

## **ABSTRACT**

*The needs, desires and ways of ordering the Slingshot determine the typical communication process during the transaction process in the Craftsman workshop or club basecamp. How to order, booking atmosphere and service involves no speech and communication events in accordance with the role of each personal. Slingshot craftsman-customer speech acts in craftsman workshop or club basecamp as the main problem in this study.*

*The purpose of this research arc: 1) to know communication activity which cover communication situation, communication event and act of communication community of slingshot in running the creative economy 2) to know communication competence in slingshot community in running the creative economy 3) to know the pattern of slingshot communication community in revitalize the slingshot game to be of creative economic.*

*The research methods used is ethnographic of communication with framework dell hymes. To get an in depth overview of the slingshot community that running creativity economic, the data collection used is through participant observations, in depth interviews and documentations.*

*The process of buying and selling, the characteristics of the buyer, the characteristics of the seller, the place of sale, the type of product, the atmosphere, and the type of Service establish communication events. Communication actions carried out are expressed through verbal and nonverbal language to convey needs, desires, types of services and so on when buying a slingshot or slingshot equipment..*

*Skill of the Slingshot community in running the creative economy, the ability to communicate products, product specifications and serve buyers of various characteristics. Communication with verbal and nonverbal speech acts is carried out in accordance with the needs and desires of the buyer. Typical communication in communicating the type of Slingshot, slingshot equipment, material, shape, how to play and the type of service provided by the seller to the buyer as a communication pattern of the Slingshot community.*

*Keyword: Ethnography of communication, community of slingshot, creative economic, traditional game of slingshot, local wisdom.*

## ABSTRAK

Kebutuhan, keinginan dan cara pemesanan katapel menentukan proses komunikasi khas selama proses transaksi di *workshop* pengrajin atau *basecamp* klub. Cara pemesanan, suasana pemesanan dan pelayanan melibatkan tidak tutur dan peristiwa komunikasi sesuai dengan peran masing-masing personal. Tindak tutur pengrajin katapel-pelanggan di *workshop* pengrajin atau *basecamp* klub sebagai pokok masalah pada penelitian ini.

Tujuan penelitian ini adalah: (1). Mengetahui aktivitas komunikasi yang meliputi situasi komunikasi, peristiwa komunikasi dan tindak komunikasi komunitas katapel dalam menjalankan ekonomi kreatif (2). Mengetahui kompetensi komunikasi komunitas katapel dalam menjalankan ekonomi kreatif (3). Mengetahui pola komunikasi komunitas katapel dalam merevitalisasi permainan katapel menjadi ekonomi kreatif.

Untuk dapat menggambarkan peristiwa komunikasi yang terjadi penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode etnografi komunikasi dengan kerangka kerja Dell Hymes. Untuk mendapatkan gambaran mendalam dari komunitas katapel dalam merevitalisasi produk budaya menjadi ekonomi kreatif dan peristiwa komunikasi yang terjadi, maka pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Proses jual beli, karakteristik pembeli, karakteristik penjual, tempat penjualan, jenis produk, suasana, dan jenis layanan membangun peristiwa komunikasi. Tindak komunikasi yang dilakukan diekspresikan melalui bahasa verbal dan nonverbal untuk menyampaikan kebutuhan, keinginan, jenis pelayanan dan sebagainya pada saat membeli katapel atau perlengkapan katapel.

Kemampuan komunitas katapel dalam menjalankan ekonomi kreatif, kemampuan mengkomunikasikan produk, spesifikasi produk dan melayani pembeli dari berbagai karakteristik. Komunikasi dengan tindak tutur secara verbal dan nonverbal dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli. Komunikasi yang khas dalam mengkomunikasikan jenis katapel, perlengkapan katapel, bahan, bentuk, cara memainkan dan jenis layanan yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai pola komunikasi komunitas katapel. Melalui revitalisasi permainan katapel terjadi proses komunikasi sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi dan mewariskan pemahaman mengenai permainan tradisional kepada masyarakat.

Kata Kunci: *Etnografi Komunikasi, Komunitas Katapel, Ekonomi Kreatif, Permainan Tradisional Katapel, kearifan lokal.*