definisi pasar adalah “Pasar yaitu terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu”. Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka di mana terjadi proses transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar (Eis, 2013:4). Pada umumnya, pasar tradisional di Indonesia identik dengan suasana yang kumuh. Meskipun demikian, dewasa ini banyak pasar tradisional direnovasi dengan tujuan menjadikan pasar tradisional yang lebih bersih dan tertata apik. Renovasi pasar disebut dengan kebijakan revitalisasi yang dibentuk oleh pemerintah.

Salah satu pasar tradisional yang terletak di Boyolali adalah Pasar Sunggingan. Pasar Sunggingan terletak di tengah wilayah Boyolali Kota. Faktor-faktor yang mempengaruhi eksisnya tradisi Pahingan di Pasar Sunggingan ini sehingga masyarakat setempat masih mempertahankan tradisi tersebut antara lain : kebutuhan masyarakat kelas menengah kebawah banyak dipenuhi oleh pasar tradisional.

Pedagang di dalam pasar tentu mempunyai peran yang sangat penting. Strategi kelangsungan pedagang dalam berdagang di Pasar

Sunggingan tidak lepas dari kekuatan modal yang dimiliki pedagang itu tersendiri. Oleh sebab itu, para pedagang dapat dikatakan melakukan Pratik sosial di dalam kegiatan berdagang dengan pasar sebagai arenanya.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu, penelitian yang bertujuan untuk mencari makna sebuah fenomena dengan menggunakan beberapa sumber yang dianggap dapat memberikan jawaban atas fenomena tersebut. Hal tersebut juga sama seperti pendapat Bogdan dan Taylor (Moleong, 2006: 4), penelitian kualitatif adalah “penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Djaman dan Aan berpendapat bahwa, penelitian kualitatif adalah “suatu penelitian yang menekankan pada kualitas atau hal yang dianggap penting dari suatu barang atau jasa yang berupa suatu kejadian/fenomena/gejala sosial adalah makna di balik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori” (Ikbal, 2012). Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang diperoleh melalui hasil pengamatan suatu peristiwa. Data yang dikumpulkan juga bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen buku pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya, sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

Adapun jenis penelitian ini adalah fenomenologi. Menurut Lexy J. Moleong, penelitian fenomenologi adalah penelitian yang berusaha memahami subyek dari segi pandangan mereka sendiri (Lexy J.Moleong, 2006: 45). Yanuar Ikbal (2012: 65), berpendapat bahwa dalam penelitian fenomenologi, peneliti berupaya untuk memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Dari definisi di atas dapat diartikan bahwa penelitian fenomenologi adalah suatu penelitian yang meneliti suatu peristiwa berdasarkan pemahaman manusia yang berkaitan dengan peristiwa tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan

untuk meneliti fenomena praktik sosial pedagang di Pasar Sunggingan Boyolali.

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sutopo menjelaskan bahwa “Teknik cuplikan merupakan suatu bentuk khusus atau proses bagi pemusatan atau pemilihan dalam penelitian yang mengarah pada seleksi”.

Dalam teknik *purposive sampling* ini peneliti akan memilih informan yang dipandang paling tahu dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data dan mengetahui masalahnya secara mendalam. Subyek penelitian ini adalah pedagang Pasar Sunggingan sehingga dapat memberikan keterangan yang peneliti butuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Segala aktifitas pedagang di Pasar Sunggingan Boyolali dipengaruhi oleh modal sosial dan modal budaya yang dimiliki oleh pedagang tersebut. Pada awalnya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi eksistensi pedagang di Pasar Sunggingan terlebih pada hari pasaran Pasar yang jatuh pada hari Pahing di kalender penanggalan Jawa. Adapun factor tersebut adalah lama pedagang tersebut berjualan di Pasar Sunggingan yang berpengaruh pada pengalaman berdagang pedagang tersebut dan modal ekonomi yang dimiliki pedagang dalam memasok barang dagangan. Akan tetapi factor tersebut tidak menjadi jaminan bagi pedagang untuk bisa tetap eksis dan mendominasi berdagang di Pasar Sunggingan. Peneliti melihat terdapat factor lain yang menunjang kinerja pedagang dalam aktifitas berdagangnya. Saat peneliti melakukan observasi di Pasar Sunggingan, peneliti melihat sikap dan perilaku pedagang yang berbeda-beda dari pedagang satu dengan pedagang yang lain. Hal tersebut juga mempengaruhi passion pedagang untuk melakukan kegiatan perdagangan. Setiap pedagang memiliki passion yang berbeda pula. Sangat terlihat perbedaaan passion berdagang dari pengalaman berdagang dan umur pedagang tersebut. Terdapat banyak sekali pedagang yang bermunculan ketika krisis moneter pada tahun 1997 silam yang mengakibatkan inflasi besar-besaran dan otomatis berimbas pada pemutusan hak kerja (PHK) untuk pekerja pada waktu itu. Para karyawan

