

# Jurnal Komunikasi

Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan Dalam Bisnis Keluarga  
(Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa  
Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)

*Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti*

Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer

*Yuliana Rakhmawati*

“*Arranged Married*” Dalam Budaya Patriarkhi (Studi Kasus Komunikasi  
Budaya Pada Pernikahan di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep)

*Rivial Haq Arroisi Dewi Quraisyin*

*Transferable Skill* Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual  
Melalui Bengkel Kerja Komunikasi

*Farida Nurul R, Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Suryandari*

Study Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu  
Atap dengan Beda Atap

*Rendi Limantara, Mochtar W. Oetomo*

Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar  
Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan

*Alfan Roziqi, Dinara Maya Julijanti*

Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu  
2014 (Analisis Deskriptif Game Online Mas Garuda)

*Angga Satrya Putra, Surokim*

Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur (Analisis Semiotik Karikatur Clekit  
“Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-  
Januari 2015)

*Nurul Itiqomah, Imam Sofyan*

Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita

*Analisa, Netty Dyah Kurniasari*

Diterbitkan Oleh:  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura

# Jurnal Komunikasi

ISSN 1978-4597

Vol. IX. No. 2, September 2015

**Penanggung Jawab**  
Surokim

**Ketua Penyunting**  
Netty Dyah Kurniasari

**Sekretaris Penyunting**  
Imam Sofyan  
Teguh H. Rachmad

**Penyunting Pelaksana**  
Yuliana Rahmawati  
Dewi Quraisyin  
Dessy trisilowaty  
Syamsul Ariffin

**Penyunting Ahli**  
Sasa Djuarsa Sandjaja  
Pawito  
Prahastiwi Utari

**Administrasi**  
Syamsul Gunawan  
Achmad Fauzi

**Alamat Redaksi :**  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang PO. BOX 02  
Bangkalan 69162  
Telp. 031-30123390  
Fax. 031-3011506  
Email :  
[jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

**Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga** (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)  
*Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti* (105-118)

**Kastrasi Frekuensi Publik: Media Literacy Era Budaya Populer**  
*Yuliana Rakhmawati* (119-130)

**“Arranged Married” Dalam Budaya Patriarkhi** (Studi Kasus Komunikasi Budaya Pada Pernikahan di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep)  
*Rivial Haq Arroisi, Dewi Quraisyin* (131-140)

**Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi**  
*Farida N.R., Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Suryandari* (141-158)

**Study Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu Atap dengan Beda Atap**  
*Rendi Limantara, Mochtar W. Oetomo* (159-168)

**Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan**  
*Alfan Roziqi, Dinara Maya Julijanti* (169-176)

**Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu 2014** (Analisis Deskriptif Game Online Mas Garuda)  
*Angga Satrya Putra, Surokim* (177-188)

**Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur** (Analisis Semiotik Karikatur Clekit “Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015)  
*Nurul Itiqomah, Imam Sofyan* (189-202)

**Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita**  
*Analisa, Netty Dyah Kurniasari* (203-219)

Jurnal Komunikasi adalah media untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi. memfokuskan kajiannya pada hasil studi di bidang komunikasi yang dilakukan melalui berbagai ragam sudut pandang. Redaksi menerima naskah, baik berupa ringkasan hasil penelitian maupun kajian yang relevan dengan misi jurnal. Redaksi dapat mengubah naskah sepanjang tidak mengubah makna keseluruhannya, Naskah yang dimuat dalam jurnal komunikasi sepenuhnya merupakan pendapat dan tanggung jawab penulis dan tidak selalu segaris atau mencerminkan pendapat redaksi.



## PENGANTAR

Jurnal Ilmu Komunikasi edisi September 2015 ini secara garis besar menyajikan artikel dalam dua konteks yaitu komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa.

Kajian tentang komunikasi antar pribadi ditulis oleh beberapa penulis. Artikel pertama ditulis oleh Firda Firdaus dkk dari Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat FIKOM Universitas Padjajaran dengan judul ‘Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga (Studi Fenomenologi). Makna peranakan yang dimaknai oleh para informan yang ber-etnis Tionghoa Peranakan terbagi menjadi dua, yaitu makna afirmatif dan makna negatif. Makna afirmatifnya adalah peranakan sebagai sebuah kebanggaan, serta makna negatif yang tercipta adalah peranakan sebagai sebuah beban identitas dan sosial. Perbedaan makna terjadi di antara informan sesuai dengan pengalaman mereka masing-masing sedari kecil sebagai etnis Tionghoa peranakan selama bersosialisasi dengan keluarga dan lingkungannya.

Artikel selanjutnya berjudul ‘Arranged Married’ dalam Budaya Patriarki (Studi Kasus Komunikasi Budaya Pada Pernikahan Di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep) ditulis oleh rivial Haq Arroisi dan Dewi Quraisyin. Kesimpulan penelitian ini adalah penelitian *arranged married* (pernikahan yang diatur atau perijodohan) masih saja dilakukan di Madura sampai saat ini karena perijodohan yang dilakukan oleh orang tuanya.

Tulisan selanjutnya ditulis oleh Rendi Limantara dan Mochtar W. Oetomo dengan judul ‘Studi Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu Atap dengan Beda Atap’. Iklim komunikasi yang terjadi dalam komunikasi interpersonal kedua keluarga pelaku perkawinan poligami ini tidak sama yang didasarkan perbedaan waktu untuk bertemu/bersama. Konflik yang terjadi diantara keluarga pelaku perkawinan poligami dalam segi komunikasi interpersonal satu dengan yang lainnya adalah sifatnya tidak mengancam.

Masih tentang Komunikasi Antar Pribadi, tulisan selanjutnya ditulis oleh Alfian Roziqi dan Dinara Maya Julijanti dengan judul ‘Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kab. Bangkalan’. Dari hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa Pada kelas 1 dan 6 komunikasi non verbalnya hampir tidak ada perbedaan. Kedua kelas ini sama – sama terdapat bahasa tubuh yang meliputi isyarat tangan, gerak kepala dan ekspresi wajah.

