

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Etnis Tionghoa di Kota Bandung merupakan etnis yang bermayoritas sebagai pedagang. Berdasarkan identitas kelompoknya mereka merupakan keturunan dari orang – orang Hakka, yakni kelompok Tionghoa yang terbesar di Republik Rakyat Tiongkok. Etnis Tionghoa di Kota Bandung menyebar diseluruh titik pusat perdagangan di Kota Bandung untuk berjualan hingga harus menduduki wilayah yang disebut dengan pecinan seperti wilayah Cibadak dan Komplek Jap Lup di jalan Waringin Pasar Andir, Kota Bandung¹.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pecinan sendiri didefinisikan sebagai tempat permukiman orang Cina. Dalam definisi lain, pecinan dapat diartikan sebagai suatu permukiman untuk masyarakat dengan etnis Tionghoa di Indonesia. Pecinan ini telah ada jauh sebelum bangsa Eropa datang, terutama di daerah pusat perdagangan sepanjang pesisir pantai utara Pulau Jawa. Karakteristik yang dapat ditemui di kawasan pecinan adalah terdapat adanya klenteng, makam, dan rumah tinggal yang terkadang sekaligus berfungsi sebagai toko. Tata letak yang khas di kawasan pecinan tersebut menyebabkan kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pemukiman, tetapi berkembang juga menjadi kawasan perdagangan.²

Sebagai Ibukota Provinsi Jawa Barat, Bandung memiliki lokasi yang cukup strategis, ditinjau dari segi perekonomian, transportasi, komunikasi maupun keamanan. Selain itu, Kota Bandung merupakan jalur yang memudahkan hubungan antara Ibukota

¹ Aninyadevi. 2022. *Penyebab Bandung Tak Punya Kawasan Pecinan*. Melalui <https://www.detik.com/jabar/wisata/d-6089589/penyebab-bandung-tak-punya-kawasan-pecinan>. Diakses tanggal 23 Maret 2023 pukul 14.30

² Desril Riva. 2018. Pecinan. Melalui <https://balarjabar.kemdikbud.go.id/pecinan/>. Diakses tanggal 23 Mei 2023 pukul 13.32

Negara (Jakarta) yang menghubungkan daerah penghasil berbagai komoditas pertanian, perkebunan serta perdagangan lainnya. Berdasarkan hal tersebut, sektor informal Kota Bandung yang bergerak dibidang perdagangan cenderung meningkat tajam. Hal ini dibuktikan dengan semakin maraknya pertumbuhan tempat-tempat perbelanjaan di setiap sudut perkotaan, mulai dari pusat perbelanjaan, seperti *mall*, *factory outlet*, *food district*, *cafe* dan berbagai macam tempat yang menyediakan jenis *fashion* atau kuliner yang tentunya membawa pengaruh bagi kehidupan perkotaan. Banyak pendatang dari berbagai daerah yang singgah bahkan menetap. Ada yang mencari peluang kerja atau sekedar berwisata, dalam arti berperan sebagai produsen ataupun hanya sebagai konsumen.

Pendatang seperti etnis Tionghoa yang kini yang sudah menyebar luas di Kota Bandung secara signifikan khususnya di kelurahan Cibadak sebagai salah satu pusat penyebaran etnis Tionghoa terbanyak di Kota Bandung yang dikenal sebagai Kawasan Pecinan. Pendatang Tionghoa berjualan di sepanjang Kawasan Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung yang didominasi oleh pedagang kelontongan dan kuliner. Maka dengan lokasi yang cukup strategis, menjadikan kawasan pusat pertokoan Cibadak selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang untuk membeli suvenir atau sekedar berkuliner.

Dalam kaitannya dengan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil subjek penelitian yang berada di Kawasan Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung yang merupakan pusat perdagangan grosir dan eceran terbesar di Kota Bandung yang sebagian besar didominasi oleh pedagang etnis Tionghoa.



Gambar 1. 1 Kawasan Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung
Sumber : Data Olahan Penulis

Dalam kehidupan sehari-hari, etnis Tionghoa maupun masyarakat pribumi Kota Bandung, kedua etnis ini saling melakukan interaksi satu sama lain. Berbincang bisnis, bertukar pikiran, satu pendidikan dalam sekolah, satu tempat tinggal di lingkungan yang sama sehingga keberadaan masyarakat etnis Tionghoa dengan masyarakat pribumi Kota Bandung ini menjadi kesatuan yang unik karena mereka bisa hidup bersama dalam lingkungan yang konteks budayanya sudah berbeda. Selain itu alasan ekonomi serta kebiasaan etnis Tionghoa yang suka berdagang. Karena di Bandung merupakan objek perekonomian yang tepat untuk melakukan perdagangan. Selain itu faktor etnis Tionghoa dapat berteman dekat dengan pribumi Kota Bandung antara lain karena persamaan tempat kerja atau sekolah dan juga pemukiman mereka yang sama.