yang terkena PHK banyak beralih profesi sebagai pedagang. Peneliti mulai dapat mengkategorikan pedagang berdasarkan batas waktu pedagang mulai terjun di dunia dagang. Pedagang yang memulai berdagang sejak dahulu atau pedagang yang menggeluti dunia dagang sebagai profesinya akan memiliki passion dan dedikasi yang tinggi untuk kelangsungan kegiatan berdagangnya. Akan tetapi, pedagang yang memulai berdagang karena peralihan profesi dari karyawan yang terkena PHK kemudian memutuskan menjadi pedagang tidak sepenuhnya bisa berdagang menggunakan hati lantaran berdagang adalah suatu profesi yang dilakukan secara terpaksa. Hal tersebut juga bisa berpengaruh pada modal sosial dan modal budaya yang dimiliki oleh pedagang tersebut. Tentu hal tersebut juga berimbas pada praktik sosial pedagang dalam melakukan persaingan di pasar. Bagi pedagang modal ekonomi penting, akan tetapi jika tidak diimbangi dengan modal sosial dan modal budaya yang mumpuni maka pedagang tersebut akan mudah goncang dan jatuh. Alhasil, kegiatan berdagang tidak lancar dan lama-lama akan mengalami kebangkrutan bagi pedagang tersebut.

Setiap pasar adalah lahan untuk bersaing bagi para pedagang untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dan tetap eksis untuk melakukan kegiatan berdagang dari waktu ke waktu, tahun ke tahun, decade ke decade dan dari generasi ke generasi. Praktik berdagang di dalam suatu pasar bagi pedagang adalah suatu persaingan dimana pasar adalah ranah atau arena untuk bermain. Persaingan yang timbul di antara pedagang tidak hanya mengenai besaran modal ekonomi yang dimiliki pedagang tersebut sehingga memperoleh laba keuntungan besar pula. Modal sosial dan modal budaya seorang pedagang juga mempunyai andil yang besar di dalam kegiatan jual beli pedagang di pasar. Kegiatan jual beli yang dilakukan pedagang secara rutin setiap hari dan pada hari pasaran tentunya juga menjadi suatu hal yang bermanfaat bagi pedagang. Hal tersebut dikarenakan di dalam dunia bisnis atau berdagang tidak hanya berapa besar modal ekonomi yang dimiliki pedagang namun tidak dapat bertahan lam. Berdagang yang bagus dan baik yaitu kegiatan berdagang yang berkesinambungan dan dapat bertahan terus dari waktu ke waktu, dari decade ke decade, dari tahun ke tahun dan dari satu generasi ke generasi. Rutinitas yang berkesinambungan tersebut menjadi suatu kebiasaan pedagang.