Tulisan terakhir tentang Komunikasi Antar Pribadi berjudul ‘Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita’ yang ditulis oleh Analisa dan Netty Dyah Kurniasari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas terbentuk di dalam masyarakat karena adanya

interaksi dan komunikasi. Dan pengalaman serta latar belakang budaya yang berbeda mempengaruhi terbentuknya sebuah identitas. Sedangkan, kajian tentang komunikasi massa berjumlah tiga buah. Artikel pertama ditulis oleh Yuliana Rakhmawati dengan judul Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer. Tulisan ini mencoba menguraikan rangkaian hubungan dalam komunikasi massa (media, pemilik dan public). Kesimpulannya adalah dalam konteks Indonesia, hubungan tripartit (media, pemilik dan publik) berlangsung dengan potret yang timpang. Publik dalam hal ini ditempatkan sebagai konsumen bukan sebagai mitra. Budaya populer (tayangan-tayangan sinetron, *reality show*, *infotainment*, berita kriminal) sebagai produk dari media didistribusikan kepada publik bukan dengan mengedepankan kebutuhan publik akan tetapi lebih dominan membawa kepentingan pemilik.

Tulisan selanjutnya tentang ‘Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu 2014’. Artikel tulisan angga Satrya Putra dan Surokim tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa kampanye politik yang dilakukan oleh Partai Gerindra melalui Game MAS GARUDA adalah upaya dalam membangun kepercayaan kepada masyarakat pemilih.

Nurul Istiqomah dan Imam Sofyan memperkaya kajian komunikasi massa dengan tulisan yang berjudul ‘Kritik Sosial Politik dalam Karikatur’ mengupas Analisis Isi Karikatur Clekit ‘Program 100 Hari Jokowi’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karikatur “100 Hari Pemerintahan Jokowi” menyampaikan sebuah penggambaran atas realitas sosial dimasyarakat serta kondisi perpolitikan dalam masa awal pemerintahan Jokowi yang dinilai kurang tegas dan kurang dapat memenuhi harapan rakyat Indonesia seperti yang telah dijanjikan Jokowi pada masa kampanyenya lalu.

Sebagai pamungkas jurnal Komunikasi edisi September ini menghadirkan tulisan Farida Nurul dkk dengan judul ‘Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual’. Tulisan tersebut mencoba menghasilkan sebuah model komunikasi pembelajaran transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dalam wujud bengkel kerja komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bengkel kerja komunikasi yang sesuai untuk prodi ilmu komunikasi adalah model laboratorium kultural. Yaitu model yang memberikan keleluasaan kepada mahasiswa untuk mengelola baik menentukan jenis program, manajemen dan perekrutan anggota. Model ini diterapkan melalui model komunikasi Laswell.



## PERILAKU KOMUNIKASI ETNIS TIONGHOA PERANAKAN DALAM BISNIS KELUARGA

(Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa  
Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)

**Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti**

*Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Padjadjaran  
E-mail: hannyhafiar@gmail.com*

### **Abstract**

*Peranakan Chinese is a result of marriage, assimilation, or acculturation between two major groups in Indonesia, the local and the Chinese. They are attached to various kinds of stereotypes that lead to difficulties in socializing, which ultimately affect their behaviors and on how they run the family business. The phenomenological approach research seeks to study the behavioral communications made by Peranakan Chinese who in running their family business. Five people who are Peranakan Chinese and have family business based in Jakarta are involved through some in-depth interviews and revealed that the meaning of peranakan itself are influenced by their experiences during socializing, which affects they way they acted up, including their behavioral communication in the family business to the obstacles encountered.*

**Keywords:** *Crossbreed Chinese, behavioral communications, family business*

### **PENDAHULUAN**

Menurut Tarmizi Taher, dalam bukunya yang berjudul “Masyarakat Cina”, menyatakan bahwa “masyarakat Cina” maupun “masyarakat Indonesia” tidaklah homogen. Dalam “masyarakat Cina” maupun “masyarakat Indonesia” masih dapat diidentifikasi kelompok-kelompok etnis yang berbeda satu sama lain. Di dalam “masyarakat Cina”, misalnya ada suku Hokkian, suku Khe, suku Teochiu, dan

lain-lain. Sementara itu, dalam “masyarakat Indonesia” dikenal suku Jawa, suku Sunda, suku Batak, suku Minang, suku Ambon, suku Bugis, dan lain-lain. Dari sudut kebudayaan, orang Tionghoa pada dasarnya dapat dikategorikan ke dalam dua kelompok besar, yaitu mereka yang disebut dengan peranakan dan *totok* (Tan, 2008:10; Suryadinata, 2002:17).

Disebut peranakan karena setelah mereka menetap selama beberapa waktu, mereka akhirnya menikah dengan perem-

puan pribumi. Dan ketika mereka memiliki keturunan maka mereka disebut sebagai Tionghoa Peranakan. Kebanyakan Peranakan adalah dari keturunan orang Hoklo (Hokkien), meskipun sejumlah yang cukup besar adalah dari keturunan orang Tiociu atau orang Kanton. Peranakan sendiri adalah keturunan ras campuran, sebagian Tionghoa, sebagian Pribumi Nusantara (Indonesia/Melayu).

Masih banyak etnis Tionghoa Peranakan yang ditemukan di Indonesia sampai saat ini. Sebagai orang yang lahir dalam dua etnis yang berbeda, tentunya proses adaptasi selalu dilakukan bagi mereka ketika bersosialisasi dengan masing-masing etnis yang memiliki latar belakang yang jauh berbeda dan kesenjangan yang besar. Masalah utama dalam komunikasi antarbudaya adalah kesalahan dalam persepsi sosial yang disebabkan oleh perbedaan-perbedaan budaya yang mempengaruhi proses persepsi. Pemberian makna kepada pesan dalam banyak hal dipengaruhi oleh budaya penyandi balik pesan. Akibatnya, kesalahan-kesalahan gawat dalam makna mungkin timbul yang tidak dimaksudkan oleh pelaku-pelaku komunikasi. Kesalahan-kesalahan ini diakibatkan oleh orang-orang yang berlatar belakang berbeda dan tidak dapat memahami satu sama lainnya dengan akurat.

Banyaknya etnis di negara Indonesia, menjadikan sebagian besar masyarakat sangat sulit untuk memahami karakteristik dari masing-masing etnis secara mendetail dan terperinci. Ditambah lagi dengan adanya

kecenderungan manusia untuk membagi dunia dengan dua kategori, yaitu kita dan mereka. Orang-orang yang dipersepsi sebagai kelompok di luar “kita” dipandang lebih mirip satu sama lain, karena “kita” kekurangan informasi mengenai “mereka”, kita cenderung menyamaratakannya dan menganggapnya homogen, serta menyandarkan diri pada *stereotip*.

