

IDENTITAS BUDAYA ETNIK CINA & ETNIK MELAYU DI BANGKA

Agustina zubair

Agustina.zubair@yahoo.co.id

Abstrak

Identitas etnik dan kebudayaan ditandai oleh nilai isi (*Value content*) dan ciri khas (*salience*). Nilai isi sendiri terdiri dari macam-macam evaluasi yang dibuat berdasarkan pada kepercayaan-kepercayaan budaya, seperti pengakuan baik orang Cina sendiri maupun orang Melayu, bahwa orang Cina itu bersifat selalu perhitungan dan berpikir untung rugi. Karakter perhitungan ini melekat secara budaya, artinya sudah menyatu dalam falsafah hidup orang Cina, Identitas budaya etnik Cina Bangka dan Melayu Bangka terbentuk melalui interaksi komunikasi antarbudaya yang terjadi diantara mereka.

Metode penelitian yang digunakan adalah fenomenologi dengan teknik pengumpulan data wawancara terhadap 25 informan etnik Cina Bangka dan 5 informan etnik Melayu. Penelitian dilakukan di pulau Bangka.

Identitas budaya merupakan perpaduan antara persepsi diri dan pengakuan etnik lain terhadap etnik diri sendiri. identitas budaya sangat penting dipelajari dalam interaksi sosial. Hubungan kebudayaan yang penting bagi banyak orang adalah keetnikan. Identitas adalah sesuatu yang muncul ketika pesan-pesan dipertukarkan diantara orang-orang. Sehingga identitas didefinisikan sebagai suatu yang terbentuk melalui komunikasi antarbudaya. Identitas diciptakan bersama dalam hubungannya dengan orang lain. Siapa kita dan bagaimana kita berbeda dan tampil tergantung dengan siapa kita berinteraksi.

Hasil penelitian menemukan bahwa identitas budaya etnik Cina Bangka dalam bentuk persepsi diri mengalami penyesuaian atau adaptasi identitas diri ketika berada dalam sebuah hubungan. Hasil penelitian menemukan bahwa ketika dalam hubungan sosial, etnik Cina Bangka akan menampilkan diri sebagai orang yang "sama saja" dan tidak ada perbedaan dengan etnik Melayu Bangka, orang Cina Bangka akan selalu mengatakan *Fan Ngin Tong Ngin Jit Jong* atau Cina dan Melayu "sama saja". Dalam konteks hubungan bisnis, etnik Cina Bangka akan menunjukkan dirinya secara berbeda, bahwa etnik Cina Bangka adalah *Tong Ngin* yaitu orang yang positif, bijak dan beradab.

Kata kunci : Identitas budaya dan Persepsi

1. Pendahuluan

Proses akulturasi etnik Cina dan etnik Melayu di Bangka dapat digambarkan sebagai berikut. Seseorang yang menjadi imigran mengalami minoritas, baik sebagai *immigrant sojourn* (tinggal selama perjalanan jangka panjang), *immigrant refugee* (pengungsi) maupun *immigrant voluntary* (karena

kehendak sendiri). Perasaan sebagai minoritas ada dalam kaitannya dengan perbedaan bangsa, bahasa, agama, dan ras yang terlihat secara fisik yaitu bentuk wajah, warna kulit, warna rambut dan aksen bahasa. Perbedaan yang dirasakan oleh panca indera tersebut menarik keluar sebuah kesadaran akan identitas diri yang berhubungan dengan situasi sosial (*social identity*). Bahwa dirinya berbeda dan memiliki latar belakang yang berbeda menimbulkan problem penerimaan sosial dan menimbulkan reaksi adaptasi yang bermacam-macam tergantung pada individu yang mengalaminya. Pada umumnya individu dewasa akan segera mengidentifikasi dirinya dengan kelompoknya yang sebangsa atau sebudaya dengan cara mencari mereka yang sama dengan dirinya, berkumpul bersama dengan mereka untuk lebih mudah mengatasi perbedaan tersebut. Mereka lebih banyak menggunakan bahasa dan tata caranya sendiri. Motivasi ini disebut loyalitas etnik atau *ethnic loyalty*. Namun inklusivitas ini menimbulkan reaksi dari kelompok budaya yang lebih dominan yaitu diskriminasi. Semakin individu tersebut mengalami diskriminasi semakin ia mengidentifikasi dirinya dengan kelompoknya, membedakan diri, maka semakin ia mengalami diskriminasi hingga kehilangan respek (*discreditable*). Reaksi lain yang bisa ditunjukkan oleh individu minoritas adalah berkemauan seperti kelompok budaya yang dominan seperti belajar bahasa, tata cara berbusana, berbicara, condong bergaul dengan kelompok budaya, sehingga menimalkan perbedaan latar belakang budaya yang dibawa oleh individu minoritas. Motivasi tersebut disebut *cultural competence*.

Perbedaan reaksi adaptasi dapat terjadi antar individu dalam kelompok minoritas yang sama atau memiliki latar belakang atau tingkat pendidikan yang sama yang disebabkan oleh perbedaan motivasi (pendorong) seperti keputusan/keinginan pribadi, motivasi ekonomi dan politik, yang mana yang lebih

menguntungkan baginya maupun hanya sekedar untuk mempertahankan hidup. Reaksi adaptasi budaya ini juga selektif terhadap perilaku dan nilai-nilai, tergantung pada individu masing-masing, hal lama apakah yang akan diganti dengan hal baru dan sebaliknya hal lama yang akan tetap dipegangnya. Contoh kasus: kelompok minoritas Cina di Medan atau Pontianak akan berbeda dengan kelompok Cina minoritas di Bangka. Masing-masing anggota kelompok dalam sebuah keluarga juga akan mengalami perubahan pola budaya yang berbeda. Ada dua reaksi adaptasi budaya, pertama, adalah menarik diri (mengidentifikasi dirinya dengan kelompoknya) dan yang kedua melebur (memiliki kemampuan terhadap budaya asal dan budaya baru). Keduanya melibatkan reaksi kelompok budaya mayoritas juga, jadi proses akulturasi adalah dua arah, yang dapat membalikkan reaksi adaptasi menjadi berkembangnya budaya kelompok minoritas melalui bangkitnya bahasa mereka oleh kelompok budaya yang dominan atau material fisik yang lain. Jadi reaksi dan aksi adaptasi budaya ini sangat dinamis melibatkan lebih dari satu motivasi. Sepanjang pegamatan peneliti sebagai peneliti, etnik Cina Bangka ini dengan pengalaman panjangnya berinteraksi dengan etnik melayu, memiliki *cultural competenced* dan memiliki reaksi adaptasi budaya melebur dan berusaha meminimalkan perbedaan budaya.

Dalam interaksi, masing-masing individu memiliki identitas yang diperoleh dari hasil sosialisasi budayanya. Keseluruhan pengalaman interaksi dengan budayanya menjadi pengetahuan, seperangkat ketrampilan dengan berbagai motivasi apabila berinteraksi dengan kelompoknya. Demikian juga pengalaman interaksi dengan individu lain menjadi pengetahuan, seperangkat ketrampilan dan jalinan hubungan dibentuk oleh serangkaian motivasi untuk komunikasi dalam menjalin hubungan. Dialektik dari persepsi dan pengalaman

interaksi antarbudaya menempatkan individu yang memberikan makna pada setiap tindakannya.

Penelitian ini kemudian akan mengamati aktivitas komunikasi (verbal dan non verbal) yang dilakukan individu etnik Cina Bangka dan etnik Melayu Bangka dalam konteks hubungan bisnis mereka, dengan cara mengeksplorasi pengalaman individu dalam hubungan bisnis dengan menggunakan teori identitas budaya dari Marry Jane Collier. Teori identitas budaya menjelaskan bahwa identitas adalah sesuatu yang muncul ketika pesan-pesan dipertukarkan diantara orang-orang. Sehingga identitas didefinisikan sebagai suatu yang terbentuk melalui komunikasi antarbudaya. Mendukung teori identitas budaya ditambahkan teori pengelolaan identitas Imahori dan Cupach. Teori ini menunjukkan bagaimana identitas terbentuk, terjaga dan berubah dalam hubungan dan menjelaskan tentang hubungan dimana perbedaan budaya sangat penting dan jelas. Serta menggunakan *Face negotiation theory* yang dikembangkan oleh Stella Ting-Toomey (Littlejohn, 2009:251), teori ini memberikan sebuah dasar untuk memperkirakan bagaimana individu akan mengelola *facework (self-image)* dalam interaksi dengan kebudayaan berbeda. Teori Dramaturgis Presentasi Diri Erving Goffman melengkapi teori yang sudah ada yang menjelaskan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain.

