

Harmoni Antarbudaya dalam Secangkir Teh: Kajian Gong Fu Cha Pantjoran Tea House

Angela Cheryl Nathania¹, Nigar Pandrianto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: angela.915210197@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: nigarp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 29-11-2024, revisi tanggal : 11-01-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-02-2025

Abstract

Harmony in society is the key to peaceful and positive coexistence. Gong Fu Cha has great potential as a bridge of intercultural communication to support the harmonization of multicultural Indonesian society. The problem examined in this research centers on the practice of Gong Fu Cha as a bridge of Chinese cultural communication carried out by Pantjoran Tea House and as a form of marketing communication that makes its business differentiation. This research uses Intercultural Communication Theory and Marketing Communication Theory to observe the harmony between its participants that strengthens cross-cultural understanding and appreciation. This research employs a qualitative approach with ethnographic methods, utilizing data collection techniques such as participatory observation and in-depth interviews, complemented by literature reviews. Thematic analysis was used to identify patterns of social interaction and data triangulation was utilized to ensure data validity. The outcome of this research is that Gong Fu Cha at Pantjoran Tea House is an effective means of marketing communication in communicating Chinese culture through direct experience, opening space for dialogue, and building harmony between its participants, especially in terms of tolerance between ethnicities. Gong Fu Cha can be a symbol of equality, enabling harmonious interactions for its participants and enhancing appreciation in a multicultural society.

Keywords: Gong Fu Cha, harmony, intercultural communication, marketing communication, Pantjoran Tea House

Abstrak

Harmoni dalam masyarakat adalah kunci hidup berdampingan secara damai dan positif. Gong Fu Cha memiliki potensi besar sebagai jembatan komunikasi antarbudaya untuk mendukung harmonisasi masyarakat Indonesia yang multikultural. Permasalahan yang ingin dikaji dalam penelitian ini berfokus pada praktik Gong Fu Cha sebagai jembatan komunikasi budaya Tionghoa yang dilakukan Pantjoran Tea House serta sebagai bentuk komunikasi pemasarannya yang menjadikan diferensiasi bisnisnya. Penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Antarbudaya dan Teori Komunikasi Pemasaran dalam mengamati harmoni antar partisipannya yang tercipta serta memperkuat pemahaman dan penghargaan lintas budaya. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi, menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi partisipatif dan wawancara mendalam, serta dilengkapi dengan studi literatur. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola interaksi sosial dan memastikan validitas data melalui triangulasi data. Hasil dari penelitian ini adalah Gong Fu Cha di Pantjoran Tea House menjadi sarana efektif sebagai komunikasi pemasaran dalam mengkomunikasikan budaya Tionghoa melalui pengalaman langsung, membuka ruang dialog, dan membangun keharmonisan antar partisipannya terutama dalam

segi toleransi antar etnis. Gong Fu Cha dapat menjadi simbol kesetaraan, memungkinkan interaksi harmonis bagi partisipannya serta meningkatkan apresiasi dalam hidup bermasyarakat yang multikultural.

Kata Kunci: Gong Fu Cha, harmoni, komunikasi antarbudaya, komunikasi pemasaran, Pantjoran Tea House

1. Pendahuluan

Harmoni dalam masyarakat adalah kunci hidup berdampingan secara damai dan positif. Keharmonisan tercipta ketika anggota masyarakat merasakan rasa aman, kedamaian, saling menghormati, dan keberagaman budaya serta agama yang terjaga. Komunikasi yang baik menjadi landasan untuk membangun interaksi sosial yang harmonis antar individu maupun antarbudaya, meskipun perbedaan, seperti warna kulit, penampilan fisik, atau agama, tetap ada (Wulandari & Luthfi, 2022). Perbedaan etnis di Indonesia seharusnya dilihat sebagai kekayaan budaya yang perlu dikelola sebagai kunci pemelihara keharmonisan sosial antar etnis (Hasibuan & Muda, 2018).