*Stereotip* yang diberikan kepada masing-masing etnis Tionghoa dan pribumi, membuat para etnis Tionghoa Peranakan yang berada di dalam irisan etnis tersebut, menghadapi kesulitan ketika bersosialisasi dengan masing-masing etnis, yang akhirnya berpengaruh dengan cara perilaku komunikasi mereka. Michael Irawan (21), mengatakan bahwa sering kali ia bingung ketika beberapa orang mempertanyakan asal etnisnya. Ia mengaku bahwa dengan adanya pelekatan stereotip ganda dari kedua etnis yang bertolak belakang, beberapa kali ia merasa kesulitan dalam memposisikan dirinya ke dalam masing-masing etnis tersebut.<sup>1</sup>

Salah satu stereotip yang paling sering dilekatkan kepada etnis Tionghoa adalah kepandaiannya dalam berbisnis. Menurut hasil wawancara dengan *Thung Ju Lan*, orang Tionghoa seringkali dilekatkan pada stereotip seperti itu karena ada dua faktor historis yang utama.<sup>2</sup> Pertama, karena orang Tionghoa pada umumnya adalah perantau

1 (Pra-riiset, Wawancara #1, *Line Chat Application*, Michael Irawan, etnis Tionghoa Peranakan 22 April 2015)

2 Wawancara #1, LIPI, Thung Ju Lan, triangulator data, 9 Juni 2015

dan kedua, karena zaman dahulu, Belanda memberikan banyak kesempatan pada orang Tionghoa untuk membuka usaha dan berbisnis. Pengalaman berbisnis etnis Tionghoa ini tentunya diteruskan kepada keturunannya secara turun temurun, hingga sekarang, mereka merajai berbagai usaha besar di tanah air. *Aling (38)*, seorang pengusaha Tionghoa, mengatakan bahwa dibalik alasan masyarakat menganggap bahwa orang Tionghoa selalu sukses dan kaya raya, orang Tionghoa memang cenderung lebih gigih dalam melakukan pekerjaan apapun yang biasanya dirintis sedari kecil.<sup>3</sup>

Selain nilai-nilai penting, etnis Tionghoa menganut banyak keunikan etnik dalam berbisnis, diantaranya ada sistem *Guanxi* (jaringan bisnis), *ganqing* (menghormati dan menjaga ikatan perasaan/hubungan batin yang dalam), serta *xinyong* (jaringan antar-pribadi), dimana perilaku bisnis semacam ini terbentuk oleh kebiasaan berabad-abad dan hingga sekarang masih dianut oleh banyak orang Tionghoa yang melakukan usaha (Wibowo, 2004: 177). Hal ini menyebabkan mereka menciptakan manajemen yang khas, dimana saja mereka tinggal. Ciri yang konon terbentuk oleh kebiasaan berabad-abad itu antara lain, terlihat pada perusahaan mereka yang lazimnya adalah perusahaan keluarga.

Sebagai etnis Tionghoa Peranakan yang berada di dalam irisan kedua etnis Tionghoa dan pribumi, pengalaman

komunikasi dalam bisnis keluarga yang dijalankan oleh mereka tentunya memiliki cerita tersendiri karena adanya akulturasi dari kedua etnis yang memiliki nilai-nilai yang bersebrangan. Tentunya, terdapat pula kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam bisnis keluarga yang dijalankan oleh mereka yang dikarenakan oleh batasan etnis dan akulturasi.

Persepsi budaya merupakan cara pandang yang boleh saja sama dan juga berbeda pada diri seseorang dalam memandang yang lain. Persoalan yang sering muncul berdasarkan kajian-kajian terdahulu adalah pada pandangan yang berbeda dalam memandang kelompok atau etnis lainnya, sehingga berkecenderungan menimbulkan kesulitan berkomunikasi antarbudaya dan dapat mempengaruhi interaksi di antara berbagai etnis (Mulyana, 2005: 34). Berdasarkan percampuran ruang sosial yang terjadi pada etnis Tionghoa Peranakan yang berada dalam irisan dua etnis yang berbeda, yang menyebabkan beragamnya pemaknaan diri, pengalaman serta perilaku komunikasi yang dialami oleh etnis Tionghoa Peranakan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian fenomenologi mengenai perilaku komunikasi etnis Tionghoa Peranakan dalam bisnis keluarga, dengan fokus penelitian sebagai berikut: "*Bagaimana perilaku komunikasi etnis Tionghoa Peranakan dalam bisnis keluarga?*"

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti menentukan pertanyaan penelitian yaitu: bagaimana makna peranakan bagi

3 (Pra-riset, Wawancara #1, Kediaman Aling, Aling, etnis Tionghoa, 22 April 2015)



etnis Tionghoa Peranakan?; bagaimana pengalaman komunikasi etnis Tionghoa Peranakan saat berhadapan dengan masing-masing etnis?; dan bagaimana perilaku komunikasi yang dilakukan oleh etnis Tionghoa Peranakan dalam melakukan kegiatan komunikasi bisnis?

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Miller (2002: 69) mengungkapkan bahwa: *“Qualitative methods of research are valuable when we wish not to count or measure phenomena but to understand the character of experience. Particularly how people perceive and make sense of their experience. This involves interpreting meaning and other unobservable dimensions of communication”*. Sedangkan pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah pendekatan fenomenologis, dimana pendekatan ini *“makes actual lived experience the basic data of reality”* (Littlejohn, 2004: 38).

Melalui pendekatan fenomenologi, diharapkan dapat menggali pengalaman hidup etnis Tionghoa Peranakan dengan karakteristik sosial yang berbeda-beda berdasarkan proses interaksi yang terjadi diantara lingkungannya, serta ketika mereka menjalankan bisnis keluarga. Informan penelitian dipilih sebagai *representative informant* berdasarkan etnis ayahnya yang Tionghoa, etnis ibunya pribumi, keluarga informant memiliki bisnis keluarga, dan informant berdomisili di Jakarta. Peneliti

mendapatkan lima informant penelitian yang ada di Jakarta melalui kriteria tersebut.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi pustaka. Wawancara mendalam yang dilakukan secara *semi-structured interview*, dimana peneliti memiliki satu daftar pertanyaan atau topic spesifik yang akan dibahas yang sering disebut dengan “panduan wawancara” tetapi informant memiliki kebebasan untuk menjawab pertanyaan. Observasi dilakukan ketika wawancara dilakukan, termasuk dari cara informant menjawab pertanyaan, serta mengamati beberapa tempat bisnis keluarga mereka. Studi pustaka diperlukan penulis sebagai bukti pendukung untuk mengetahui data-data sekunder.

Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi data yang diperoleh dengan melakukan wawancara dalam waktu yang berbeda juga membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain. Triangulasi data dalam penelitian ini adalah seorang pakar peneliti etnis Tionghoa di Indonesia yang bekerja untuk Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, yaitu Thung Ju Lan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya penulis susun sesuai dengan pertanyaan penelitian yang penulis kemukakan sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Pertanyaan penelitian pertama,

yaitu mengenai makna peranakan bagi etnis Tionghoa Peranakan. Peneliti dapat mengkategorisasikan makna peranakan yang diartikan oleh para informan sebagai sesuatu yang afirmatif dan negatif. Menurut Thung Ju Lan, triangulator dalam penelitian ini, konsep serta definisi peranakan sendiri tidak pasti, tergantung dengan budaya lokal apa etnis Tionghoa tersebut melakukan perkawinan, karena budaya lokal Indonesia sendiri pun tidak homogen.<sup>4</sup>

Makna *afirmatif* peranakan yang didapat peneliti dari informan adalah Peranakan dimaknai sebagai suatu kebanggaan. Kebanggaan ini sendiri dikarenakan informan merasa memiliki nilai-nilai (*value*) penting yang dipegang selama hidupnya, seperti, pertama, *adaptable* (mudah beradaptasi), yang dikarenakan informan merasa budaya Peranakan yang dimilikinya memudahkan mereka untuk beradaptasi di berbagai situasi sosial, karena mereka memiliki etnis Tionghoa dan pribumi sekaligus, sehingga mereka sudah mengerti bagaimana memosisikan diri mereka sendiri.

Kedua, *nilai apresiasi*, yang dimaknai oleh informan karena informan merasa seiring dengan perubahan zaman, orang di seluruh dunia sudah lebih mengenal China sebagai negara adikuasa dan negara global, sehingga masyarakat sudah mendapatkan pengenalan bahwa etnis Tionghoa bukan sesuatu yang tidak baik, sehingga menjadi seorang Peranakan

di jaman sekarang sudah banyak yang lebih mengapresiasinya.

Ketiga, nilai nasionalisme yang dimiliki oleh informan cukup tinggi dan mereka bangga akan hal itu. Para informan justru merasa mereka lebih memiliki rasa nasionalisme yang tinggi dibandingkan orang Indonesia asli. Keempat, nilai multikulturalisme yang terdapat pada diri informan, yang membuat mereka bangga dengan memiliki berbagai macam budaya sebagai latar belakang mereka. Informan terlihat sangat paham dengan akar budaya mereka, tidak hanya dari satu sisi, namun kedua etnis Tionghoa maupun pribuminya.

Selain makna afirmatif yang diartikan oleh informan, ada juga makna peranakan yang diartikan sebagai sesuatu yang negatif oleh para informan. Pertama, informan mengartikan Peranakan sebagai suatu beban karena segala kesulitan serta penghinaan yang dihadapi oleh informan, yang berpengaruh pada perilaku informan. Kedua, Peranakan juga diartikan sebagai suatu penderitaan yang dikarenakan sulitnya para informan dalam mengidentifikasi jati diri mereka. Para informan mengaku karena etnis Peranakan ini, mereka tidak pernah tahu harus menjawab apa ketika ditanya orang lain mengenai identitasnya. Sebagai orang Peranakan, informan tidak ingin jika jati diri mereka hanya dikenal sebagai orang "Cina" atau "Tionghoa" saja, karena mereka merasa bahwa mereka memiliki etnis Indonesia asli juga yang tidak kalah kuatnya. Makna negatif ketiga yang diartikan oleh para informan

4 Wawancara #1, LIPI, Thung Ju Lan, triangulator data, 9 Juni 2015

mengenai Peranakan adalah bahwa mereka memaknainya sebagai sesuatu yang traumatis, yang dikarenakan pengalaman mereka menghadapi kerusuhan Mei 1998 dan tindakan-tindakan pelecehan serta diskriminasi yang didapatkan di masa lalu.

Penelitian ini mengacu pada teori fenomenologi yang memiliki prinsip dasar bahwa makna dari sesuatu terdiri atas potensi sesuatu tersebut pada hidup seseorang. Dengan kata lain, bagaimana seseorang memandang suatu objek, bergantung pada makna objek itu baginya. Hal ini dapat dikaitkan dengan makna peranakan yang dibentuk oleh para informant, yang diartikan berdasarkan pengalaman informant masing-masing dengan lingkungan sekitar mereka.

Bila dikaitkan dengan teori *looking glass self* dari Cooley, ia juga mengemukakan bahwa dalam salah satu tahapan melihat diri sendiri, seseorang membangun konsepsi tentang dirinya berdasarkan asumsi penilaian orang lain terhadap dirinya. Sama halnya dengan para informant yang memaknai dirinya karena pengaruh nilai masyarakat terhadap etnis Tionghoa dan pribumi itu sendiri. Ketika mereka mengetahui bahwa konotasi "Cina" itu tidak baik di masyarakat, beberapa informant menjadi enggan untuk mengakui bahwa dirinya adalah etnis Tionghoa. Mereka tidak mau dinilai buruk oleh masyarakat yang tidak suka dengan etnis tersebut. Apa yang diinternalisasikan oleh mereka mengenai peranakan berasal dari informasi yang ia terima dari orang lain. Diri mereka sebagai individu dan masyarakat

saling mempengaruhi dan berfungsi sebagai rujukan bagi lainnya, sehingga keduanya dapat disebut sebagai *twin born*.