Komunikasi antar etnik Cina Bangka dan etnik Melayu Bangka menurut peneliti adalah proses yang unik, masing-masing etnik memiliki pemahaman, ketrampilan yang berbeda-beda dalam mengelola komunikasi ketika menjalin hubungan antarbudaya dalam interaksi pribadinya. Proses intersubyektif penggunaan simbol dan makna bersama antara etnik Cina Bangka dan etnik

Melayu Bangka dalam konteks hubungan bisnis sesuai untuk dikaji dengan menggunakan perspektif interpretif dan fenomenologi yang memperhitungkan makna subyektif perilaku dalam suatu konteks sosial (Deddy Mulyana mengutip Berreman, 1975:91). Metode ini lebih mementingkan interpretasi. Selanjutnya penelitian ini akan menggunakan perspektif interpretif agar dapat menggali bagaimana dalam berbagai variasi situasi dan kondisi masing-masing etnik memiliki orientasi untuk tetap menjalin hubungan, berinteraksi dengan pengetahuan dan ketrampilannya serta berbagai motivasi komunikasi mengelola komunikasi sehingga dapat mencapai tujuan bisnis. Seperti sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dialektik dari persepsi dan pengalaman interaksi antarbudaya menempatkan individu yang memberikan makna pada setiap tindakannya. Perspektif interpretif menurut West dan Turner (2007:74) melihat kebenaran suatu realitas sebagai sesuatu yang subyektif dan diciptakan oleh partisipan.

2. Tinjauan Pustaka

a. Teori Identitas Budaya

Pada tataran yang ideal, komunikasi antarbudaya yang mengkaji kompetensi komunikasi antarbudaya perlu memahami teori yang memiliki hubungan dengan masalah pengelolaan identitas dan *face negotiation* yaitu dari pemikiran Marry Jane Collier (Samovar&Porter, 2003:410), yang menghasilkan *cultural identity theory*. Menurut Littlejohn (2009:130-131) teori identitas budaya termasuk ke dalam teori komunikasi tentang identitas dalam konteks komunal yang diikat pada kelompok budaya. Collier menyajikan sebuah teori interpretif tentang bagaimana identitas budaya dikelola dalam interaksi antarbudaya. Identitas adalah sesuatu yang muncul ketika pesan-pesan dipertukarkan diantara orang-orang. Sehingga identitas didefinisikan sebagai suatu yang terbentuk

melalui komunikasi antarbudaya. Identitas diciptakan bersama dalam hubungannya dengan orang lain. Siapa kita dan bagaimana kita berbeda dan tampil tergantung dengan siapa kita berinteraksi.

Mary Jane Collier (Samovar&Porter, 2003:412) pada artikelnya mengenai identitas budaya dan komunikasi antarbudaya menyebutkan salah satu karakteristik identitas budaya dan komunikasi antarbudaya yaitu persepsi diri yang mengacu pada pengakuan individu dan "*ascription*" orang lain. Fokus Collier adalah pada interaksi diantara orang-orang secara langsung. Identitas diekspresikan melalui simbol-simbol, label dan norma-norma. *Ascription* (pengakuan) menurut Collier adalah gambaran diri seseorang . Analog dengan wajah atau *image* yang ditunjukkan kepada orang lain. Pengakuan adalah apa yang individu katakan : "Inilah Saya."*Ascription* merupakan proses dimana atribut-atribut lain diidentifikasi pada diri seseorang. Contoh *ascription* adalah *stereotype-stereotype* dan atribut-atribut yang dikomunikasikan. Identitas dibentuk oleh pandangan-pandangan komunikasi orang lain terhadap kita. Identitas budaya dinegosiasikan, diciptakan bersama, diperkuat dan disalurkan. Identitas budaya adalah keabadian dan perubahan. Budaya mempunyai sejarah yang diwariskan kepada anggota baru. Identitas budaya berubah karena faktor ekonomi, politik, sosial, psikologi dan kontekstual. Kadang-kadang konteks mengubah bagaimana seseorang menunjukkan identitas dan bagaimana seseorang mengakui identitas. Identitas mempunyai komponen-komponen perilaku, kognitif dan afektif. Orang-orang mempunyai emosi, perasaan yang memberikan identitas. Perubahan emosi tergantung pada situasi. Tidak jarang pengakuan yang kuat yang keras dan kuat dari sebuah identitas adalah tanda penting bahwa identitas itu diterima sebagai ancaman. Komponen kognitif dari identitas berhubungan dengan keyakinan-

keyakinan kita tentang identitas itu. Orang-orang mempunyai rentang keyakinan pada masing-masing kelompok budaya yang mereka miliki. Perilaku sebagai komponen identitas budaya terfokus pada tingkatan verbal dan non verbal oleh anggota kelompok melalui tindakan kita dan reaksi kita dengan orang lain. Identitas terdiri dari level-level interpretasi terhadap isi dan hubungan. Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, pesan-pesan membawa informasi sebagai implikasi bagi siapa yang dalam kontrol, seberapa dekat perasaan orang yang berbicara satu sama lain, bagaimana rasa permusuhan satu sama lain, bagaimana mereka mempercayai orang lain. Bahasa kelompok kadang-kadang digunakan untuk memperkuat status mereka dalam kelompok dan memantapkan jarak dari kelompok luar. Di saat lain menggunakan bahasa kelompok luar agar dapat beradaptasi dan bergabung dengan kelompok lain.

Orang Cina di Indonesia seperti yang ditulis oleh Charles A.Coppel (1994:31) dalam bukunya *Tionghoa Indonesia dalam Krisis*, mempunyai keseragaman yang kuat, ras yang bersatu padu, terpisahkan oleh lautan dan tapal batas, pada hakekatnya adalah rakyat yang sama-sama mewarisi peradaban Tionghoa. Kelompok etnik memberikan pengertian dari keturunan dan sejarah, juga asal-usul wilayah tempat tinggal mereka. Sebagian besar kelompok-kelompok etnik memberikan karakteristik *ras* dan pada daerah-daerah tertentu mempunyai sejarah pengalaman diskriminasi yang spesifik. Budaya nasional dan etnik merupakan sistem komunikasi yang diciptakan bersama-sama oleh orang-orang yang nasionalitas dan etniknya sama. Dari perspektif ini, budaya adalah proses penciptaan tindakan dan pemikiran komunitas yang diterima secara umum. Budaya didasarkan pada apa yang orang katakan, lakukan, pikirkan, rasakan sebagai hasil dari asal-usul dan sejarah mereka. Menurut Mary Jane Collier,

identitas budaya diekspresikan dalam simbol, label dan norma-norma. Simbol menunjuk pada ide pokok dan konsep-konsep serta perilaku setiap hari yang menjadi karakteristik anggota dalam kelompok budaya. Simbol-simbol dapat disimpulkan ke dalam keyakinan fundamental, cara berpakaian, gerak tubuh, frase pokok yang dapat ditangkap dari identitas budaya. Label menyediakan informasi berguna mengenai apa makna label tersebut dan bagaimana menginterpretasikannya. Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, pesan-pesan membawa informasi sebagai implikasi bagi siapa yang dalam kontrol, seberapa dekat perasaan orang yang berbicara satu sama lain atau sebaliknya bagaimana rasa permusuhan satu sama lain, bagaimana mereka mempercayai orang lain. Atau tingkat "*inclusion*" dan "*exclusion*" yang mereka rasakan. Menurut Collier, kadang-kadang orang menggunakan bahasa untuk memperkuat status mereka dalam kelompok dan memantapkan jarak dari kelompok luar. Begitu pula dengan Orang Cina di Bangka, untuk memperkuat status mereka menggunakan istilah Fangin untuk menyebut orang Melayu yang berarti bangsa yang tidak beradab dan sebutan Tong Ngin untuk mereka sendiri yang artinya bangsa yang beradab. Lain waktu, menggunakan bahasa kelompok luar agar dapat beradaptasi dan bergabung dengan kelompok lain. Tetapi seiring dengan berlalunya zaman, istilah itu tidak memiliki makna seperti yang dimaksudkan di awal, maknanya hanya bahwa yang ini Melayu dan yang itu adalah Cina.

Identitas hubungan diciptakan secara bersama-sama diantara dua etnik yang berinteraksi. Identitas hubungan menurut Wood (1982:76) adalah sistem transaksi pribadi yang membentuk saling pengertian melalui koordinasi perilaku, tindakan dan identitas pelaku komunikasi yang sedang berinteraksi. Artinya dari interaksi

inilah sebuah identitas hubungan muncul dan memberikan pengaruh pada masing-masing pelaku komunikasi tentang bagaimana cara memahami, berperilaku, dan bertindak satu sama lain. Hal tersebut berkaitan dengan interpretasi yang diberikan individu terhadap orang lain yang berinteraksi dengannya, terhadap tempat atau peristiwa yang menyertai sebelumnya dan membentuk hubungan antarbudaya. Untuk itu perspektif yang tepat untuk digunakan adalah perspektif interpretif. Karena realitas dalam perspektif interpretif menurut Miller (2005:60) adalah kepercayaan bahwa kita secara sosial membangun dunia melalui interaksi komunikasi. Dan tradisi yang tepat untuk mengkaji fenomena di atas adalah tradisi fenomenologis karena menurut Littlejohn (2009:66) fenomenologis berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. Berikutnya adalah adalah teori pengelolaan identitas yang menjelaskan tentang hubungan dimana perbedaan budaya terlihat jelas.

b. Teori Pengelolaan Identitas

Teori pengelolaan identitas termasuk ke dalam teori komunikasi tentang hubungan (Littlejohn, 2008:204). Teori ini dikembangkan oleh Tadasu Todd Imahori dan William R. Cupach, teori ini menunjukkan bagaimana identitas terbentuk, terjaga dan berubah dalam hubungan (Littlejohn & Foss, 2009:294). Ketika membentuk identitas sebuah hubungan, perbedaan budaya sebenarnya terlihat jelas dan mereka akan menemukan diri mereka terlibat dalam komunikasi antarbudaya ketika mereka mempertimbangkan aspek-aspek budaya dari hubungan mereka. Hal ini terjadi ketika dua individu harus melewati perbedaan budaya yang menonjol.