Dalam hal ini, Pierre Bourdieu pernah mengungkapkan bahwa suatu keadaan yang berjalan secara rutin dan menjadi dominan disebut dengan habitus. Menurut Bourdieu habitus merupakan struktur mental yang mereka pahami melalui kehidupan sosial, pada dasarnya produk dari internalisasi struktur kehidupan sosialnya (Bourdieu, 1990). Modal sendiri dapat diperoleh jika individu memiliki habitus yang tepat dalam hidupnya. Habitus yang mantap hanya terbentuk, berfungsi dan sah dalam sebuah lingkungan (ranah), dalam hubungan-nya dengan sebuah lingkungan. Habitus itu sendiri adalah "lingkungan dari kekuatan yang ada", sebuah situasi dinamis dimana kekuatan hanya terjelma dalam hubungan dengan kecenderungan tertentu. Inilah yang menyebabkan mengapa habitus yang sama mendapat makna dan nilai berlawanan dalam lingkungan yang berlainan, dalam konfigurasi yang berbeda atau dalam sektor yang berlawanan dari lingkungan yang sama (Ritzer and Goodman, 2007). Seperti ungkapan Pierre Bourdieu diatas mengenai habitus, dimana habitus adalah dimana suatu keadaan lingkungan yang berkesinambungan dan dapat menjadi kebiasaan bagi individu untuk memperkuat berbagai macam modal yang dimiliki.

Hal tersebut juga peneliti lihat di dalam tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali, dimana tradisi pahingan ini menjadi suatu habitus bagi para pedagang untuk berdagang di hari pasaran yang dikatakan hari baik untuk berdagang karena kondisinya yang lebih ramai pengunjung daripada hari biasa. Dalam kurun waktu yang semakin lama pedagang berdagang di Pasar Sunggingan khususnya pada hari pasaran pahing, maka membuat pedagang mempunyai pengalaman, wawasan dan juga pengetahuan dari cara berdagang yang mengakibatkan kegiatan tersebut menjadi suatu runalitas membuat karakter pedagang itu sendiri menjadi sebuah habitus di dalam tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali tersebut. Bisa dikatakan bahwa pedagang yang memiliki habitus yang kuat, maka memiliki modal yang kuat pula. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kajian penelitiannya di modal sosial dan modal budaya yang dimiliki oleh pedagang di Pasar Sunggingan Boyolali.

Telah diketahui bahwa Pierre Bourdieu mengungkapkan berbagai macam modal yang dimiliki oleh setiap individu di dalam berbagai aktifitas

kesehariannya. modal bagi Boudieu terdapat beberapa jenis modal yang dipertaruhkan dalam arena yakni modal ekonomi, modal sosial, modal budaya dan modal simbolik. Modal ekonomi mencakup hal-hal seperti alat-alat produksi, materi dan uang yang dengan mudah digunakan untuk segala tujuan serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Modal sosial pertama kali dikemukakan oleh Bourdieu yang sering digunakan acuan oleh tokoh-tokoh lain dalam mendefinisikan modal sosial. Menurut Bourdieu (1992) definisi modal sosial adalah jumlah sumber-sumber daya, aktual atau virtual (tersirat) yang berkembang pada seorang individu atau sekelompok individu karena kemampuan untuk memiliki suatu jaringan yang dapat bertahan lama dalam hubungan-hubungan yang lebih kurang telah diinstitusikan berdasarkan pengetahuan dan pengenalan timbal balik. Di dalam penelitian ini, peneliti menemukan berbagai macam modal sosial pedagang yang telah peneliti kategorikan sebagai berikut :

1. Norma : retribusi pedagang di Pasar Sunggingan Boyolali.
2. Jaringan : hubungan yang terjalin antara pedagang, pelanggan dan dinas Pasar Sunggingan Boyolali.
3. Kepercayaan : rasa percaya pedagang terhadap Tuhan dalam memberi rejeki, pelanggan yang setia, pedagang lain yang seperti saudara dan dinas Pasar Sunggingan yang memberikan fasilitas yang lebih nyaman.
4. Resiprositas : perwujudan dari kepercayaan pedagang yang tertanam.

Tidak hanya modal sosial saja yang dimiliki oleh para pedagang dalam tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali, akan tetapi peneliti juga melihat beberapa dimensi modal budaya pedagang di Pasar tersebut yang menjadikan keberadaan pedagang menjadi semakin kuat dan tidak mudah jatuh.