Pertanyaan penelitian kedua, mengenai pengalaman komunikasi etnis Tionghoa Peranakan saat berhadapan dengan masing-masing etnis. Intensionalitas merupakan kunci *filosofat Husserl* dimana intensionalitas adalah menyatunya objek dan subjek secara psikis. Tindakan seseorang dikatakan intensional, jika tindakan itu dilakukan dengan tujuan yang jelas. Dalam filsafat Husserl, intensionalitas tidak hanya terkait dengan tujuan dari tindakan manusia, tetapi juga merupakan karakter dasar dari pikiran itu sendiri. Pikiran tidak pernah menjadi pikiran itu sendiri, melainkan selalu merupakan pikiran atas sesuatu. Intensionalitas adalah keterarahan kesadaran dan intensionalitas juga merupakan keterarahan tindakan, yakni tindakan yang bertujuan pada satu objek.

Berdasarkan penjelasan tentang intensionalitas tersebut, dapat dipahami bahwa pemahaman mengenai etnis Peranakan adalah sebuah intensionalitas, karena pemahaman tersebut dilakukan dengan tujuan yang jelas, dan berdasarkan pengalaman mereka sebagai etnis Tionghoa Peranakan. Para informant yang memiliki etnis Peranakan, mendapatkan banyak sekali stereotip dan label yang diberikan kepada mereka. Beberapa stereotip yang diberikan kepada para informant sebagai Peranakan adalah pelit, licik, Cina palsu, Cina piano, *money oriented*, oportunis, perhitungan, serta kaya raya. Stereotip berpengaruh dengan kesulitan-kesulitan

yang mereka hadapi selama ini sebagai etnis Peranakan. Informant menceritakan kisah hidup mereka yang tidak mudah karena lingkungan sekitarnya yang tidak menerima mereka sebagai etnis Peranakan. Kesulitan yang mereka hadapi tidak hanya ketika mereka bergaul dengan etnis Tionghoa, namun juga ketika mereka berhadapan dengan orang pribumi asli.

Ketika berada di lingkungan yang memiliki mayoritas etnis Tionghoa, kesulitan yang dihadapi oleh informant adalah ketika mereka dihina dengan menggunakan bahasa Cina Medan, mereka dianggap tidak mengerti istilah-istilah yang digunakan oleh orang Tionghoa untuk menghina orang pribumi, seperti *fanpo* (pembantu wanita), *lene* (tidak punya otak), dan sebagainya, padahal mereka mengerti juga istilah-istilah yang digunakan dalam bahasa Cina Medan tersebut. Mereka juga dihina sebagai “Cina palsu” karena sebagian dari informant tidak bisa menggunakan sumpit, tidak bisa berbahasa Mandarin, ataupun tidak berpenampilan fisik layaknya orang Tionghoa pada umumnya. Padahal, jika dilihat dari karakteristik yang dibentuk oleh Oetomo, wajar bila para Peranakan tidak mengimplementasikan budaya-budaya kaku seperti Totok, karena adanya akulturasi dengan budaya lokal sendiri. Namun, orang Tionghoa yang ada di lingkungan para informant, menilai mereka berbeda karena mereka bukan sepenuhnya orang Tionghoa.

Di sisi lain, informant juga tidak diterima juga dalam lingkungan pribumi.

Informant berbagi pengalamannya ketika mereka dihina sebagai orang etnis Tionghoa dan dijauhi dari pergaulan pribumi. Informant ada juga yang sedari kecil sudah diteriaki “Cina” oleh tetangganya yang pribumi, dan dicaci-maki diminta untuk pulang ke negara Cina. Padahal, mereka lahir di Indonesia, dan memiliki darah lokal pribumi juga. Fisik mereka yang berkulit putih dan bermata sipit, sering kali menjadi bahan olok-an ketika mereka berada di lingkungan yang mayoritasnya orang pribumi lokal. Salah satu dari informant pernah mengalami kejadian dimana ia tidak boleh merayakan hari raya Imlek di sekolahnya, karena sekolahnya merupakan sekolah khusus Muslim. Informant juga mengalami pengalaman pahit ketika Kerusuhan Mei 1998, walaupun kelima informant berhasil melarikan diri dari Jakarta untuk menyelamatkan diri, namun dampak dari kerusuhan tersebut membekas, seperti beberapa informant yang mengalami pelecehan seksual ketika mengendarai angkutan umum, dipalak, serta dipojokkan oleh orang pribumi.

Perlakuan yang diberikan kepada mereka seperti itu menyebabkan mereka sempat mengalami krisis identitas dan tidak ingin mengakui diri mereka sebagai orang Tionghoa karena konotasi Tionghoa yang tidak baik pada zaman itu. Mereka juga cenderung untuk lebih memilih teman orang pribumi asli, agar mereka lebih dapat memahami, mudah bergaul, dan terhindar dari hinaan oleh orang pribumi di pergaulannya. Pengalaman komunikasi

berupa kesulitan-kesulitan yang mereka hadapi tersebut menimbulkan sebuah tindak lanjut yang dilakukan oleh mereka sebagai Peranakan berbeda ke masing-masing etnis di lingkungan mereka. Pengalaman komunikasi menjadi fondasi bagi para informant dalam melakukan tindakan.

Peneliti membagi tindak lanjut atas pengalaman komunikasi yang dilakukan informan menjadi dua, yaitu fleksibel dan kaku. Tindakan fleksibel yang dilakukan oleh informan ketika menanggapi pembicaraan yang berbau etnik dan ketika bergaul dengan masing-masing etnis Tionghoa dan pribumi antara lain, pertama, memahami latar belakang lawan bicara. Informant merasa segala perbedaan budaya yang ada di Indonesia merupakan bukti bahwa setiap manusia itu adalah unik, dan jangan menjadikan budaya yang berbeda adalah sesuatu yang harus ditakuti, namun kita harus paham dan mencoba mengerti bahwa bukan hanya budaya kita yang berlaku di satu tempat, namun sudah banyak budaya lain yang harus dimengerti. Informant juga merasa bahwa faktor pendidikan berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam mene-rima budaya lain.

Kedua, informan lebih memilih untuk menjadikan stereotip-sterotip yang dilekatkan kepada mereka sebagai bahan candaan, agar suasana tidak terlalu tegang. Ketiga, ketika informant dihina oleh masing-masing orang Tionghoa dan pribumi, mereka memilih untuk diam saja dan menyimpan semuanya sendiri. Informant mengatakan bahwa sebagai orang terpelajar dengan

keadaan ekonomi yang baik, mereka enggan untuk masuk ke dalam perdebatan yang tidak ada gunanya dan hasilnya, sehingga mereka lebih memilih untuk diam saja. Keempat, informant memilih untuk keluar dari pembicaraan yang berbau rasisme dan mengganti topik pembicaraan ke arah yang lebih positif. Kelima, informant memilih untuk berperilaku apa adanya ketika berhadapan dengan masing-masing etnis. Ketika sudah dewasa, mereka cenderung tidak peduli dengan bagaimana persepsi orang mengenai latar belakang mereka sebagai Tionghoa peranakan.