Dalam hal inilah kontak komunikasi antarbudaya akan terjadi, karena secara umum orang-orang dari daerah yang berlainan tersebut tentunya memiliki gambaran budaya yang berbeda pula. Fenomena tersebut nampak terjadi dalam kondisi di wilayah pasar ataupun pusat pertokoan Cibadak Kota Bandung. Hal ini disebabkan karena sektor pasar dan merupakan salah satu wilayah yang cukup potensial dengan keragaman dan kemajemukan perilaku budaya individu untuk berinteraksi karena pasar merupakan tempat pertemuan berbagai individu yang sarat dengan berbagai

kepentingan yang berhubungan dengan proses transaksi jual beli, juga sebagai tempat atau wilayah pertemuan tidak hanya antara pedagang dan pedagang dengan berbagai latar belakang budaya.³ Maka dari hal tersebut, telah berjalannya komunikasi antarbudaya yang kerap terjadi dilakukan antara etnis Tionghoa dan masyarakat pribumi Kota Bandung.

Komunikasi antarbudaya menurut Warnean (dalam Suparlan, 2018: 144) didefinisikan sebagai bentuk kegiatan komunikasi yang dapat terjadi apabila para peserta komunikasi memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Pada hakikatnya masing-masing individu memiliki identitas dan budaya yang berbeda, tidak ada manusia yang memiliki kesamaan yang sama persis. Oleh karena itu, setiap individu akan memiliki cara dan sudut pandang yang berbeda, termasuk juga dengan cara pikir terhadap suatu hal. Apabila setiap individu memiliki perbedaan yang besar terhadap latar belakang budayanya, maka akan semakin banyak muncul hambatan pada saat mereka akan melakukan kegiatan komunikasi.

Gambaran situasi pasar yang sedemikian rupa memungkinkan untuk berlangsungnya komunikasi antarbudaya di dalam suatu komunitas pedagang dan juga pegawainya. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh bagaimana pola komunikasi antar pedagang di pusat perbelanjaan tersebut yang tentunya memiliki karakteristik budaya dan asal yang berbeda. Sebagaimana kita ketahui, mayoritas orang Bandung adalah etnis Sunda, namun pada kenyataannya yang terjadi di beberapa tempat perbelanjaan di Bandung khususnya wilayah Kelurahan Cibadak yang sebagian besar pedagangnya didominasi oleh etnis Tionghoa.

Menurut Lie (2014, 108-109) Etnis Tionghoa seringkali dipandang sebagai *Homo Economicus*, yakni makhluk yang memikirkan dan mengorganisasikan usaha-usahanya dalam memenuhi kebutuhan hidup. Karena itu, etnis Tionghoa memiliki status ekonomi yang relatif lebih makmur dibandingkan dengan pribumi. Sistem

³ Dhini Ardianti. *Pola Komunikasi Antarbudaya Pedagang Etnis China Dan Sunda Di Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 9. 2017. Hal 12 -13

kerabat yang nepotistik pun sangat mempengaruhi hubungan etnis Tionghoa dengan orang pribumi, namun demikian dalam kegiatan ekonomi tersebut mereka mau tidak mau akan bergaul dan berhubungan dengan pribumi yang budayanya berbeda. Dalam kaitan itu, tentulah mereka memiliki sejumlah toleransi tertentu dalam menciptakan dan melakukan hubungan yang harmonis sehingga tujuan aktivitas kehidupan mereka dapat tercapai.

Ditinjau dari observasi peneliti, etnis Tionghoa Cibadak memiliki rasa toleransi, solidaritas dan rasa empati yang tinggi. Mereka menggunakan teori negosiasi muka dalam menyelesaikan konflik utamanya adalah masalah perbedaan budaya antar etnis. Dari hal tersebut, etnis Tionghoa Cibadak mampu beradaptasi dan berkomunikasi dengan sangat baik hingga terciptanya hubungan yang kerap dekat seperti layaknya keluarga. Selain itu, etnis Tionghoa Cibadak juga kerap melakukan aktivitas kemanusiaan secara langsung seperti melakukan sahur *on the road* di bulan Ramadhan, kegiatan posyandu dan kegiatan kemasyarakatan yang dilakukan bersama warga setempat serta berbagi lahan pekerjaan dengan warga sekitar.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kelompok etnis Tionghoa di Kabupaten Ciamis juga melakukan amalgamasi sebagai bentuk adaptasi etnis Tionghoa dengan warga pribumi. Amalgamasi sendiri merupakan suatu proses perkawinan antar etnis atau antar ras yang kemudian melahirkan keturunan. Amalgamasi yang dilakukan oleh etnis Tionghoa dengan masyarakat etnis Sunda menghasilkan keturunan etnis Tionghoa yang dikenal dengan istilah ‘peranakan’. Selain itu, sebagaimana kelompok etnis Tionghoa lainnya, etnis Tionghoa di Kabupaten Ciamis juga berperan dalam bidang perekonomian dengan melakukan perdagangan.⁴