Menurut Littlejohn (2008:205) kita menyebut identitas yang kita inginkan secara metafora dengan sebutan wajah (*face*) serta usaha yang kita lakukan untuk membentuk wajah kita dan pasangan hubungan kita disebut *facework*. Identitas atau wajah yang diinginkan seseorang dapat didukung atau diancam dalam pembicaraan mengenai identitas hubungan. Kita dapat mengharapkan sebagian dari keduanya, walaupun sebagian besar orang berusaha meyakinkan untuk mendukung wajah orang lain dengan menerima dan menyetujui identitas yang mereka harapkan untuk diri mereka dan saling memberi jumlah otonomi dan kebebasan tertentu tanpa adanya gangguan atau campur tangan. Disini, negosiasi bukan hanya mengenai apa yang pasangan inginkan untuk diri mereka dan untuk hubungan itu sendiri walaupun hal ini selalu menjadi bagiannya, tetapi tentang dukungan atau ancaman terhadap identitas budaya itu sendiri. Ada banyak potensi bagi ancaman wajah (*face*) yang berhubungan dengan kebudayaan karena identitas budaya seringkali besar dalam hubungan tersebut. Pengelolaan identitas dipandang unik karena dua hal pertama, Cupach dan Imahori berpendapat kompetensi mencakup pengelolaan hubungan efektif dan identitas budaya. Kedua, keduanya telah mempostulasikan wajah merupakan refleksi komunikatif dari hubungan dan identitas budaya, sehingga pengelolaan identitas yang efektif membutuhkan *facework* kompetensi. Dimasukkannya *face* (wajah) dan *facework* ke dalam teori pengelolaan identitas distimuli minat presentasi diri dari Goffman (1967:59). Pelaku komunikasi mempergunakan berbagai alat yang didesain dalam mengimbangi atau meredakan ancaman terhadap wajah (*face*) positif dan negatif. Artinya, berperilaku dengan cara yang dapat menghindarkan ancaman terhadap wajahnya dan berusaha memulihkannya. Apabila telah kehilangan wajah, maka individu telah didescreditkan.

Cupach dan Imahori (1993:118 dan Gudykunst, 2005 : 196) , mengatakan bahwa : “*Identity Management Theory based on a particular view of competence. Competence requires both appropriate and effective behavior that is mutually satisfying to the participants in a relationship*”. Pendapat ini memberikan gambaran teori pengelolaan identitas didasarkan atas suatu pandangan tertentu terhadap kompetensi. Kompetensi membutuhkan perilaku yang layak maupun perilaku yang efektif yang secara bersama-sama harus memuaskan bagi para informan dalam suatu hubungan. Teori berikutnya adalah teori Dramaturgis yang menggunakan metafora dramatis untuk menjelaskan bagaimana para pelaku komunikasi menghadirkan dirinya.

Dalam interaksi antarbudaya etnik Cina dan Melayu di Bangka, masing-masing memiliki identitas yang diperoleh dari hasil sosialisasi budayanya. Identitas adalah sesuatu yang muncul ketika pesan-pesan dipertukarkan diantara mereka. Sehingga identitas didefinisikan sebagai suatu yang terbentuk melalui komunikasi antarbudaya. Identitas diciptakan bersama dalam hubungannya dengan orang lain. Siapa kita dan bagaimana kita berbeda dan tampil tergantung dengan siapa kita berinteraksi. Salah satu karakteristik identitas budaya dan komunikasi antarbudaya yaitu persepsi diri yang mengacu pada pengakuan individu dan “*ascription*” orang lain. Pengalaman interaksi antar etnik Cina Bangka dan Melayu Bangka membentuk persepsi diri masing-masing etnik dan pengakuan masing-masing terhadap satu sama lain sebagai identitas budaya etnik Cina Bangka dan etnik Melayu Bangka. Identitas hubungan diciptakan secara bersama-sama diantara dua etnik yang berinteraksi. Identitas hubungan menurut Wood (1982:76) adalah sistem transaksi pribadi yang membentuk saling pengertian melalui koordinasi perilaku, tindakan dan identitas pelaku komunikasi yang sedang berinteraksi.

Artinya dari interaksi inilah sebuah identitas hubungan muncul dan memberikan pengaruh pada masing-masing pelaku komunikasi tentang bagaimana cara memahami, berperilaku, dan bertindak satu sama lain. Identitas hubungan yang muncul dari interaksi etnik Cina Bangka dan etnik Melayu Bangka adalah hubungan sosial ketika pelaku komunikasi terutama etnik Cina Bangka mengkoordinasi perilaku, tindakan dan identitas pelaku sebagai tidak ada perbedaan dengan etnik Melayu Bangka. Ketika etnik Cina Bangka memposisikan dirinya berbeda dari segi aspek budaya, maka identitas hubungan yang muncul adalah hubungan bisnis.

3. Metodologi

Penelitian ini menjadikan individu-individu dari etnik Cina Bangka dan etnik Melayu Bangka sebagai subyek penelitian. Lebih khusus lagi individu etnik Cina Bangka yang memiliki profesi sebagai pedagang dan menjalankan usahanya di Bangka. Subyek penelitian tidak dibatasi dari segi usia atau jenis usaha. Peneliti awalnya memilih secara purposif 2 pebisnis etnik Cina Bangka yang sukses dari kota Muntok dan Pangkal Pinang yang dikenal dekat oleh saudara dan teman lama peneliti. Jumlah ini berkembang menjadi 25 karena pebisnis tersebut memberikan rekomendasi untuk juga melakukan wawancara dengan orang yang dia kenal. Secara rinci di kota Mentok sebanyak 15 orang, di kota Pangkal Pinang sebanyak 7 orang dan di kota Sungai Liat terdapat 2 orang informan dan satu orang di Jakarta.

4. Hasil Penelitian

a. Identitas *Fan Ngin Tong Ngin Jit Jong* (Cina dan Melayu Sama Saja) dalam Konteks Hubungan Sosial.

Peneliti menemukan adanya sebuah paradoks dimana di satu sisi etnik Cina Bangka sering atau bahkan selalu mengatakan Cina dan Melayu “sama saja”. Mereka punya istilah untuk itu yaitu *Fan Ngin Tong Ngin Jit jong* yang artinya adalah Cina dan Melayu di Bangka “sama saja”. Sementara pada sisi yang lain, peneliti mendapatkan fakta bahwa etnik Cina ingin menunjukkan dirinya berbeda dengan etnik Melayu yaitu dengan cara memberikan identitas pada orang Melayu dengan identitas *Fan Ngin* yang berarti orang Melayu kalau berbicara terbalik dan etnik Cina sendiri memberikan identitas pada dirinya sebagai *Tong Ngin* yaitu orang yang merupakan keturunan dinasti *Thang* yaitu dinasti yang terkenal positif di daratan Cina. Menurut pengamatan peneliti, pada konteks sosial maka orang Cina Bangka akan menunjukkan identitas “Sama saja” dengan etnik Melayu Bangka. Sementara dalam konteks bisnis, orang Cina menunjukkan bahwa dia memiliki identitas yang berbeda karena orang Cina dianggap memiliki karakter yang lebih positif untuk kesuksesan sebuah bisnis.

Alasan Identitas Etnik Cina Bangka dan Etnik Melayu Bangka “sama saja” menurut etnik Cina Bangka

Alasan pertama mengapa mereka “sama saja” adalah karena etnik Cina Bangka dan etnik Melayu di Bangka adalah sama-sama pendatang, alasan berikutnya secara berturut-turut adalah sama-sama memiliki nenek moyang sebagai kuli tambang timah, sama-sama hidup sederhana, sama-sama dari kelas bawah baik sebagai petani, pedagang kecil, nelayan dan kuli tambang timah, sama-sama tinggal di Pulau Bangka yang secara geografis tidak terlalu luas. Berturut akan diuraikan berikut ini :

Sama-sama Pendetang

Orang Cina di Bangka merasa yakin betul bahwa etnik Cina dan etnik Melayu di Bangka adalah sama-sama pendatang. Walaupun menurut sejarah orang Melayu datang terlebih dahulu, tetapi tetap saja orang Melayu di Bangka adalah bukan penduduk asli, yang berarti sama dengan etnik Cina yang ada di Bangka.