Selain perilaku fleksibel, terdapat juga tindakan kaku yang dilakukan oleh para informant ketika menghadapi masing-masing etnis yang bertolak belakang. Pertama, informant memilih untuk tegas dalam menanggapi pembicaraan yang berbaurasisme. Kedua, informant cenderung untuk memilih suatu kelompok dalam berteman. Seperti informant yang mengaku bahwa ia cenderung lebih memilih untuk berteman dengan etnis Tionghoa karena adanya rasa senasib dan sepenanggungan. Selanjutnya, informant juga memilih untuk tidak berteman dengan etnis Tionghoa totok karena dianggap terlalu rasistis.

Menurut Thung Ju Lan, memang sudah menjadi risiko etnis Tionghoa peranakan yang berada dalam irisan tersebut.<sup>5</sup> Orang dengan etnis Tionghoa Peranakan terkadang bingung dari dirinya sendiri ingin menempatkan diri pada etnis

---

5 Wawancara #1, LIPI, Thung Ju Lan, triangulator data, 9 Juni 2015



yang mana, padahal sebenarnya mereka dapat menjadi jembatan budaya antar kedua etnis yang bertolak belakang. Dikaitkan dengan teori fenomenologi *Husserl*, pengalaman-pengalaman yang dialami oleh para etnis Tionghoa peranakan merupakan sesuatu yang nyata yang dirasakan oleh informan, yang kemudian digabungkan oleh mereka dengan intuisi serta refleksi diri, yang pada akhirnya mereka dapat memahami makna dan esensi dari peranakan itu sendiri. Makna peranakan yang berada di dunia nyata sebagai pengetahuan tidak sama dengan makna peranakan yang muncul dari kesadaran mereka serta realitas yang sebenarnya berdasarkan pengalaman mereka selama bersosialisasi.

Pertanyaan penelitian ketiga, mengenai perilaku komunikasi etnis Tionghoa Peranakan saat melakukan kegiatan komunikasi bisnis. Manusia memiliki kecenderungan untuk mengakumulasi kekayaan dan sangat diusahakan bahwa hal tersebut terjadi di dalam keluarga sendiri. Sebenarnya, tidak hanya etnis Tionghoa yang memiliki kecenderungan seperti ini, namun, dalam hal bisnis, karena orang Tionghoa telah mendapatkan modal sosial di bidang bisnis sedari dulu, maka ada kecenderungan untuk membuka bisnis yang dijalani oleh keluarga sendiri. Karenanya, bisnis pun sudah diajarkan kepada anak-anaknya sedari kecil. Para informan pun sudah terlibat bisnis keluarga yang dijalankan oleh ayah atau kakeknya sedari kecil.

*“Nah, gua kan tiap pulang tuh jaga toko, dari kecil tuh gua udah jaga toko, pasti, pasti, jadi gua udah tau lah, cici sama mei mei gua juga, at least, hmm nih ya nyokap gua tuh nggak suka banget kalau kita nggak peduli, dia bilang, lu tuh harus tau kerjaan bapak lu apaan!”<sup>6</sup>*

Dari kutipan perkataan informan tersebut, ia menjelaskan bahwa sedari kecil ia beserta kakak dan adik perempuannya sudah terlibat dalam bisnis keluarga yang dijalankan oleh ayahnya. Orang tuanya sangat tegas dalam melibatkan mereka di bisnis keluarga. Tentunya, dalam bisnis keluarga memiliki gaya komunikasi bisnis yang berbeda lagi, apalagi ditambah dengan percampuran dua etnis untuk etnis Tionghoa peranakan. Dari hasil penelitian, menurut observasi peneliti dari pengalaman informan, peneliti menemukan berbagai stereotip gaya bisnis yang dilakukan oleh para informan yang terlibat dalam bisnis keluarganya. Dilihat dari gaya-gaya bisnis tersebut, terbukti bahwa bisnis keluarga yang dijalankan oleh etnis Tionghoa Peranakan sudah tidak sepenuhnya menganut nilai-nilai Tionghoa saja, namun sudah terdapat percampuran nilai-nilai dari budaya lainnya.

Gaya bisnis yang dijalankan oleh informan yang memiliki kecenderungan mengambil nilai-nilai etnis Tionghoa antara lain, pertama, tahan banting, yang diakui informan sebagai modal utama dalam

<sup>6</sup> Wawancara #2, Dwi Juanda, etnis Tionghoa Peranakan, Alun-alun Grand Indonesia, 28 April 2015

berbisnis. Kedua adalah disiplin, yang diakui pula oleh Thung Ju Lan memang sangat penting dalam hal berbisnis. Tidak hanya sekedar disiplin untuk bangun pagi membuka toko, tetapi juga harus dalam semua aspek, termasuk dalam pembukuan dan penulisan utang piutang. Disiplin dalam mengatur uang sangat penting, apalagi dalam membayar utang. Ketiga, adalah *value in wealth*, yaitu mengutamakan kekayaan. Informant mengatakan bahwa bisnis keluarganya sangat mengutamakan pengumpulan harta, karena menurut ajaran keluarganya, bila bisnisnya kaya, maka segala-galanya akan menjadi baik dan lancar. Keempat adalah loyalitas, yang dibangun oleh pemimpin dengan karyawan sehingga terbangun hubungan baik. Nilai yang kelima adalah kejujuran, dimana nilai ini berhubungan dengan adat *guan xi* yang dibangun oleh para pengusaha etnis Tionghoa.