Dalam hal ini, dapat terlihat jika pedagang etnis Tionghoa Cibadak berada dalam lingkungan yang rata-rata pegawainya adalah pribumi yang berdomisili di Kota

⁴ Purbawidya. 2022. *Etnis Tionghoa di Kabupaten Ciamis : Diaspora dan Dinamika Permukimannya pada Abad ke-19 hingga Pertengahan Abad ke-20*. Dalam [https://www.researchgate.net/publication/367402340 Etnis Tionghoa di Kabupaten Ciamis Diaspora dan Dinamika Permukimannya pada Abad ke-19 Hingga Pertengahan Abad ke-20](https://www.researchgate.net/publication/367402340_Etnis_Tionghoa_di_Kabupaten_Ciamis_Diaspora_dan_Dinamika_Permukimannya_pada_Abad_ke-19_Hingga_Pertengahan_Abad_ke-20) Diakses pada tanggal 02 Juni 2023 pukul 14.20

Bandung yang memiliki perbedaan budaya seperti bahasa, agama dan kebiasaan yang harus memiliki kemampuan beradaptasi dengan baik sesuai dengan budaya yang dihadapi di tempat dimana dia berdagang. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk memilih subjek penelitian etnis Tionghoa yang berada di Pusat Pertokoan Cibadak.⁵

Adaptasi adalah suatu penyesuaian diri terhadap lingkungan, penyesuaian ini dapat berarti mengubah diri pribadi sesuai dengan keadaan lingkungan, juga dapat berarti mengubah lingkungan sesuai dengan keinginan pribadi. Menurut Karta Sapoetra (2008:36) adaptasi mempunyai dua arti. Adaptasi yang pertama disebut penyesuaian diri yang *autoplastis* (*auto* artinya sendiri, *plastis* artinya bentuk), sedangkan pengertian yang kedua penyesuaian diri yang *alloplastis* (*allo* artinya yang lain, *plastis* artinya bentuk). Jadi adaptasi ada yang artinya “*pasif*” yang mana kegiatan pribadi ditentukan oleh lingkungan. Dan ada yang artinya “*aktif*” yang mana pribadi mempengaruhi lingkungan.

Menurut Suparlan (2014:57) adaptasi pada hakekatnya adalah suatu proses untuk memenuhi syarat-syarat dasar untuk tetap melangsungkan kehidupan. Syarat-syarat dasar tersebut antara lain, Syarat dasar alamiah-biologi (manusia harus makan dan minum untuk menjaga kestabilan temperatur tubuhnya agar tetap berfungsi dalam hubungan harmonis secara menyeluruh dengan tubuh lainnya). Syarat dasar kejiwaan (manusia membutuhkan perasaan tenang yang jauh dari perasaan takut, keterpencilan dan kegelisahan). Syarat dasar sosial (manusia membutuhkan hubungan untuk dapat melangsungkan keturunan, tidak merasa dikucilkan, dapat belajar mengenai kebudayaannya untuk dapat mempertahankan diri dari serangan musuh)

Terkait hal diatas, alasannya adalah karena komunikasi berhubungan dengan adaptasi, perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya demi berlangsungnya kehidupan setiap individu. Hal ini pula

⁵ Dhini Ardianti. *Pola Komunikasi Antarbudaya Pedagang Etnis China Dan Sunda Di Kota Bandung*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 9. 2017. Hal 13 -15

yang disampaikan oleh Mulyana dan Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Populer Kajian Komunikasi dan Budaya Kontemporer* sebagai berikut :

“Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang lainnya dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan ini mengemuka lewat perilaku manusia, ketika kita berbicara sebenarnya kita sedang berperilaku” (2006: 12).