Sama-sama Senasib Dari Kelas Bawah, Kuli Tambang Timah, Nelayan, Petani dan Pedagang Kecil.

Orang Cina Bangka mengatakan bahwa dia “sama saja” dengan orang Melayu Bangka karena sama-sama dari kalangan kelas bawah yang hidup sederhana baik sebagai petani, nelayan, kuli tambang maupun sebagai pedagang kecil.

Sama-sama tinggal di Bangka

Orang Cina di Bangka memiliki keyakinan bahwa orang yang tinggal di sebuah tempat yang sama adalah satu saudara yang saling membutuhkan. Orang Cina menyadari kalau dia membutuhkan orang Melayu dan orang Melayu pun membutuhkan orang Cina.

Perilaku sama (saling mempengaruhi) antara Etnik CinaBangka dan Etnik MelayuBangka.

Ada pergeseran perilaku budaya yang tidak sama dengan budaya leluhur Cina yang terjadi pada orang Cina Bangka seperti diungkapkan oleh beberapa narasumber. Apakah perilaku negatif yang dimaksud sama oleh orang Cina? Perilaku-perilaku yang dikatakan terpengaruh perilaku orang Melayu adalah malas, suka berkumpul dan mengobrol, memiliki sifat iri, tidak sabar untuk mendapatkan untung, dan tidak menjaga hubungan.

b. Identitas *Tong Ngin* Untuk Etnik Cina Bangka dan Identitas *Fan Ngin* Untuk Melayu Bangka Dalam Konteks Hubungan Bisnis

Peneliti menemukan bahwa di satu sisi etnik Cina Bangka ingin disamakan tetapi di sisi lain mereka tidak ingin disamakan. Intinya mereka ingin sama jika itu menyangkut hak sebagai warga Negara dan individu yang harus hidup dengan tenang dan damai, berbeda jika itu menyangkut budaya dan tradisi apalagi dalam konteks bisnis. Untuk hal ini mereka jelas ingin berbeda bahkan ingin menunjukkan bahwa mereka lebih memiliki daya juang, keberanian untuk lebih sukses dari segi materi dari orang Melayu.

Ketika orang Cina berinteraksi dengan etnik Melayu dalam konteks bisnis, maka mereka tidak lagi mengatakan *Fan Ngin Tong Ngin Jit Jong* (Cina dan Melayu “sama saja”) tetapi kami orang Cina adalah *Tong Ngin* dan Melayu adalah *Fan Ngin*. Dalam berbisnis karakter yang dibutuhkan adalah karakter yang positif, karena menurut orang Cina, orang Melayu memiliki karakter kalau berbicara tidak bisa dipegang maka orang Cina akan memposisikan dirinya tidak sama tetapi berbeda dengan orang Melayu. Orang Cina Bangka dalam hal ini menyebutkan dirinya sebagai *Tong Ngin* yang menurut mereka berasal dari kata *Thang* yaitu satu dinasti Cina yang berkarakter positif dan dibanggakan oleh Cina, ada yang juga yang mengartikan *Thang* sebagai leluhur, intinya *Tong Ngin* adalah orang yang berasal dari turunan yang positif dan menghormati leluhur. Menghormati leluhur adalah hal penting bagi orang Cina, karena ada anggapan di kalangan orang Cina, jika seseorang taat menghormati leluhur yang bisadilihat dari taatnya dia melakukan ritual-ritual penghormatan leluhur maka orang tersebut bisa dipastikan juga bisa menghormati orang lain dan menghargai orang lain. Kalau seseorang sudah tidak menghormati leluhur atau orang tua bagaimana dia

bisa menghormati orang lain. Hal ini dianggap penting oleh orang Cina karena menyangkut kepercayaan bisnis. Dengan label *Tong Ngin* untuk dirinya sendiri orang Cina ingin mengatakan inilah saya orang Cina yang positif dan bisa dipercaya. Label *Tong Ngin* yang bermakna positif itu tadi bisa dikatakan sebagai *counter* terhadap *stereotype* yang selama ini melekat pada orang Cina sebagai orang yang menghalalkan segala cara, licik, kikir dan tidak jujur. Orang Cina ingin menampilkan image sebagai orang yang positif dan bisa dipercaya sehingga menjadi identitas budaya Cina walaupun itu berdasarkan persepsi mereka sendiri.

Untuk memperjelas proses terjadinya identitas *Fan Ngin* yang mengartikan orang Melayu sebagai orang yang kalau berbicara terbalik dan identitas *Tong Ngin* yang diartikan sebagai orang Cina yang positif dan mengutamakan kejujuran dijelaskan peneliti dengan mengungkapkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber etnik Cina Bangka yang disusun di bagian berikut ini. Penjelasan ini juga menguak konteks yang menyertai ketika etnik Cina Bangka mengatakan mengenai *Fan Ngin* dan *Tong Ngin* ini.

Alasan perbedaan identitas Etnik Cina Bangka dengan Etnik Melayu Bangka Menurut Etnik Cina Bangka

Penelitian ini menemukan titik-titik yang membedakan antara etnik Cina Bangka dan Melayu Bangka, terdapat tiga titik perbedaan yang paling dominan yaitu pertama, etnik Cina memiliki sikap kerja yang ulet dan pekerja keras sementara Melayu “dak kawah susah” atau tidak mau bekerja keras, kedua, etnik Cina memiliki sikap teliti dan selalu berpikir untung rugi untuk mendapatkan keuntungan sementara etnik Melayu tidak cerewet dan cencerung mudah merasa puas, yang ketiga, etnik Cina memiliki pola hidup hemat sementara etnik Melayu cenderung konsumtif. Masing-masing akan diuraikan di bawah ini.

Cina Ulet Pekerja Keras dan Melayu Tidak Mau Bekerja Keras

Etnik Cina Bangka sebetulnya dengan identitas *Tong Ngin* itu sendiri sudah mencerminkan bahwa mereka ingin mempresentasikan dirinya sebagai etnik dengan identitas budaya yang positif. Melalui label *Tong Ngin* mereka ingin mengatakan kami dari keturunan positif dan merupakan keturunan pekerja keras. Sebagai ilustrasi di bawah ini peneliti menguraikan selipan-selipan pernyataan-pernyataan nara sumber tentang aku lebihnya orang Cina atau superior tersebut.

Cina Teliti (Berhitung Untung Rugi) dan Melayu Tidak Cerewet (Mudah Merasa Puas)

Narasumber-narasumber etnik Cina Bangka selalu membandingkan antara karakter orang Melayu dengan orang Cina. Tina Hoo menambahkan perbedaan karakter Cina dan Melayu dengan mengatakan, Melayu tidak cerewet berbeda dengan orang Cina yang teliti, sementara di saat yang sama dia mengatakan Cina dan Melayu “sama saja”. Terlihat bahwa pernyataan itu untuk konteks yang berbeda, Cina dan Melayu berbeda jika dalam konteks bisnis dan sama jika dalam konteks interaksi sehari-hari yang bersifat lebih sosial.

Dengan adanya perbedaan karakter dalam berbisnis antara orang Cina dengan orang Melayu tersebut justru dimanfaatkan oleh orang Cina agar hubungan bisnis antara Cina dan Melayu menjadi klop, karena menjadi seolah-olah bersifat saling melengkapi, orang Melayu tidak mau bekerja keras, orang Cina suka bekerja keras demi keuntungan, Melayu cenderung gengsi dan suka dipuji, orang Cina mau mengorbankan modalnya untuk memenuhi karakter Melayu tersebut dengan perhitungan ke depan dia akan mendapatkan keuntungan.

Cina Hemat dan Melayu Konsumtif

Perbedaan berikutnya antara etnik Cina dan etnik Melayu Bangka adalah perbedaan yang berkaitan dengan pengelolaan bisnis.

Etnik CinaBangka seperti sudah diuraikan di atas memiliki identitas untuk orang Melayu yaitu *Fan Ngin*. Makna *Fan Ngin* ini adalah orang Melayu kalau berbicara terbalik. Dalam konteks bisnis bisa dimaknai bahwa orang Melayu itu tidak bisa dipegang perkataannya, untuk itu orang Cina harus waspada dan siap mengantisipasi. Dengan pengalamannya orang Cina sudah tahu bagaimana melakukan bisnis dengan orang Melayu seperti tidak melakukan dagang kredit tapi tunai, melakukan transaksi jual putus. Kata-kata *Fan Ngin* memang paling menonjol karena selalu disebut olah orang Cina Bangka, kata-kata ini seperti sinyal bagi orang Cina untuk bersikap hati-hati jika melakukan bisnis dengan orang Melayu. Karakter lain yang menjadi *trade mark* orang Melayu dalam persepsi orang Cina adalah “Dak Kawah Susah” atau tidak mau bekerja keras. Dalam percakapan sehari-hari menurut pengamatan peneliti kata-kata ini memang sering disebut, menunjukkan bahwa orang Melayu tidak pusing dan direpotkan dengan pekerjaan-pekerjaan yang berbelit dan panjang. Bagi orang Cina dalam konteks bisnis karakter ini menguntungkan karena dengan senang hati orang Cina bersedia mengambil alih pekerjaan-pekerjaan atau proyek-proyek yang dianggap rumit dan susah oleh orang Melayu. Setali tiga uang dengan karakter itu adalah mudah merasa puas dan mudah dirayu. Orang Cina Bangka memanfaatkan karakter Melayu ini dengan cara-cara persuasif dan menggunakan modal mereka sedemikian rupa sehingga mereka mencapai tujuannya. Karakter ini sekali lagi menambah keuntungan orang Cina karena dengan tidak mau mengerjakan seluruh pekerjaan, berarti orang Melayu hanya mendapatkan keuntungan sedikit, tetapi hanya dengan keuntungan sedikit itu saja orang Melayu sudah merasa puas.