Selain gaya bisnis Tionghoa, ternyata ada beberapa nilai yang cenderung merupakan budaya pribumi yang dilakukan dalam bisnis keluarga mereka. Pertama, gaya *royal service*, dimana informant memberikan *service* yang tidak perhitungan kepada *client* mereka. Selanjutnya, terdapat gaya bisnis *soft power* yang dilakukan oleh informant, dimana ia melihat sedari dulu dirinya dan tante nya membantu menghibur para istri dan anak-anak dari *client* mereka dengan mengajak berbelanja, berolahraga, atau belajar menghias bunga. Ketiga, adalah gaya bisnis yang cenderung *adaptable*, maksudnya adalah informan

mau untuk memahami budaya lain yang terlibat dalam bisnis keluarganya. Terakhir adalah gaya bisnis modern yang dilakukan oleh informan. Ia mengatakan bahwa bisnis yang ia pimpin sekarang, tidak sepenuhnya mengambil elemen nilai Tionghoa saja, karena menurutnya, perusahaannya harus mencapai target yang berbasis *profitability* dan *efficiency*, yang merupakan pembelajaran dari *management modern*.

Gaya komunikasi, termasuk didalamnya tingkat sikap langsung, derajat formalitas, preferensi komunikasi tertulis versus lisan, dan faktor-faktor lain, sangat berbeda-beda dari satu budaya ke budaya lain. Mengetahui apa yang diharapkan para mitra komunikasi akan membantu menyesuaikan gaya tertentu mereka. Memperhatikan dan mempelajari adalah cara terbaik untuk memperbaiki keterampilan dalam mengerti budaya (Courtland L. Bovée 2007:107). Gaya komunikasi dalam bisnis yang berbeda-beda yang dialami oleh informant tentunya menghadapi berbagai kendala selama prosesnya, yang akhirnya menimbulkan sebuah perilaku komunikasi para informant dalam menjalankan bisnis keluarga mereka.

Kendala pertama dikemukakan informan adalah rasa iri yang muncul dari anggota keluarga yang tidak terlibat dalam bisnis keluarga, yang disikapi dengan perilaku keluar dari bisnis keluarga yang ia jalani, karena merasa bahwa hubungan keluarga tidak bisa ia korbakan hanya demi sebuah bisnis. Kendala selanjutnya adalah tidak adanya batasan dalam keluarga.

Menghadapi kendala ini, ia memilih untuk menjelaskan kembali secara tegas perjanjian awal ketika bergabung dalam bisnis keluarganya. Kendala ketiga adalah *ganqing* yang harus dibangun dengan baik antar sesama keluarga. Menurut Denis Toruan<sup>7</sup>, ada konsep ‘muka’ dalam kebudayaan Cina yang mengacu kepada dua hal yang berbeda tapi saling berhubungan, yaitu *mianzi* dan *lianzi*. *Lian* adalah kepercayaan masyarakat dalam karakter moral seseorang, sedangkan *mianzi* merepresentasikan persepsi sosial terhadap presise seseorang. Kehilangan *lian* berakibat pada hilangnya kepercayaan sosial terhadap seseorang, dan kehilangan *mianzi* berakibat pada hilangnya wibawa dan wewenang seseorang. Orang Cina berusaha sebisa mungkin menghindari konflik dalam melanggengkan hubungan dengan sesamanya, dan berusaha untuk tidak menyebabkan seseorang kehilangan *lianzi* dan *mianzinya*.

Kendala keempat adalah perbedaan budaya dengan karyawan yang dialami semua bisnis keluarga informan. Para informan mengatakan bahwa hampir semua karyawannya orang Indonesia lokal, yang beretnis Tionghoa hanya manajemen dari keluarganya saja. Kendala terakhir adalah percampuran budaya bisnis kuno dan modern. Informan menjelaskan bahwa ayahnya selama ber-tahun-tahun tidak pernah memberikan inovasi terbaru pada bisnis martabaknya, karena dianggap sudah

laris dengan cara seperti itu. Informan mengatasinya dengan membuktikan bahwa budaya modern dapat membantu meningkatkan bisnis keluarga mereka.

Menurut Thung Ju Lan, bisnis keluarga memang banyak keuntungannya, antara lain, bila kompak dalam bekerja sama, maka sebuah bisnis yang dijalankan sebuah keluarga akan cepat berkembang karena memiliki latar belakang yang sama, serta sudah ada rasa percaya yang terjadi antara satu dengan yang lainnya.<sup>8</sup> Namun, bila sudah ada satu orang dari anggota keluarga yang memiliki pemikiran yang berbeda, maka semuanya akan menjadi rumit. Sehingga, orang etnis Tionghoa lebih tegas dalam menjalankan bisnis keluarganya, mereka sudah mengajarkan pola kerja tertentu kepada keturunannya sehingga pemikiran mereka semua sama. Dalam pemberian upah pun, mereka juga tegas dalam porsi dan perhitungannya, terdapat perjanjian antara orang tua dan anaknya. Thung Ju Lan menambahkan lagi bahwa orang Tionghoa yang sudah peranakan dan membaur, biasanya sudah banyak kehilangan nilai-nilai disiplin yang biasanya diterapkan etnis Tionghoa totok.

## SIMPULAN

Simpulan yang diperoleh antara lain:

Makna peranakan yang dimaknai para informan etnis Tionghoa Peranakan terbagi menjadi dua, yaitu makna afirmatif dan makna negatif. Makna afirmatifnya adalah

7 <https://www.scribd.com/doc/3293123/Budaya-Bisnis-China-pada-Era-Globalisasi>, diakses 1 Juni 2015

8 Wawancara #1, LIPI, Thung Ju Lan, triangulator data, 9 Juni 2015

peranakan sebagai sebuah kebang-gaan, serta makna negatif yang tercipta adalah peranakan sebagai sebuah beban identitas dan sosial. Perbedaan makna terjadi di antara informan sesuai dengan pengalaman mereka masing-masing sedari kecil sebagai etnis Tionghoa peranakan selama bersosialisasi dengan keluarga dan lingkungannya.

Berdasarkan hasil penelitian, pengalaman komunikasi yang dialami para informan dengan masing-masing etnis yang memiliki latar belakang kebudayaan yang sangat bertolak belakang dipengaruhi oleh stereotip yang berada dalam masyarakat mengenai etnis Tionghoa dan etnis pribumi. Stereotip yang beredar dan dilekatkan menghadapkan mereka pada berbagai kesulitan dalam bersosialisasi dan berinteraksi selama hidupnya. Pengalaman dalam menghadapi berbagai macam kesulitan tersebut akhirnya mempengaruhi cara informan bertindak lanjut, baik perilaku fleksibel, maupun kaku.