Dari kutipan diatas dapat dipahami bahwa sama halnya dengan pedagang etnis Tionghoa Cibadak Kota Bandung yang mau tidak mau mereka harus beradaptasi dan melakukan komunikasi dan berinteraksi di tempat rantauan mereka agar bisa terisolasi dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat pribumi.

Dalam berbisnis, perbedaan budaya sangat berpengaruh terhadap berhasil atau tidaknya suatu transaksi jual beli yang dilakukan, karena perilaku sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis. Sehingga diperlukannya usaha untuk mempelajari setiap budaya yang akan dihadapi ketika ingin melakukan kerja sama pegawai dengan latar budaya yang berbeda. Kemampuan inilah yang harus dimiliki oleh pedagang etnis Tionghoa yang berada di Pusat Pertokoan Cibadak ketika melakukan transaksi jual beli dengan pembeli pribumi serta menjaga hubungan yang baik dengan pekerja merupakan hal yang harus dilakukan untuk mencapai kesuksesan yang diinginkan.

Berdasarkan pengamatan sementara, penulis menyimpulkan bahwa secara sepintas pedagang etnis Tionghoa Cibadak dengan pegawai etnis Sunda, telah melakukan berbagai interaksi dalam aktivitasnya saat bekerja dan proses tersebut dilakukan secara verbal dan non verbal oleh masing-masing pegawai nya bersama pedagang tersebut. Adapun beberapa kegiatan seperti yang dilakukan seperti, sebagai pedagang lokal asal Jawa Barat menggunakan bahasa Sunda dalam berkomunikasi dan hal tersebut membuat atasannya yaitu pedagang etnis Tionghoa lama kelamaan mulai beradaptasi, menerima dan mempelajari mengenai bahasa Sunda yang digunakan pada

saat berkomunikasi tersebut. Selain itu juga, kemungkinan faktor keturunan yang turun temurun menjadi kebiasaan karena telah lama mendiami suku Sunda berdasarkan silsilah keluarga.

“Banyak hal yang dapat mempengaruhi proses penyesuaian diri, seperti variabel-variabel komunikasi dalam faktor personal (intrapersonal), seperti karakteristik personal, motivasi individu, persepsi individu, pengetahuan individu dan pengalaman sebelumnya, selain itu juga dipengaruhi oleh keterampilan (kecakapan) komunikasi individu dalam komunikasi sosial (antarpersonal) serta suasana lingkungan komunikasi budaya baru tersebut” (Dalam Mulyana dan Rakhmat, 2006: 141-144).

Menurut Chen dan Santosa (2010: 1) Keunikan dan perbedaan budaya akan selalu ada disetiap interaksi antara pedagang etnis Tionghoa yang berlatar belakang budaya Tionghoa maupun pegawai pribumi asal Jawa Barat yang berlatar belakang budaya Sunda. Kemampuan tiap individu dalam mengembangkan emosinya untuk tujuan memahami dan menghargai perbedaan budaya yang mempertimbangkan perilaku yang tepat dalam komunikasi antar budaya.

Budaya merupakan hal-hal yang sudah menjadi kebiasaan dan terus dilakukan sehingga melekat dan menjadi sebuah karakteristik yang sulit untuk diubah. Bahkan jika perubahan kebudayaan terjadi, maka hal ini merupakan sebuah gejala berubahnya struktur sosial, kebiasaan dan pola budaya dalam suatu masyarakat. Perubahan ini dapat terjadi karena adanya perbedaan pola komunikasi di masyarakat.

Pola komunikasi merupakan cara dan pola pikir masyarakat, dan hal ini dipengaruhi oleh faktor internal lain seperti penemuan baru, terjadi konflik atau revolusi dan faktor eksternal seperti kebudayaan masyarakat lain. Budaya dan komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, Onong menjelaskan bahwa :

“Komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Hampir setiap orang membutuhkan hubungan sosial dengan orang-orang

lainnya, dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi” (Onong, 2009: 11).

Ditinjau berdasarkan observasi peneliti pada jurnal dan skripsi mengenai hal bahwa etnis Tionghoa dikenal sebagai etnis yang memiliki banyak kontra dalam stigma masyarakat Indonesia. Warga etnis Tionghoa atau keturunan China dianggap selalu menutup diri dengan rumah yang begitu tertutup, menjunjung dan memelihara kebiasaan nenek moyang. Selain itu, prasangka bahwa keturunan Tionghoa atau China dianggap egois dan hanya mementingkan untung rugi bila berhubungan dengan tetangga dan pekerjaan. Akan tetapi sangat berbanding terbalik jika dibandingkan dengan etnis Tionghoa yang berada di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung yang sangat jauh akan hal tersebut.