Peneliti kemudian menemukan bahwa etnik Cina Bangka melakukan pengelolaan presentasi diri dengan cara memelihara citra diri menggunakan taktik-taktik presentasi diri dan memperbaiki citra diri dengan taktik adaptasi identitas diri yang akan diuraikan lebih jauh di bawah ini.

3. Pengelolaan Identitas Budaya Etnik Cina Bangka Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Dari sudut pandang ilmu komunikasi, dapat dilihat bahwa interaksi yang berlangsung antara etnik Cina Bangka dan etnik Melayu Bangka membentuk pola-pola interaksi dan susunan perilaku responsif yang sangat dinamis. Komunikasi

merupakan alat untuk membentuk identitas dan juga mengubah mekanisme (Lilltejohn, 2009:131). Identitas budaya etnik Cina Bangka terbentuk melalui interaksinya dengan etnik Melayu Bangka. Demikian pula identitas budaya etnik Melayu Bangka. Teori komunikasi tentang identitas menggabungkan antara pelaku komunikasi dan lingkungan sosial budayanya (Lilltejohn, 2009:131). Identitas merupakan penghubung utama antara individu dan masyarakat. Komunikasi merupakan mata rantai yang memungkinkan hubungan tersebut terjadi. Identitas seseorang baik dalam pandangan dirinya sendiri maupun orang lain, dibentuk ketika seseorang secara sosial berinteraksi dengan orang lain dalam kehidupannya. Orang Cina Bangka mendapatkan pandangan serta reaksi orang Melayu dalam interaksi sosial maupun interaksi bisnis dan sebaliknya, memperlihatkan rasa identitas dengan cara mengekspresikan dirinya dan merespon orang lain. Dengan kata lain, rasa identitas terdiri dari makna-makna yang dipelajari dan yang didapatkan. Makna-makna tersebut diproyeksikan kepada orang lain kapanpun pelaku komunikasi melakukan aktifitas komunikasi.

Suatu proses yang menciptakan bagaimana seseorang itu digambarkan. Identitas budaya sangat penting dalam interaksi sosial. Identitas budaya terdiri dari gabungan keturunan atau sejarah kelompok dari satu generasi ke generasi berikutnya. Identitas budaya merupakan perpaduan antara persepsi diri dan pengakuan orang lain terhadap diri seseorang. Interaksi antara orang Cina dan orang Melayu di Bangka menghasilkan baik itu *subjective dimension* (persepsi diri) maupun *ascribed dimension* (pengakuan orang lain). Penelitian yang mengacu pada pelaku komunikasi akan selalu membawa identitas diri ke sejumlah tingkatan. Menurut Michael Hecht (Littlejohn, 2009:131) kedua dimensi tentang *subjective dimension* (persepsi diri) dan *ascribed dimension* (pengakuan orang lain) tersebut berinteraksi dalam rangkaian empat lapisan yaitu **pertama**, *personal layer* merupakan rasa akan keberadaan diri dalam situasi sosial. Dalam hal ini orang Cina di Bangka menganggap dirinya orang yang terbuka, mau berbaur, jujur serta tahu sopan santun. Sementara orang Melayu juga menganggap dirinya terbuka, taat menjalankan ajaran Islam dan tidak mau menghalalkan segala cara atau menggunakan pelicin. Tingkatan **kedua**, *enactment layer* yaitu pengetahuan orang lain tentang diri seseorang berdasarkan apa yang orang tersebut lakukan, miliki dan tampilkan. Untuk itu orang Melayu Bangka dari interaksinya dengan orang Cina Bangka memiliki pengetahuan bahwa orang Cina Bangka itu mau berbaur tetapi tetap memperhitungkan untung rugi, mengatur Melayu dengan modalnya, suka memberikan pelicin, pelit dan kurang sopan santun. Sementara orang Cina Bangka memiliki persepsi kalau orang Melayu itu memang terbuka dipadu mudah dirayu, mudah merasa puas, tidak cerewet, suka dipuji dan disanjung, berbicara terbalik atau tidak bisa dipegang perkataannya dan “dak kawah susah” atau tidak mau kerja keras. Sepertinya orang-orang Cina

menyukai sikap ini. Di saat yang sama orang Melayu diberi label oleh orang Cina sebagai orang yang kurang amanah, hobinya kumpul-kumpul di mana saja dan membicarakan orang lain termasuk politik dan pemerintah. Tingkatan yang **ke tiga** adalah *relational* atau siapa diri dalam kaitannya dengan individu lain. Identitas dibentuk dalam interaksi dengan orang lain. Penjelasan tingkatan ke tiga ini masuk ke bagian pengelolaan identitas orang Cina Bangka dalam hubungan bisnis dengan orang Melayu Bangka. Penelitian ini menemukan bahwa dalam relasi yang bersifat sosial, orang Cina akan mengatakan dirinya “sama saja” dengan orang Melayu, orang Cina punya label untuk itu yaitu *Fan Ngin Tong Ngin Jit jong* atau Cina dan Melayu sama saja, tetapi dalam relasi yang bersifat bisnis, orang Cina Bangka akan mengatakan mereka berbeda dengan orang Melayu, karena mereka lebih berhasil dalam berbisnis atau Cina *Tong Ngin* dan Melayu *Fan Ngin*. Identitas kemudian memang terikat pada konteks hubungan itu sendiri. Seperti yang dikemukakan oleh Hecht (Littlejohn, 2009:131) bahwa identitas sangat tidak individualis, tetapi terikat pada hubungan itu sendiri. Terakhir tingkatan **keempat** adalah tingkatan *communal*, yang diikat pada kelompok atau budaya yang lebih besar. Menurut peneliti tingkat identitas ini sangat kuat terjadi pada etnik Cina di Bangka, hanya saja mereka menampilkan dengan sangat positif melalui pengelolaan presentasi diri atau mengelola *performance* mereka di depan orang Melayu agar tidak terlalu menyolok dan mengganggu. Terbukti dengan sangat jelas dan tegas kelihatan mereka selalu menunjukkan diri sebagai *Tong Ngin*, sebuah identitas yang mereka berikan pada diri mereka sendiri sebagai orang dari keturunan dinasti yang positif, bijak dan beradab. Identitas ini secara tidak langsung ingin menunjukkan bahwa mereka berbeda dengan Melayu walaupun dalam percakapan sehari-hari atau dalam perilaku sehari-hari mereka

selalu menunjukkan bahwa orang Cina “sama saja” dengan orang Melayu Bangka. Berhadapan dengan label *Tong Ngin*, orang Cina Bangka memberikan label *Fan Ngin* kepada orang Melayu yang maknanya menurut mereka adalah orang yang kalau berbicara struktur kalimatnya terbalik. Tetapi makna sebenarnya adalah orang yang kalau berbicara terbalik dalam arti bertentangan dengan apa yang akan dilakukan atau orang yang tidak bisa dipegang perkataannya. Orang Melayu sendiri tidak menyadari makna sebenarnya dari *Fan Ngin*. Bagi orang Melayu selama orang Cina Bangka tidak melakukan sesuatu yang mengganggu tidak masalah. Orang Melayu tidak mau direpotkan dengan perilaku verbal dan non verbal orang Cina Bangka. Orang Melayu yang merasa sebagai mayoritas merasa yakin kalau orang Cina di Bangka akan tahu diri. Mereka membiarkan orang Cina ini bergerak di bidang perekonomian dan mendapatkan keuntungan dari bidang ini, orang Melayu Bangka menyadari mereka kurang ulet jika harus berjuang dalam berbisnis. Identitas yang kuat melekat pada orang Melayu Bangka yaitu Melayu adalah Islam dan Islam adalah Melayu berikut dengan konsekuensi ajaran Islam yaitu Melayu orang yang taat dan tidak mau menghalalkan segala cara.