Hasibuan & Muda (2018) menegaskan bahwa elemen-elemen utama dalam komunikasi antarbudaya meliputi komunikator sebagai pengirim pesan, komunikan sebagai penerima pesan, pesan yang mengungkapkan pikiran, ide, atau gagasan, dan simbol yang menggambarkan perasaan. Komunikasi antarbudaya terjadi karena adanya kontak dan interaksi antara masyarakat dengan budaya berbeda. Aminullah et al. (2015) menyatakan bahwa perbedaan budaya bukan penghalang dalam menjalin hubungan sosial. Hal yang terpenting adalah adanya sikap saling memahami (*understanding*), beradaptasi (*adaptation*), dan bertoleransi (*tolerance*). DeVito (2017) menjelaskan bahwa ada dua proses yang terjadi ketika seseorang mempelajari budaya, yaitu enkulturasi dan akulturasi. Enkulturasi merujuk pada proses mempelajari budaya asal (*native culture*), sementara akulturasi adalah proses mempelajari budaya baru yang berbeda dari budaya asal.

Gong Fu Cha memiliki potensi besar sebagai jembatan komunikasi antarbudaya Tionghoa untuk menciptakan pemahaman budaya terutama bagi etnis non-Tionghoa Indonesia terhadap etnis Tionghoa-Indonesia. Hal tersebut dikarenakan teh, sebagai minuman yang paling umum dikonsumsi setelah air putih (Debnath et al., 2021) telah berkembang menjadi budaya yang mencakup kesenian, upacara, dan filosofi. Hal tersebut melahirkan komunitas penggemar teh dan pakar melalui pembagian pengetahuan dan pengalaman seperti filosofi, sejarah, dan teknik penyeduhan teh (Adhimas & Aulia, 2023).

Pantjoran Tea House, sebuah restoran dan kedai teh yang berlokasi di Jakarta memanfaatkan Gong Fu Cha sebagai daya tarik unik bisnisnya serta berperan sebagai agen budaya Tionghoa. Melalui strategi pemasaran seperti media sosial, promosi dari mulut ke mulut, dan mengadakan acara bertema teh, Pantjoran Tea House menciptakan pengalaman autentik yang memadukan ritual minum teh dengan cerita budaya Gong Fu Cha.

Permasalahan yang hendak dikaji dalam penelitian ini berfokus pada pengenalan Gong Fu Cha sebagai jembatan komunikasi budaya Tionghoa yang dilakukan oleh Pantjoran Tea House. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Gong Fu Cha sebagai medium komunikasi budaya dan komunikasi pemasaran dalam menciptakan pengalaman budaya di Pantjoran Tea House, serta menggali makna proses pengenalan Gong Fu Cha sebagai jembatan komunikasi antarbudaya antara masyarakat Indonesia yang multikultural. Dengan demikian, penelitian ini

diharapkan dapat memperkaya literatur komunikasi antarbudaya dengan mendalami peran ritual tradisional, konsep budaya Tionghoa, dan praktik komunikasi antarbudaya, sekaligus menjadi referensi akademis tentang komunitas Tionghoa-Indonesia. Selain itu, penelitian ini mendukung pelestarian Gong Fu Cha sebagai jembatan komunikasi budaya yang efektif dan memperkuat hubungan harmoni antar partisipannya khususnya partisipan etnis non-Tionghoa Indonesia melalui pemahaman budaya Tionghoa yang tercipta.