Dalam teori negosiasi muka yang dikembangkan oleh Stella Ting-Tommey pada tahun 1988 membantu menjelaskan perbedaan-perbedaan budaya dan merespon konflik yang ada di dalamnya. Ting-Tommey berasumsi bahwa seseorang dalam setiap budayanya selalu menampilkan rupa negosiasi. Cara ini bertujuan sebagai kiasan dalam image publik mereka, yang kita inginkan orang lain untuk melihat perlakuan kita. *Facework* identik dengan pesan verbal dan non-verbal yang berguna untuk membantu mempertahankan dan mengembalikan yang hilang, serta untuk menegaskan kehormatan seseorang.⁶

Penelitian ini dianggap menarik oleh peneliti karena setelah melakukan penelaahan terhadap penelitian sejenis serta pandangan masyarakat dan pihak berwajib setempat terdapat perbedaan diantara etnis Tionghoa di Kota Bandung dengan kota - kota lain. Yakni tingginya tingkat toleransi, empati dan saling menghargai antara pedagang pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai yang merupakan pribumi. Adanya fenomena

⁶ Maduma Yanti Sari. *Komunikasi Antarbudaya Studi Negosiasi Wajah Dalam Interaksi Etnik Batak Dan Etnik Minang Di Duri kelurahan Gajah Sakti Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis*. JOM FISIP Vol.4. No.2. 2017 Hal 7 – 8

terlihat bahwa hubungan yang terjalin keduanya sangat rukun, saling menghargai dan harmonis seperti layaknya keluarga. Selain itu juga penting untuk mempelajari komunikasi antarbudaya untuk menghindari konflik berbeda budaya.

Selain itu, berdasarkan hal diatas dan pra observasi yang dilakukan peneliti tertarik serta ingin lebih mengetahui dan mendalami bagaimana pola komunikasi yang terjadi pada etnis Tionghoa dan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung ini karena terciptanya kerukunan dan hubungan yang begitu erat antara etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian di Pusat Pertokoan Cibadak, Kota Bandung dengan judul **“POLA KOMUNIKASI PEDAGANG ETNIS TIONGHOA DENGAN PEGAWAI ETNIS SUNDA DI PUSAT PERTOKOAN CIBADAK KOTA BANDUNG”**

1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat fokus permasalahan dan pertanyaan penelitian yang diuraikan oleh peneliti sebagai berikut.

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjabaran konteks penelitian diatas, maka dapat ditemukan bahwa dalam komunikasi budaya, ada proses komunikasi dan interaksi yang pasti dilakukan oleh pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung. Fokus dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pola komunikasi antara pedagang etnis tionghoa dengan pegawai etnis sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung sehingga negosiasi muka perlu dilakukan dalam bentuk adaptasi diri?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan di atas, peneliti merumuskan fokus masalah yaitu “Bagaimana Pola Komunikasi Pedagang Etnis Tionghoa dengan Pegawai Etnis Sunda di Kota Bandung”, dengan pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses komunikasi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung?
2. Bagaimana hambatan komunikasi yang terjadi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung?
3. Mengapa negosiasi muka perlu dilakukan oleh etnis Tionghoa sebagai bentuk upaya penyesuaian diri dengan pegawai etnis Sunda di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui proses komunikasi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung
2. Untuk mengetahui apakah ada hambatan komunikasi yang terjadi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung
3. Untuk mengetahui mengapa negosiasi muka perlu dilakukan oleh etnis Tionghoa dalam bentuk upaya adaptasi dengan para pegawai etnis Sunda di Pusat Perkotaan Cibadak Kota Bandung

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu mengembangkan pengetahuan ilmu komunikasi khususnya mengenai pola komunikasi antara pedagang etnis Tionghoa dengan pegawai etnis Sunda di Pusat Pertokoan Cibadak Kota Bandung.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk beberapa kalangan, yaitu :

1.4.2.1 Manfaat Bagi Peneliti

1. Menambah wawasan peneliti mengenai kajian Ilmu Komunikasi sebagai bentuk pengaplikasian teori komunikasi antar budaya
2. Menambah pengetahuan dan pemahaman bagi peneliti mengenai permasalahan yang diteliti dan kemampuan dalam membuat karya tulis ilmiah.

1.4.2.2 Manfaat Bagi Universitas

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur, bahan pembelajaran, sumbangan informasi dan juga referensi bagi proses belajar dan penelitian selanjutnya.

1.4.2.3 Manfaat Bagi Masyarakat Terkait

Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan praktik studi komunikasi, khususnya akomodasi komunikasi antar dan lintas budaya.