Menurut Littlejohn (2009:133) identitas budaya sangat penting dipelajari dalam interaksi sosial. Hubungan kebudayaan yang penting bagi banyak orang adalah keetnikan. Identitas etnik terdiri dari gabungan keturunan atau sejarah kelompok dari satu generasi ke generasi berikutnya. Termasuk didalamnya negara asal, ras, agama dan bahasa. Identitas etnik bisa menjadi bagian penting dalam menentukan siapa diri seseorang sebenarnya. Identitas berada dalam lingkup budaya yang luas dan manusia berbeda dalam menguraikan diri mereka sendiri. Identitas seseorang adalah kode yang mendefinisikan keanggotaan seseorang dalam sebuah komunitas, kode yang terdiri dari simbol-simbol seperti

bentuk pakaian, kepemilikan dan bahasa yang digunakan. Identitas adalah sesuatu yang muncul ketika pesan-pesan dipertukarkan diantara orang-orang. Sehingga identitas didefinisikan sebagai suatu yang terbentuk melalui komunikasi antarbudaya. Identitas diciptakan bersama dalam hubungannya dengan orang lain. Siapa kita dan bagaimana kita berbeda dan tampil tergantung dengan siapa kita berinteraksi.

Menurut Collier (Samovar&Porter, 2003:413) identitas mempunyai komponen-komponen perilaku, kognitif dan afektif. Orang-orang mempunyai emosi, perasaan yang memberikan identitas. Perubahan emosi tergantung pada situasi. Tidak jarang pengakuan yang kuat yang keras dan kuat dari sebuah identitas adalah tanda penting bahwa identitas itu diterima sebagai ancaman. Komponen kognitif dari identitas berhubungan dengan keyakinan-keyakinan kita tentang identitas itu. Orang-orang mempunyai rentang keyakinan pada masing-masing kelompok budaya yang mereka miliki. Perilaku sebagai komponen identitas budaya terfokus pada tingkatan verbal dan non verbal oleh anggota kelompok melalui tindakan kita dan reaksi kita dengan orang lain. Identitas terdiri dari level-level interpretasi terhadap isi dan hubungan. Ketika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, pesan-pesan membawa informasi sebagai implikasi bagi siapa yang dalam kontrol, seberapa dekat perasaan orang yang berbicara satu sama lain, bagaimana rasa permusuhan satu sama lain, bagaimana mereka mempercayai orang lain. Bahasa kelompok kadang-kadang digunakan untuk memperkuat status mereka dalam kelompok dan memantapkan jarak dari kelompok luar. Di saat lain menggunakan bahasa kelompok luar agar dapat beradaptasi dan bergabung dengan kelompok lain. Marry Jane Collier (Samovar&Porter, 2003:410) menyajikan sebuah teori interpretif tentang

bagaimana identitas budaya dikelola dalam interaksi antarbudaya. Identitas adalah sesuatu yang muncul ketika pesan-pesan dipertukarkan diantara orang-orang. Sehingga identitas didefinisikan sebagai suatu yang terbentuk melalui komunikasi antarbudaya. Identitas diciptakan bersama dalam hubungannya dengan orang lain. Siapa kita dan bagaimana kita berbeda dan tampil tergantung dengan siapa kita berinteraksi.

Salah satu karakteristik identitas budaya adalah persepsi diri yang mengacu pada pengakuan individu dan *ascription* atau penggambaran diri seseorang analog dengan wajah atau *image* yang ditunjukkan kepada orang lain. Pengakuan adalah apa yang individu katakan : “Inilah Saya.” *Ascription* merupakan proses dimana atribut-atribut lain diidentifikasi pada diri seseorang. Contoh *ascription* adalah *stereotype-stereotype* dan atribut-atribut yang dikomunikasikan. Orang Cina dalam hal ini menyebutkan dirinya sebagai *Tong Ngin* yang menurut mereka berasal dari kata *Tang* yaitu satu dinasti Cina yang berkarakter positif dan dibanggakan oleh Cina, ada yang juga yang mengartikan Tang sebagai leluhur, intinya *Tong Ngin* adalah orang yang berasal dari turunan yang positif dan menghormati leluhur. Menghormati leluhur adalah hal penting bagi orang Cina, karena ada anggapan di kalangan orang Cina, jika seseorang taat menghormati leluhur yang bisa dilihat dari taatnya dia melakukan ritual-ritual penghormatan leluhur maka orang tersebut bisa dipastikan juga bisa menghormati orang lain dan menghargai orang lain. Kalau seseorang sudah tidak menghormati leluhur atau orang tua bagaimana dia bisa menghormati orang lain. Hal ini dianggap penting oleh orang Cina karena menyangkut kepercayaan bisnis. Dengan identitas *Tong Ngin* untuk dirinya sendiri orang Cina ingin mengatakan inilah saya orang Cina yang positif dan bisa dipercaya. Identitas *Tong Ngin* yang

bermakna positif itu tadi bisa dikatakan sebagai *counter* terhadap *stereotype* yang selama ini melekat pada orang Cina sebagai orang yang menghalalkan segala cara, licik, kikir dan tidak jujur. Orang Cina ingin menampilkan *image* sebagai orang yang positif dan bisa dipercaya sehingga menjadi identitas budaya budaya Cina walaupun itu berdasarkan persepsi mereka sendiri. Sebaliknya etnik Cina Bangka memiliki pengakuan tentang diri etnik Melayu Bangka. Menariknya persepsi mereka tentang orang Melayu Bangka berhadapan secara *opposite* dengan persepsi diri mereka sendiri yaitu orang Melayu Bangka itu *Fan Ngin* artinya kalau berbicara terbalik, maksudnya orang Melayu kalau berbicara tidak bisa dipegang. Karakter ini bertentangan dengan karakter orang Cina yang mengaku dirinya jujur. Orang Melayu Bangka dipahami oleh orang Cina Bangka sebagai orang yang "dak kawah susah". Karakter ini menguntungkan bagi orang Cina Bangka yang memiliki karakter suka bekerja keras dan ulet. Orang Cina akan dengan senang hati mengambil pekerjaan-pekerjaan atau proyek-proyek yang tidak mau dikerjakan oleh orang Melayu. Orang Melayu menurut pengakuan orang Cina mudah merasa puas dan mudah merayu, sikap ini juga merupakan sikap yang juga menguntungkan bagi orang Cina Bangka, karena orang Cina sendiri mengaku dirinya sebagai orang yang akan selalu berpikir untung rugi artinya lebih teliti melihat suatu bisnis apakah ini akan memberikan keuntungan atau tidak, seberapa besar keuntungannya.

Identitas etnik dan kebudayaan ditandai oleh nilai isi (*Value content*) dan ciri khas (*salience*). Nilai isi sendiri terdiri dari macam-macam evaluasi yang dibuat berdasarkan pada kepercayaan-kepercayaan budaya, seperti pengakuan baik orang Cina sendiri maupun orang Melayu, bahwa orang Cina itu bersifat selalu perhitungan dan berpikir untung rugi. Karakter perhitungan ini melekat

secara budaya, artinya sudah menyatu dalam falsafah hidup orang Cina, bisa dilihat dari pernyataan seorang informan ketika dikonfirmasi yang mengatakan:

“Orang Cina berhitung dengan tanggal lahir, dihitung sehingga dia tahu ada Hokki. Thung Su, lahir jam 10 pagi, harus kerja keras. Yim Kien sama dengan gelap. Yong sama dengan dunia sekarang, yin sama dengan dunia gaib.” .(Cung Tet Kim, 9 Agustus 2011)

“Setiap satu huruf Cina itu punya 1 arti” .(Cung Tet Kim, 9 Agustus 2011)

Selalu memperhitungkan segala sesuatu yang hilirnya adalah tentang kerugian dan keberuntungan, termasuk berhitung dengan tanggal lahir untuk memastikan dimana letak keberuntungan dan kesialan seseorang yang dilahirkan dalam situasi tertentu. Perhitungan orang Cina sudah dimulai sejak mereka dilahirkan dan menggunakan bahasa, setiap satu kata mengandung arti yang maknanya bisa punya implikasi luas seperti yang diungkapkan informan Tet Kim lebih lanjut sebagai berikut:

“Kepekaan orang Cina itu kultur, ade dideretkan huruf-huruf Cina. Huruf-huruf ini melatih kepekaan. Misalnya kerja kongsi lebih banyak cekcok. Khong Tsi (Huruf Cina). Kerjasama dua perusahaan lebih banyak tidak berkembang. Huruf Khong Tsi itu dibuat tidak punya kepala, artinya ya itu tidak bisa berkembang.”(Cung Tet Kim, 9 Agustus 2011)

Rangkaian huruf yang terangkai menjadi bahasa mengandung makna yang bersifat detail dan teratur, kebiasaan ini melatih orang Cina tentang kepekaan terutama yang berkaitan dengan kebaikan kehidupan, membaca peluang situasi dan lingkungan sekitar.

Ciri khas merupakan kekuatan afiliasi yang dirasakan. Kompetensi antarbudaya terdiri atas pengetahuan (*knowledge*), kesadaran (*mindfulness*) dan kemampuan (*skill*). Definisi pengetahuan adalah pemahaman akan pentingnya identitas budaya dan kemampuan melihat apa yang penting bagi orang lain.