Modal budaya bagi Bourdieu, modal budaya merupakan pengetahuan atau selera yang bernilai secara budaya dan pola-pola konsumsi. Modal budaya menjadi penentu kedudukan sosial seseorang karena seperti yang kita tahu, cita rasa ditentukan secara sosial. Modal budaya sendiri merupakan dimensi yang lebih luas dari habitus. Modal budaya diperoleh

individu dengan cara yang terbentuk dan terinternalisasi padanya sejak ia kecil, terutama melalui ajaran orang tuanya dan pengaruh lingkungan keluarganya. Maka, dapat dikatakan bahwa modal budaya dibentuk oleh lingkungan sosial yang multidimensional serta pendidikan yang diperoleh oleh individu tersebut, baik pendidikan formal maupun warisan keluarga. Dan individu hanya dapat memahami tentang modal dan budaya secara tak sadar, karena dengan cara itulah hal tersebut baru akan berfungsi secara efektif.

Modal budaya memiliki beberapa dimensi, antara lain:

- a) Pengetahuan obyektif tentang seni dan budaya.
- b) Cita rasa budaya dan preferensi.
- c) Kualifikasi-kualifikasi formal (seperti gelar-gelar universitas).
- d) Kemampuan-kemampuan budayawi dan pengetahuan praktis.
- e) Kemampuan untuk dibedakan dan untuk membuat perbedaan antara yang baik dan buruk.

Dengan modal budaya, memungkinkan kita untuk memperoleh kesempatan-kesempatan dalam hidup, karena modal budaya menghasilkan kesetaraan maupun ketidaksetaraan yang akan selalu termotivasi manusia untuk memenuhi kebutuhannya untuk mencapai suatu kelas sosial tertentu. Inti dari pendapat Bourdieu adalah bahwa modal budaya memiliki sebuah struktur nilai tersendiri, yang terlepas dari modal ekonomi serta berperan penting dalam mereproduksi ketidaksetaraan antar kelas sosial bukan hanya modal ekonomi tetapi juga modal budaya. Dalam kaitannya dengan modal budaya, yang penting adalah bahwa modal budaya, menurut Bourdieu adalah sebuah modal yang diperoleh seseorang dengan cara yang terbentuk dan terinternalisasi padanya sejak dia kecil, misalnya melalui ajaran dari orang tuanya serta pengaruh dari lingkungan keluarga. Sehubungan dengan hal itu, ia menyatakan bahwa cita rasa atau taste seseorang dapat dianggap sebagai sebuah modal budaya (Bourdieu, 1991).

Di dalam penelitian ini, peneliti menemukan beberapa dimensi modal budaya yang terdapat dalam diri pedagang dalam tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali. Seperti yang telah dituliskan pada tabel 4.4 diatas.

Kepemilikan modal sosial dan modal budaya bagi pedagang adalah suatu hal yang tidak kalah penting dibandingkan dengan modal ekonomi

semata. Hal tersebut dikarenakan di dalam praktiknya, pedagang memerlukan modal sosial dan modal budaya dalam membantu perannya sebagai pedagang di dalam arena dimana penelitian ini menyajikan pasar sebagai arena persaingan bagi para pedagang.

Pierre Bourdieu mengungkapkan, Modal dan habitus akan dipertaruhkan dalam sebuah ranah yang merupakan arena kekuatan yang didalamnya terdapat upaya perjuangan untuk memperebutkan sumber daya (modal) dan juga untuk memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hierarki kekuasaan (Fashri, 2007). Dari ketiga komposisi tersebut, maka Bourdieu merumuskan bahwa $\text{Praktik} = (\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Ranah}$, praktik sosial merupakan hasil produk dari relasi habitus sebagai produk sejarah, dan ranah yang juga merupakan produk dari sejarah. Di dalam ranah memiliki pertarungan yang mana kekuatan-kekuatan serta orang yang banyak memiliki modal, serta orang yang tidak memiliki modal, dalam hal ini modal merupakan sebuah konsentrasi dari kekuatan dimana kekuatan spesifik yang beroperasi dalam ranah (Takwin, dalam Harker dkk.ed,2009, hlm.xx).