Teori yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Antarbudaya dan Teori Komunikasi Pemasaran. Komunikasi antarbudaya berlangsung ketika individu dari latar belakang budaya yang berbeda berinteraksi, yang membutuhkan penyesuaian dalam mengelola pesan dan menciptakan persepsi positif (Gudykunst dan Kim dalam Sumaryanto & Ibrahim, 2023). Menurut Anindita dan Reed dalam Malau (2017) tujuan utama komunikasi bisnis dalam pemasaran adalah untuk mempengaruhi melalui pemberian informasi, edukasi, membangun kesadaran, menumbuhkan minat terhadap kebutuhan, serta mendorong keinginan untuk membeli produk atau jasa. Kedua teori ini relevan dalam memahami bagaimana Gong Fu Cha dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan nilai-nilai budaya Tionghoa-Indonesia, menciptakan dialog yang adaptif, dan mendorong keharmonisan antar partisipannya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi. Penelitian yang dilakukan secara kualitatif memiliki ciri khas yang bertujuan pada mengeksplorasi dan menceritakan pengalaman individu yang terlibat dalam sebuah peristiwa (Sitasari, 2022). Etnografi adalah metode antropologi dengan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis unsur budaya suatu masyarakat. Menurut Koentjaraningrat, etnografi memberikan deskripsi holistik atau menyeluruh tentang kebudayaan etnis suatu suku bangsa (Reksiana, 2021).

Studi ini menggunakan metode penelitian dasar dan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema dalam data kualitatif. Analisis tematik adalah pendekatan yang berfungsi untuk mengenali, menganalisis, dan menjelaskan tema-tema yang muncul dalam data penelitian kualitatif (Nurislaminingsih et al., 2021). Analisis dilakukan dengan membaca transkrip wawancara, menemukan pola berulang, dan menghubungkannya dengan teori. Subyek penelitian adalah Pantjoran Tea House dan partisipannya yang terlibat dalam Gong Fu Cha di Pantjoran Tea House. Obyek penelitian ini adalah komunikasi budaya serta hasil komunikasi pemasaran yang terjadi selama praktik Gong Fu Cha di Pantjoran Tea House. Pemilihan subyek dan obyek penelitian ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap Gong Fu Cha dalam menciptakan pemahaman budaya antar partisipannya, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia yang multikultural.

Peneliti mengumpulkan data primer melalui observasi dan wawancara mendalam, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai permasalahan yang menjadi fokus penelitian (Christofer & Pribadi, 2021). Observasi yang dilakukan peneliti memberikan data empiris tentang interaksi antar etnis di Pantjoran Tea House. Menurut Hasan et al., (2022) penelitian yang menggunakan wawancara terbuka dan didukung oleh observasi mendalam digunakan untuk mengeksplorasi sikap, pandangan, perasaan dan perilaku

individu atau kelompok terhadap suatu hal atau kasus tertentu. Wawancara mendalam yang dilakukan peneliti memberikan eksplorasi penuh terhadap data pengalaman informan. Peneliti melakukan studi pustaka untuk memperkaya pemahaman teori dan hasil temuan studi serupa.

Data penelitian ini dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola interaksi sosial serta hubungan antar kelompok dalam konteks komunikasi antarbudaya, termasuk pertukaran nilai budaya dan pengalaman individu. Untuk memastikan validitas dan kredibilitas data, peneliti menggunakan triangulasi data. Metode ini melibatkan berbagai teknik, seperti observasi partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, dan kajian pustaka dari sumber yang sama. Pendekatan ini bertujuan untuk meminimalkan bias informasi. Selain itu, peneliti juga memastikan persetujuan etis dan persetujuan konsen dari narasumber untuk menjaga integritas data.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Hasil observasi menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Pantjoran Tea House, yang didominasi oleh kalangan menengah ke atas, cenderung memiliki motivasi untuk merasakan pengalaman Gong Fu Cha sambil menikmati suasana restoran yang bernuansa budaya Tionghoa. Banyak pelanggan, termasuk non-Tionghoa Indonesia dan turis mancanegara, mengabadikan momen melalui foto-foto dan membagikan pengalaman mereka di media sosial, yang kemudian sering diunggah ulang oleh akun Instagram resmi @pantjoran_tea. Selain menikmati makanan khas Tionghoa, mereka juga tertarik pada sejarah bangunan restoran dan memesan daun teh sebagai bagian dari praktik Gong Fu Cha.