Artinya mengetahui sesuatu tentang identitas budaya dan mampu melihat segala perbedaan. Etnik Cina Bangka dalam hal ini memiliki pemahaman mengenai identitas budaya orang Melayu Bangka, mereka menyadari betul pengetahuan dan pemahaman tentang etnik Cina Bangka itu adalah hal yang sangat utama untuk mengetahui apa yang dianggap penting bagi orang Melayu Bangka. Dari pengetahuannya itu etnik Cina Bangka menemukan fakta dan kemudian dikemas oleh mereka menjadi rangkaian kata khas *Fan Ngin Tong Ngin Jit Jong* bahwa di Bangka Cina dan Melayu “sama saja” yaitu sama-sama pendatang di Bangka, sama-sama kuli tambang pada masa penjajahan Belanda. Cina dan Melayu “sama saja” tidak ada perbedaan. Kata “sama saja” yang diungkapkan oleh orang Cina tidak semata-mata memiliki arti memang tidak ada perbedaan antara orang Cina dan Melayu. Bahwa mereka sama tidak merasa membeda-bedakan antara Cina dan Melayu seperti yang mereka maksudkan dalam pernyataan-pernyataan mereka atau sekedar berarti cara memperlakukan yang sama antara Cina dan Melayu. Ungkapan “sama saja” ini bisa memiliki makna kedua yaitu bahwa mereka tidak mau lagi dipertanyakan dan dipermasalahkan tentang perbedaan antara orang Cina dan Melayu, lebih luas lagi bahwa orang Cina ingin dianggap sama seperti halnya suku-suku lain di Indonesia, bahwa mereka memiliki hak dan kewajiban yang sama sebagai warga negara. Kata “sama saja” bisa memiliki makna sudahlah jangan dipermasalahkan soal perbedaan Cina dan Melayu dalam kehidupan sehari-hari. Orang Cina ingin menekankan dari kata “sama saja” bahwa sebetulnya dibalik kata “sama saja” antara Cina dan Melayu sama-sama pendatang di Bangka, nenek moyang Cina dan Melayu dahulu sama-sama senasib sebagai kuli timah dipertambangan, sama-sama sederhana dan sudah berasimilasi sejak ratusan tahun yang lalu, bahwa kami ini Cina peranakan yang lahir dan

besar di Bangka sama dengan Melayu yang juga punya garis keturunan Cina dan juga tidak asli Melayu Bangka. Karena itu jangan pernah merasa berbeda, karena sebenarnya “kita” ini sama saja. Ada makna lain yaitu bahwa orang Cina tidak pernah menganggap orang Melayu lebih tinggi dari mereka dan mereka tidak mau hal itu terjadi dalam interaksi mereka. Sikap ini penting dalam keberhasilan sebuah negosiasi bisnis, ada kepercayaan diri bagi orang Cina untuk memulai usaha dan mempertahankan usahanya.

Terlalu banyak identitas etnik dapat mengarahkan seseorang atau kelompok pada etnosentrisme. Sebetulnya pada dasarnya etnik Cina Bangka secara internal tetap memiliki etnosentrisme, mengenai etnosentrisme ini dikatakan oleh Charles Berger (Neulip, 2006:446) termasuk bagian dari komponen pengetahuan. Etnosentris merupakan persepsi seseorang tentang budayanya sendiri yang dianggap lebih tinggi. Etnosentris cenderung tidak menghargai budaya orang lain serta menciptakan, memperkuat perilaku negatif terhadap kelompok lain. Berdasarkan itu etnik Cina Bangka bagaimanapun tetap saja menganggap bahwa antara Cina dan Melayu itu ada perbedaan. Pengakuan bahwa dirinya *Tong Ngin* adalah bentuk etnosentrisme etnik Cina Bangka karena melalui identitas *Tong Ngin* yang memiliki arti mereka ingin menunjukkan kalau mereka dari keturunan dinasti yang positif, mereka jujur karena mereka punya prinsip jujur adalah nyawa kedua sebagai bentuk identitas yang berhadapan dengan identitas budaya etnik Melayu Bangka yang dikatakan Seperti yang juga diungkapkan oleh Fredrik (1988:10) bahwa hasil penelitian empiris menemukan bahwa pertemuan dan pembauran antara dua etnik yang berbeda tidak lantas membuat hilangnya budaya masing-masing. Etnik Cina Bangka telah melakukan negosiasi identitas selama dia berinteraksi dengan etnik Melayu Bangka dalam rangka mengembangkan

suatu keseimbangan antara perbedaan tersebut. Sehingga etnosentrisme yang sebetulnya ada menjadi tidak kentara.

Menurut Littlejohn (2009:283), hubungan telah menjadi subyek penting yang terkait dengan komunikasi interpersonal. Menurut peneliti pengkajian hubungan antara pelaku komunikasi selama ini berkaitan dengan hubungan sosial seperti hubungan antara anggota keluarga, antara teman atau antara suami dan istri. Masih sedikit yang fokus mengkaji hubungan yang terkait dengan bisnis. Menurut Linda Beamer dan Iris Varner (2008:45), selama ini bisnis selalu dikaitkan dengan bidang-bidang finansial, studi-studi pasar, model-model manajemen, pemasaran, asuransi dan akunting tanpa sedikitpun menyinggung tentang budaya dan bagaimana peran budaya dalam bisnis. Bagaimanapun menurut Beamer dan Varner, budaya tidak dapat disangkal merupakan faktor penting. Dimana sering terjadi jika suatu bisnis gagal, orang baru melihat budaya sebagai elemen kunci. Lebih lanjut Beamer dan Varner (2008:373) mengatakan komunikasi bisnis adalah komunikasi antarbudaya. Untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain yang berbeda budaya, seseorang membutuhkan pemahaman tentang budaya orang tersebut dan kompetensi komunikasi antarbudaya tersebut bisa dipelajari. Beammer dan Varner mengakui bahwa beberapa penelitian hanya mengkaji komunikasi antarbudaya saja berdasarkan latar belakang bangsa, daerah/wilayah, pelatihan internasional atau bisnis internasional. Hanya sedikit yang khusus mengkaji penerapan langsung komunikasi antarbudaya ke dalam hubungan bisnis. Sehingga hasil temuan peneliti mengenai kompetensi komunikasi antarbudaya etnik Cina Bangka, merupakan temuan yang diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi khususnya kajian komunikasi antarbudaya yang mengeksplorasi secara mendalam

tentang komunikasi antarpribadi etnik Cina dan Melayu Bangka dalam konteks bisnis. Interaksi bisnis etnik Cina dan Melayu Bangka menghasilkan sebuah model pengelolaan identitas budaya dan kompetensi komunikasi antarbudaya etnik Cina Bangka dalam mengelola presentasi diri.

Untuk membantu menjelaskan hubungan dalam komunikasi antarbudaya, terdapat beberapa model komunikasi antarbudaya yang masing-masing memberi penekanan yang berbeda terhadap usaha untuk memahami harmoni dan keterpaduan sosial antara dua etnik berbeda yang berinteraksi dan membina hubungan. Personal etnik yang berbeda budaya memiliki cara pandang, sistem tanda bersama, atribut “makna yang sama” secara obyektif, makna yang selazimnya menurut kelompok etniknya, makna yang dianggap sebagai makna dari sebagian besar etniknya. Sedangkan persepsi sebagai proses pemberian makna, sebenarnya masalah persepsi sebagai masalah yang unik dari masing-masing individu bagaimana memandang dunia. Proses persepsi sebagai proses membuat pengertian individu berdasarkan pengalaman. Identitas *Fan Ngin* diakui oleh masing-masing etnik Cina dan Melayu di Bangka, bahwa *Fan Ngin* secara obyektif dipahami bersama sebagai sebutan untuk orang Melayu, juga identitas *Tong Ngin* secara obyektif dipahami bersama untuk sebutan bagi orang Cina Bangka. Tetapi secara subyektif orang Cina memiliki makna tersendiri tentang *Fan Ngin* dan *Tong Ngin* tersebut. Tentang ini akan dijelaskan lebih jauh pada bagian memaknai presentasi diri etnik Cina Bangkadi bagian bawah. Sama seperti makna *Khek* atau *Sin Kek* yang sering disebut oleh orang Melayu terhadap orang Cina. Orang Melayu menyebut *Sin Kek* terhadap orang Cina Bangka ketika orang Melayu ini sedang tidak berkenan. Sementara bagi orang Cina *Sin Kek* itu artinya tamu atau pendatang.

Obyek kajian penelitian ini memang berada pada domain komunikasi antarbudaya, tetapi bagaimanapun eksplorasi dilakukan terhadap aktifitas etnik CinaBangka dalam melakukan komunikasi antarpribadi dengan etnik MelayuBangka. Seseorang dari budaya yang berbeda jelas memiliki perbedaan tentang bagaimana masing-masing melihat suatu realitas. Sebagai orang dari budaya yang berbeda etnik CinaBangka memulai komunikasi antarpribadi dari sumber data yang berbeda, data lingkungan yang berbeda dan bergerak dengan cara mengolah informasi yang berbeda, bahkan memiliki tujuan yang berbeda.