Seperti yang diuraikan diatas, peneliti melihat sebuah praktik dalam tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali yang lebih kental dilakukan oleh para pedagang yang berdagang di Pasar Sunggingan.

Di dalam pengamatan peneliti, peneliti melihat pasar sebagai wujud ranah atau arena untuk melakukan suatu praktik tersebut. Sedangkan para pedagang adalah pemain yang bermain di dalam ranah berupa pasar. Dapat dikatakan bahwa pasar adalah tempat untuk bertaruhnya dan perjuangan para pedagang yang melakukan suatu kompetisi untuk meraih kekuatan dan kekuasaan. Habitus dan modal yang dimiliki pedagang disini dipertaruhkan untuk hal tersebut. Di dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada modal sosial dan modal budaya yang dimiliki oleh pedagang dalam mempertaruhkan perjuangannya berkompetisi di pasar. Oleh karena itu, hal tersebut juga akan menjawab suatu pertanyaan yaitu, mengapa para pedagang di pasar tradisional yang bisa dikatakan mempunyai modal ekonomi yang tidak sekuat dibanding para pemilik modal masih dapat eksis dan melakukan kegiatan jual beli di pasar dalam waktu yang relatif lama?

Hal tersebut tentu para pedagang disini mempunyai modal lain selain modal ekonomi yang dapat membawa pedagang dapat eksis berdagang. Modal ekonomi bukan satu-satunya kekuatan untuk terus melakukan suatu kegiatan berdagang. Bisa disepakati bahwa modal ekonomi jika tidak diimbangi dengan modal sosial dan modal budaya yang mumpuni akan mudah sekali hancur. Sedangkan bisa dilihat juga bahwa pedagang yang hanya mempunyai modal ekonomi yang sederhana dapat tetap bertahan dan masih terus eksis sampai sekarang. Pada dasarnya, suatu kegiatan jual beli atau bisnis yang baik adalah bisnis yang meskipun kecil dan sederhana namun mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama dibanding dengan bisnis yang besar dengan cepat namun tidak dapat bertahan lama. Tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali masih tetap bertahan meskipun tergerus dengan perkembangan jaman yang menuntut perubahan dikarenakan adanya modal sosial dan modal budaya yang kuat di dalamnya. Semua elemen Pasar Sunggingan yang bernaung dibawah payung tradisi pahingan saling membutuhkan, sehingga timbul simbiosis mutualisme antara pedagang, konsumen dan dinas pasar. Simbiosis mutualisme di Pasar Sunggingan dapat terjalin karena adanya modal sosial dan modal buday yang dimiliki oleh para pedagang. Oleh karena itu, modal sosial dan modal budaya pedagang menjadi factor penting di dalam praktik pelestarian tradisi pahingan di Pasar Sunggingan Boyolali.

KESIMPULAN

Pasar Sunggingan berperan sentral dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat kelas ekonomi menengah ke bawah. Terdapat modal sosial dan budaya pedagang di pasar sangat berperan penting dalam cara bertahan pedagang berdagang di pasar yang membetuk suatu habitus pedagang itu sendiri. Pasar Sunggingan sebagai bentuk arena wahana pedagang untuk bersaing demi mendapatkan habitusnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Eis Al Masitoh. *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul*. Jurnal PMI Vol. X. No. 2, Maret 2013.
- Esti Ismawati, 2012. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Yogyakarta: Ombak.
- Estu Suryawati : Kompas Online. 2017. Diperoleh dari (<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/01/05/074400126/berapa.pasar.tradisional.yang.sudah.dibenahi.pemerintah.pada.2016.>) diakses tanggal 13 Agustus 2017.
- H.A.W. Widjaja. 2000. *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bina Aksara
- H.B Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press
- Hari Poerwanto. 2006. *Kebudayaan dan Lingkungan Dalam Prespektif Antropologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Jhon Scott, 2012. *Teori Sosial*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Lexy J Moleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Ritzer & Goodman. *Teori Sosiologi Klasik – Post Modern Edisi Terbaru* (Trans: Nurhadi). Yogyakarta: Kreasi Wacana. 2012.