Ninawati menjelaskan bahwa generasi muda Indonesia kini hidup dalam masyarakat yang lebih toleran dan multikultural, yang mencerminkan kemampuan untuk menerima perbedaan dan menghindari konflik etnis. Dalam konteks ini, Gong Fu Cha dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan budaya, memperkuat toleransi, dan menciptakan hubungan yang lebih harmonis bagi masyarakat Indonesia yang multikultural. Tidak hanya sekadar tradisi, upacara ini juga memperkenalkan filosofi dan nilai-nilai budaya Tionghoa yang dapat diterima oleh masyarakat luas, termasuk non-Tionghoa. Dalam konteks Teori Komunikasi Pemasaran yang dijelaskan Mubaraq et al. (2023) Gong Fu Cha menunjukkan bagaimana budaya Tionghoa dapat diterima oleh komunitas lain tanpa mengurangi identitasnya, menciptakan saling menghormati antar etnis. Ninawati juga menekankan bahwa upacara minum teh membuka ruang untuk dialog antarbudaya yang dapat memperkuat pemahaman dan toleransi.

Dalam perspektif Teori Komunikasi Antarbudaya oleh Gudykunst dalam Edy Sumaryanto dan Malik Ibrahim (2023) Gong Fu Cha berfungsi sebagai ruang interaksi yang memfasilitasi pertukaran antara individu dari latar belakang budaya berbeda, memperkenalkan nilai-nilai Tionghoa seperti kesabaran, kehormatan, dan kesetaraan. Kristiani & Setyo Utami (2019) menjelaskan bahwa komunikasi antarbudaya dilakukan oleh individu dengan latar belakang budaya yang berbeda. Dengan berbagi pengalaman dalam lingkungan yang terorganisir dan penuh perhatian, para peserta dapat merasakan kesamaan meskipun berasal dari budaya yang berbeda. Pantjoran Tea House mendorong pemahaman tentang budaya melalui pengalaman langsung, menjadi jembatan komunikasi antarbudaya di Indonesia.

Dalam konteks memperkenalkan budaya Tionghoa kepada masyarakat luas, Ninawati melihat upacara minum teh sebagai alat komunikasi yang efektif. Menurutnya, melalui upacara ini, partisipan dapat memahami filosofi dan nilai-nilai budaya Tionghoa. Ia menekankan Gong Fu Cha bisa menciptakan harmoni antar partisipannya terutama etnis non-Tionghoa Indonesia terhadap etnis Tionghoa, dengan cara pemberian pemahaman kepada masyarakat dan keterbukaan akan partisipannya yang tidak harus berasal dari komunitas Tionghoa. Pada upacara ini, orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda berbagi pengalaman serupa, yang membangun hubungan sosial yang lebih erat serta memperdalam rasa saling memahami.

Agus menyoroti pentingnya tradisi minum teh dalam menciptakan pemahaman budaya Tionghoa di kawasan Pantjoran Tea House. Di Pantjoran Tea House terdapat tradisi delapan teko teh yang disebut Patekoan. Tradisi ini dimulai oleh Kapitan Gan Djie bersama istrinya, secara rutin menyediakan delapan teko teh untuk masyarakat sekitar, termasuk para pedagang keliling. Delapan teko yang disediakan memiliki makna filosofis, di mana angka delapan yang tidak putus melambangkan keberuntungan dan keberlanjutan. Tradisi ini menekankan nilai-nilai kebersamaan, kesetaraan, dan harmoni, yang tetap dilestarikan hingga kini di Pantjoran Tea House.

Gambar 1. Tradisi Patekoan di Pantjoran Tea House



Sumber: Dokumentasi Penulis

Dengan menyediakan teh gratis bagi siapa saja yang lewat, termasuk pekerja proyek dan pengunjung dari berbagai latar belakang, Patekoan tidak hanya menghubungkan budaya Tionghoa, tetapi juga membuka ruang dialog antarbudaya yang inklusif (Gambar 1). Tradisi ini mencerminkan Teori Komunikasi Antarbudaya, yang menekankan pentingnya hubungan lintas budaya yang dapat diakses semua kelompok tanpa memandang etnis. Selain itu, Teori Komunikasi Pemasaran tercermin dalam kemampuan tradisi ini untuk membangun kesetaraan dan persatuan antar etnis yang berbeda, semuanya datang berkumpul ke Pantjoran Tea House untuk menikmati minuman teh yang disediakan.