Pada saat berkomunikasi dengan orang lain yang berbeda budaya tidak hanya tergantung pada kemampuan bahasa etnik lain, tetapi juga masing-masing memiliki pengalaman (pengetahuan) tentang penggunaan bahasa (verbal-non verbal) dan bagaimana keterpaduan orientasi berfikir tentang realitas, interpretasi, cara pandang dan bertukar pengertian untuk membangun pengertian bersama dan sebuah hubungan. Etnik CinaBangka dan etnik MelayuBangka bagaimanapun telah mengalami interaksi bersama dalam waktu yang panjang sehingga masing-masing memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang masing-masing satu sama lain terjadi saling interpretasi tentang cara pandang, bertukar pengertian. Seseorang senantiasa membawa *cara pandang menurut orientasi budaya-nya*. Contoh Etnik CinaBangka berkomunikasi dengan seorang Etnik Melayu Bangka, maka disini akan terdapat perbedaan “cara pandang” tentang bagaimana merespon orang lain atau memprediksi perilaku verbal dan non verbal orang lain. Perbedaan cara pandang masuk dalam “*interdependent word view*” untuk membuat pengertian bersama. Karena perbedaan “*pengetahuan dan pengertian subyektif*” individual Etnik Melayu dan etnik Cina ini, maka mereka memiliki perbedaan interpretasi tentang apa itu realitas (*interdependent reality*). Cara pandang orang

Cina Bangka tentang keberadaan mereka dan orang Melayu di tanah Bangka, orang Cina sering menyebut mereka sebagai orang Cina “sama saja” dengan orang Melayu karena sama-sama pendatang, sama dari kelas bawah karena berawal hidup sama-sama dari timah. Orang Melayu sendiri sebetulnya tetap menganggap orang Cina ini pendatang tetapi orang Melayu tidak mau bersikap dominan, orang Melayu justru menjadi minoritas jika menyangkut urusan bisnis. Dalam konteks sosial orang Cina menganggap Cina dan Melayu di Bangka “sama saja”, tetapi sebaliknya untuk urusan bisnis dengan tegas mereka menunjukkan mereka berbeda dengan Melayu.

Dalam hubungan bisnis antara etnik CinaBangka dan etnik MelayuBangka, mereka dapat mempertimbangkan pilihan etik tentang bagaimana berkomunikasi. Bagaimana pilihan itu berimplikasi pada hubungan. Kedelapan prinsip komunikasi antarpribadi dibawah ini dapat merupakan pilhan bagi ke dua etnik terutama etnik Cina agar proses membangun dan mempertahankan hubungan bisnis bisa berlangsung lancar. Karena tidak selalu proses interaksi yang terjadi berjalan harmoni, pasti akan dijumpai saat-saat dimana terjadi argumentasi, penolakan yang dapat mempengaruhi kelanjutan hubungan bisnis tersebut.

Seperti sudah diungkapkan sebelumnya bahwaseseorang dari budaya yang berbeda jelas memiliki perbedaan tentang bagaimana masing-masing melihat suatu realitas. Komunikasi antarpribadi merujuk pada komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang. Menurut Richard West dan Lynn H. Turner (2007:187) mengutip Berger dalam bukunya *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* menjelaskan bahwa konteks komunikasi antarpribadi banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana

mempertahankan suatu hubungan dan keretakan suatu hubungan. Hubungan antara dua orang dijelaskan oleh Littlejohn (2002:234) sebagai serangkaian harapan antara dua orang terhadap perilaku yang didasarkan pada pola-pola interaksi diantara mereka berdua. Masalah hubungan ini sudah diakui sangat berarti dalam komunikasi antarpribadi.

5. Kesimpulan

Identitas budaya etnik Cina Bangka dan Melayu Bangka terbentuk melalui interaksi komunikasi antarbudaya yang terjadi diantara mereka. Identitas budaya merupakan perpaduan antara persepsi diri dan pengakuan etnik lain terhadap etnik diri sendiri. Hasil penelitian menemukan bahwa etnik Cina Bangka memiliki persepsi diri yaitu terbukadan mau berbaur, memperhatikan sopan santun dan kejujuran. pekerja keras ulet dan hidup hemat, keturunan orang bijak dan beradab, Cina kebon dan Cina pasar, berbeda dengan Melayu dalam pola pikir dagang serta mengutamakan hubungan jangka panjang. Sementara persepsi diri Melayu Bangka adalah terbuka, taat pada ajaran Islam, tidak mau menghalalkan segala cara/pelicin, konsumtif dan suka pamer. Sebaliknya etnik Melayu Bangka menurut etnik Cina Bangka adalah Melayu terbuka dan mau berbaur, Melayu mudah dirayu, suka dipuji dan disanjung, mudah merasa puas, konsumtif, cenderung suka pamer, Melayu bicara terbalik atau tidak bisa dipegang perkataannya atau tidak Jujur, Melayu “Dak Kawah Susah” atau tidak mau kerja keras, tidak teliti, tidak cerewet, Melayu bukan kompetitor dan Melayu suka Cina yang ramah. Selanjutnya etnik Cina Bangka menurut etnik Melayu Bangka adalah Cina menghalalkan segala cara, menggunakan pelicin, Cina memanfaatkan modal mengatur Melayu atau kasar dan Cina mau berbaur.

Identitas budaya etnik Cina Bangka dalam bentuk persepsi diri mengalami penyesuaian atau adaptasi identitas diri ketika berada dalam sebuah hubungan. Hasil penelitian menemukan bahwa ketika dalam hubungan sosial, etnik Cina Bangka akan menampilkan diri sebagai orang yang “sama saja” dan tidak ada perbedaan dengan etnik Melayu Bangka, orang Cina Bangka akan selalu mengatakan *Fan Ngin Tong Ngin Jit Jong* atau Cina dan Melayu “sama saja”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kata-kata “sama saja” itu memiliki makna yaitu di satu pihak orang Cina ingin mengatakan mereka mau berbaur tanpa mempermasalahkan perbedaan, di sisi lain orang Cina ingin menunjukkan bahwa Cina dan Melayu adalah sama-sama pendatang, sama-sama memiliki nenek moyang kuli tambang timah, sama-sama warga negara Indonesia, karena “sama saja”, maka etnik Melayu walaupun mayoritas tidak seharusnya bersikap dominan dan karena itu etnik Cina bukanlah sub-ordinat. Kedudukan sama tinggi ini adalah penunjang berhasilnya sebuah hubungan bisnis. Dalam konteks hubungan bisnis, etnik Cina Bangka akan menunjukkan dirinya secara berbeda, bahwa etnik Cina Bangka adalah *Tong Ngin* yaitu orang yang positif, bijak dan beradab. Berbeda dengan Melayu yang *Fan Ngin* yaitu orang yang kalau berbicara terbalik. Misalnya dalam kebiasaan bertutur orang Cina akan menyebutkan telur ayam menjadi ayam telur, sehingga jika orang Melayu menyebut telur ayam dianggap kata-kata yang terbalik karena tidak sesuai dengan cara bertutur orang Cina. Kata-kata terbalik bisa bermakna bahwa orang Melayu kalau berbicara susunan kata-katanya terbalik, tetapi bisa juga dimaknai bahwa orang Melayu suka membalik-balikan kata atau tidak bisa dipegang perkataannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Asante, Molefi Kete and William B. Gudykunst. 1989. *Handbook of International and Intercultural Communications*, New York., USA: Sage Mc.graw.hill, New York Publications.
- Beamer, Linda & Varner, Iris, 2008, *Intercultural Communication in The Global Workpalce*, Mc GrawHill, New York
- Barth, Fredrik, 1988, *Kelompok Etnik dan Batasannya*, UI Press,
- Copple A. Charles, 1994, *Tionghoa Indonesia Dalam Krisis*, Pustaka Sinar harapan, Jakarta
- Creswell, John W., 1998, *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions*, Sage Publications
- Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S., 2009, *Handbook Qualitative Research*, Sage Publication, California
- Gudykuntst B William.,1997. *Cultural Variabilities in Communication : An Introduction, Communication Research*, Sage Publication, USA
- Gudykunst, William B., & Asante, Molefe Kete, 1989, *Handbook of International and Intercultural Communication*, Sage Publication, USA
- Idi, Abdullah, 2009, *Asimilasi Cina Melayu di Bangka*, Tiara Wacana Yogyakarta
- Idi, Abdullah, 2011, *Bangka, Sejarah Sosial Cina-Melayu*, Tiara Wacana Yogyakarta
- Kuswarno, Engkus, 2009, *Fenomenologi, Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian* , Widya Padjadjaran, Bandung
- Lindlof, Thomas R., 1995, *Qualitative Communication Research Methods*, Sage Publications.
- Miller, Khaterine, 2005, *Communication Theories:Perspective, Processes and Context*, Mc Graw Hill, New York
- Moustakas, Clark, 1994, *Phenomenological Research Methods*, Sage Publications, USA
- Neuliep, W. James, 2006, *Intercultural Communication, A Contextual Approach*, Sage Publication, California.
- Neuman, W.Lawrence, 2006, *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson International Edition, New York