Stereotip mempengaruhi cara mereka dalam melakukan kegiatan komunikasi bisnis, terutama gaya bisnis yang sudah merupakan percampuran dari nilai-nilai Tionghoa dan pribumi, yang akhirnya mempengaruhi perilaku komunikasi mereka dalam bisnis keluarga terhadap kendala yang dihadapi.

Dari hasil penelitian, peneliti menyarankan etnis Tionghoa peranakan sebaiknya tidak terlalu mempermasalahkan mengenai identitas mereka yang memiliki banyak latar belakang budaya. Sudah menjadi risiko bagi mereka untuk memiliki banyak identitas karena mereka berada di irisan berbagai budaya.

Etnis Tionghoa peranakan sebaiknya menjadi jembatan antar dua budaya yang bertolak belakang tersebut, sehingga stereotip yang telah lama melekat, perlahan dapat hilang. Selebihnya, sebaiknya ada campur tangan dari pemerintah dalam memberikan alat, sarana, serta strategi untuk memberikan pemahaman mengenai budaya-budaya yang ada di Indonesia sehingga akulturasi yang terjadi tidak dibiarkan begitu saja.

Etnis Tionghoa peranakan dalam melakukan bisnis keluarga sudah baik dengan mencampurkan budaya lokal yang menguntungkan karyawan mereka, namun nilai-nilai positif yang terdapat pada budaya Tionghoa dalam berbisnis sebaiknya tidak dihilangkan.

Saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya melihat dari bagaimana sisi *public relations* sebagai jembatan antarbudaya di perusahaan-perusahaan yang karyawannya terdiri dari banyak budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Bovée, Courtland L. 2007. *Business Communication*. Indonesia: PT INDEKS.
- Creswell, John W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approach*. California: Sage Publication.
- Denzin, Norman K. 2009. *Handbook Of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fisher, Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Kotak Pos 284.
- Intisari, Redaksi. 2002. *Pelangi Cina Indonesia*. Indonesia: Gramedia.
- Kuswara Engkus. *Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah pengalaman akademis*. Jurnal Mediator Vol.7 No.1 Juni 2006 Terakreditasi Dirjen Dikti SK No.56/DIKTI/Kep/2005.
- Lan, Thung Ju. 1999. *Tinjauan Kepustakaan Tentang Etnis Cina di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Lim, Hermanto. 2011. *Chinese in Indonesia: A Background Study*. SIL International.
- Littlejohn, S. W. *Theories of Human Communication 6<sup>th</sup> Edition*. (Belmont, CA: Wadsworth. N/A, 1999).
- Maryati, Kun. 2001. *Sosiologi untuk SMA dan MA kelas X*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Meij, Lim Sing. 2009. *Ruang Sosial Baru Perempuan Tionghoa*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moeloeng Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013).
- Moustakas, Clark. *Phenomenological Research Methods*. (California: SAGE Publications, 1994).
- Mulyana, Deddy. 2005. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Munir, Misnal. 2008. *Aliran-Aliran Utama Filsafat Barat Kontemporer*. Yogyakarta: Lima.
- Pranoto, Eka dharma. 2008. *Resep Kaya ala Orang Cina*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryadinata, Leo. 2010. *Etnis Tionghoa dan Nasionalisme Indonesia*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.



Sumardono, Asih. 2007. *Family Business: A Case Study in Managing Nyonya Meneer, One of Indonesia's Most Successful Traditional Medicine Companies*. Singapore: Equinox Publishing.

Taher, Tarmizi. 1997. *Masyarakat Cina, Ketahanan Nasional. Dan Intergrasi Bangsa di Indonesia*. Jakarta: Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat.

Talizidhu, Ndraha. 1997. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta

Widyahartono, Bob. 1989. *Kongsi & Spekulasi*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.

**Sumber lain:**

Panggalo, Fiola. 2013. *Perilaku Komunikasi Antarbudaya Etnik Toraja dan Etnik Bugis Makassar Di Kota Makassar*. <http://digilib.uinsby.ac.id/768/8/Bab%202.pdf>. (diakses pada tanggal 20 April 2015)

Toruan, Denis. 2008. *Budaya Bisnis Cina pada Era Globalisasi*. <https://www.scribd.com/doc/3293123/Budaya-Bisnis-China-pada-Era-Globalisasi>. (diakses pada tanggal 1 Juni 2015)

Fang, Shu. 2011. *Work Stress, Chinese work values, and work wellbeing in the Greater China*. Lingnan University: Digital Commons.

## PEDOMAN PENULISAN

1. Artikel merupakan kajian teoritis, konsep dasar, hasil penelitian dan atau pembahasan mengenai fenomena komunikasi.
2. Artikel ditulis dengan Bahasa Indonesia sepanjang 10-20 halaman kuarto, spasi 2, huruf Times New Roman.
3. Format penulisan artikel:
  - Judul.
  - Nama Penulis (tanpa gelar).
  - Nama lembaga dan alamat tempat bekerja.
  - Abstrak dalam bahasa Inggris (tidak lebih dari 200 kata) dilengkapi dengan kata kunci (dicetak miring)
  - I. Pendahuluan (latar belakang, perumusan masalah, metode, dan landasan teori).  
Masing-masing tidak dinyatakan lewat sub-sub judul.
  - II. Pembahasan (sub judul sesuai dengan topik bahasan)
  - III. Penutup (simpulan dan saran)
  - Daftar Pustaka (berisi pustaka yang dirujuk dalam uraian saja)
  - Lampiran
4. Daftar Pustaka ditulis secara konsisten dengan susunan sebagai berikut:  
Pengarang. Tahun terbit. Judul. Kota Terbit: Penerbit.  
Cttoh:  
Griffin, Michael. 2002. A Fisrt Look at Communication Theories. London: Sage Pub.
5. Artikel dapat dikirim dalam bentuk *soft copy* (CD) dalam format *doc.* atau *rtf.*
6. Artikel yang diterima redaksi dan tidak layak muat tidak dikembalikan.
7. Artikel dikirim ke alamat redaksi:  
Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo. P.O. BOX 2 Raya Telang-Kemal, Bangkalan 69162 atau dikirim via email ke: [jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang Po. Box 2 Bangkalan 69162  
Telp. 031-3012390/Fax. 031-3011506  
Email : Jurnal.komunikasi@yahoo.com