Gambar 2. Kunjungan turis internasional



Sumber: Dokumentasi Penulis

Ketertarikan turis internasional dan pengunjung lokal yang kembali menunjukkan bagaimana praktik Gong Fu Cha berfungsi sebagai pengalaman edukatif yang memperkuat pemahaman antarbudaya serta alat diplomasi budaya (Gambar 2). Tradisi Patekoan juga tampak menjadi daya tarik turis. Dengan cara ini, Pantjoran Tea House menjadi agen budaya yang membangun jembatan komunikasi antar etnis, meningkatkan toleransi, dan merayakan multikulturalisme di Indonesia.

Wisnu menggambarkan bahwa Gong Fu Cha, lebih dari sekadar ritual, adalah simbol yang berpotensi besar dalam membangun komunikasi antarbudaya, menghormati tradisi, dan menyatukan berbagai komunitas. Gong Fu Cha, yang awalnya hanya dipraktikkan oleh kalangan terbatas, kini diterima luas, termasuk oleh kalangan non-Tionghoa. Upacara ini mengajarkan kesabaran, penghormatan, dan ketelitian, yang memberi dampak positif bagi yang mempelajarinya. Gong Fu Cha tidak hanya sebagai cara untuk menghormati orang yang lebih tua dan menunjukkan penghargaan terhadap tamu, tetapi juga sebagai bagian dari proses penyatuan keluarga, misalnya dalam acara lamaran (*sangjit*).

Pengalaman belajar tentang Gong Fu Cha menunjukkan bahwa tradisi ini mampu meningkatkan kesadaran akan keberagaman budaya dan menciptakan ruang dialog yang konstruktif. Meskipun ada pro-kontra, terutama terkait harga teh yang dianggap mahal, proses edukasi tentang manfaat teh dan teknik penyajiannya efektif dalam mengubah persepsi dan meningkatkan apresiasi terhadap budaya Tionghoa. Inisiatif seperti *workshop* di luar Jakarta berperan penting dalam memperkenalkan nilai-nilai ini lebih luas dan menciptakan saling pengertian yang lebih dalam antar komunitas.

Gambar 3. Pengunjung yang mengamati dan mendokumentasikan proses Gong Fu Cha



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Pentingnya Gong Fu Cha semakin terlihat saat pengunjung, termasuk non-Tionghoa, mengembangkan apresiasi terhadap teh setelah memahami proses penyajiannya. Hal ini menunjukkan potensi besar Gong Fu Cha sebagai sarana pembelajaran yang memperdalam pemahaman antarbudaya. Selain itu, dengan media sosial yang berperan besar dalam menyebarkan pengalaman tersebut, ketertarikan terhadap Gong Fu Cha mulai berkembang, bahkan di kalangan generasi muda. Ini mengindikasikan bahwa teknik penyajian teh ini telah berkembang dari tradisi menjadi tren budaya yang mempererat hubungan antar generasi dan komunitas. Ada ketertarikan dan transfer budaya yang terjadi ketika pengunjung datang ke Pantjoran Tea House dan mencoba Gong Fu Cha kemudian membeli peralatan dan teh untuk dicoba di rumah menunjukkan. Tidak hanya itu, pengunjung juga senang dengan praktik ini dan mengunggahnya ke sosial media, kemudian mendatangkan teman-temannya (Gambar 3).

Fia menggambarkan bagaimana Gong Fu Cha di Pantjoran Tea House berfungsi sebagai ruang yang efektif untuk memperkenalkan budaya Tionghoa kepada masyarakat luas, menjadi media komunikasi antarbudaya, dan pelestari tradisi. Gong Fu Cha dapat mendukung keharmonisan baik bagi pelanggan Tionghoa dan pelanggan non-Tionghoa Indonesia, maupun wisatawan mancanegara. Fia menjelaskan bahwa teh, khususnya Gong Fu Cha, mengajarkan kesetaraan dan keselarasan karena disajikan dalam porsi yang sama, dengan filosofi yang serupa. Hal ini menciptakan suasana di mana semua orang bisa belajar dan berbagi pengalaman.

Gambar 4. Pengalaman kelompok dalam Gong Fu Cha



Sumber: Dokumentasi Penulis

Saat individu, dua individu, atau lebih kelompok berkumpul dan berpartisipasi dalam ritual yang sama, mereka tidak hanya berbagi secangkir teh, tetapi juga membuka ruang untuk berbagi pengalaman, pemahaman, dan perspektif (Gambar 4). Ruang dialog yang terjadi selama upacara menciptakan ruang yang harmonis dan rasa menghormati keberagaman di mana kesamaan dan perbedaan budaya dapat dijelajahi dengan cara yang santun dan mendalam.

Gong Fu Cha tidak hanya menawarkan pengalaman menyenangkan dalam menikmati teh, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai seperti kesabaran, kehormatan, dan interaksi yang penuh harmoni. Pantjoran Tea House memberikan pengalaman

yang bisa diterima oleh banyak kalangan, dari yang sudah familiar dengan budaya Tionghoa hingga yang baru pertama kali terpapar. Pengenalan teh sebagai lebih dari sekadar minuman, tetapi sebagai bagian dari tradisi dan simbol budaya, menjadi alat komunikasi yang mendalam yang membangun jembatan komunikasi antar etnis, meningkatkan toleransi, dan merayakan multikulturalisme masyarakat Indonesia.

Di Pantjoran Tea House, minat pengunjung lokal non-Tionghoa Indonesia sangat besar dikarenakan sensasi pengalaman Gong Fu Cha, makanan yang ditawarkan, dan suasana bangunan seperti masa lampau China. Pengunjung Tionghoa di Pantjoran Tea House cenderung lebih fokus untuk menikmati teh dan berbagi pengalaman dengan tamu atau keluarga, karena mereka sudah mengenal Gong Fu Cha dan tujuannya.

Pantjoran Tea House, dengan fokus pada pengalaman teh autentik, berhasil menciptakan ruang saling menghormati yang mendorong pemahaman antarbudaya, meskipun terkadang penjelasan tentang filosofi teh bisa terasa membosankan bagi pengunjung yang hanya tertarik sekilas. Praktik ini berpotensi menjadi jembatan budaya yang memperkenalkan lebih dalam tentang budaya Tionghoa. Perubahan yang terjadi pada pengunjung setelah mengalami Gong Fu Cha adalah mereka jadi lebih memahami berbagai jenis teh dan manfaat kesehatannya, terutama bagi yang non-Tionghoa. Beberapa pengunjung kembali lagi atau mengajak teman-temannya untuk mencoba, karena pengalaman ini terbilang unik di Jakarta.

4. Simpulan

Gong Fu Cha menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan budaya Tionghoa kepada masyarakat luas, terutama dengan daya tariknya yaitu pengalaman langsung. Sebagai bagian dari tradisi yang mengajarkan penghormatan dan kesabaran, upacara ini membuka ruang untuk interaksi antarbudaya yang mendalam. Upacara ini memfasilitasi dialog antara partisipannya untuk bertukar pengalaman, mendukung harmonisasi, toleransi, dan penghargaan terhadap keragaman budaya. Pantjoran Tea House memanfaatkan pendekatan yang inklusif berhasil memanfaatkan Gong Fu Cha ini sebagai sarana komunikasi antar budaya untuk membangun keharmonisan antar etnis melalui pemahaman dan rasa kesetaraan yang didapatkan oleh partisipannya.

Pantjoran Tea House berperan dalam memperkenalkan dan memperkuat hubungan harmoni budaya bagi partisipannya dengan menawarkan pengalaman budaya Gong Fu Cha yang mengedepankan kesetaraan dan saling menghormati antar etnis. Gong Fu Cha, lebih dari sekadar minuman, menjadi simbol kesetaraan dan keselarasan. Hal ini memungkinkan semua pengunjung, baik Tionghoa, non-Tionghoa, maupun wisatawan mancanegara, untuk merasakan pengalaman yang setara. Dengan mempertemukan berbagai latar belakang budaya, tercipta interaksi yang harmonis dan meningkatnya apresiasi terhadap keberagaman.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Adhimas, Y. B., & Aulia, A. S. (2023). Tradisi Minum Teh sebagai Kebudayaan Etnis Tionghoa dan Eksistensinya di Masa Kini Studi Observasi Masyarakat Etnis Tionghoa Glodok Jakarta Barat. *Bambuti*, 5(1), 39–48. <https://doi.org/10.53744/bambuti.v5i1.50>
- Aminullah, Lestari, P., & Tripambudi, S. (2015). Model Komunikasi Antar Budaya Etnik Madura dan Etnik Melayu. *Jurnal AspiKom*, 2(4), 272–281. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24329/aspiKom.v2i4.77>
- Christofer, D., & Pribadi, M. A. (2021). Interaksi Simbolik dalam Word of Mouth Untuk Mengenalkan Iphone di Kalangan Persahabatan (Studi Etnografi Teori Peran Pengambilan Keputusan dalam Lingkungan Persahabatan). *Prologia*, 5(1), 15–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8075>
- Debnath, B., Haldar, D., & Purkait, M. K. (2021). Potential and Sustainable Utilization Of Tea Waste: A Review on Present Status and Future Trends. *Journal of Environmental Chemical Engineering*, 9(106179). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jece.2021.106179>
- DeVito, J. A. (2017). *Human Communication: The Basic Course* (14th ed.). Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=J-n0DQAAQBAJ>
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Rakhman, C. U., Ratnaningsih, P. W., Inanna, Mattunruang, A. A., Herman, Nursaeni, Yusriani, Nahriana, Silalahi, D. E., Hasyim, S. H., Rahmat, A., Ulfah, Y. F., & Arisah, N. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Tahta Media. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/182/179>
- Hasibuan, E. J., & Muda, I. (2018). Komunikasi Antar Budaya pada Etnis Gayo dengan Etnis Jawa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 3(2), 106–113. <https://doi.org/10.31289/simbolika.v3i2.1456>
- Kristiani, R., & Setyo Utami, L. S. (2019). Hambatan Komunikasi Antarbudaya Pekerja Asing yang Bekerja di Jakarta. In *Koneksi* (Vol. 3, Issue 2, pp. 336–343). <https://doi.org/10.24912/kn.v3i2.6370>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. ALFABETA.
- Mubaraq, L. F., Sultan, S., & Arifin, S. (2023). Koeksistensi dan Dominasi: Mengurai Dinamika Praktik Pertanian di Kabupaten Soppeng. *Development Policy and Management Review (DPMR)*, 3(2), 101–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.61731/dpmr.v3i2.31229>
- Nurislamingsih, R., Sukaesih, & Winoto, Y. (2021). Manajemen Pengetahuan dan Perpustakaan: Analisis Tematik di Google Scholar. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 5(1), 63–74. <https://doi.org/10.14710/anuva.5.1.63-74>
- Reksiana, R. (2021). Model dan Pemanfaatan Penelitian Etnografi dalam Dunia Pendidikan. *Almarhalah | Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 199–221. <https://doi.org/10.38153/alm.v5i2.63>
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten dan Analisa Tematik dalam Penelitian Kualitatif. *Forum Ilmiah*, 19(1), 77–84. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23187-11_2247

- Sumaryanto, E., & Ibrahim, M. (2023). Komunikasi Antar Budaya dalam Bingkai Teori-Teori Adaptasi. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 42–51. <https://nusantarahasanajournal.com/index.php/nhj/article/view/895/744>
- Wulandari, R., & Luthfi, M. (2022). Pola Komunikasi Antarbudaya dalam Menjalin Keharmonisan Hidup Bermasyarakat Suku Jawa di Lingkungan IX Kelurahan Mabar Hilir. *Network Media*, 5(1), 17. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/jnm.v5i1.1828>