

**FPIPS:No. 1262/UN40.A2.11/PP/2019**

**RESOLUSI KONFLIK DALAM KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA  
ANTARETNIS PEDAGANG-PEMBELI DI PASAR BARU *TRADE*  
*CENTER* BANDUNG**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Konsentrasi *Public Relation*



**Disusun Oleh :**

Intan Noersynthia Sari Busri

NIM 1503853

**PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2019**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**RESOLUSI KONFLIK DALAM KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA  
ANTARETNIS PEDAGANG-PEMBELI DI PASAR BARU TRADE  
CENTER BANDUNG**

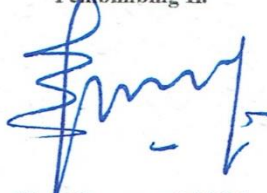
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si.**  
NIP. 196604251992032002

**Pembimbing II.**



**Welsi Damayanti, M.Pd**  
NIP: 198212222009122001

Mengetahui,  
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia



**Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.**  
NIP. 196209261989041001

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi/tesis/disertasi dengan judul **“Resolusi Konflik dalam Komunikasi Lintas Budaya Antaretnis Pedagang-Pembeli di Pasar Baru *Trade Center* Bandung”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 12 Juli 2019

Yang membuat pernyataan

**Intan Noersynthia Sari Busri**

**NIM. 1503852**

## ABSTRAK

Dalam kehidupan masyarakat, pasar menjadi salah satu bagian yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas hidup masyarakat karena pada dasarnya pasar merupakan suatu perwujudan dari sebuah kebudayaan yang telah diciptakan oleh manusia. Pasar sebagai sendi perekonomian rakyat juga memungkinkan manusia dari aneka latar belakang budaya bertatap muka dan berkomunikasi secara langsung. Kehadiran orang-orang yang berasal dari berbagai etnis tersebut akan cenderung mendatangkan potensi konflik yang berbeda. Sebagai salah satu pasar yang memiliki jumlah pedagang dan ruang dagang yang paling banyak dibandingkan dengan pasar-pasar lainnya yang berada di Kota Bandung, menjadikan Pasar Baru sebagai lahan usaha bagi para pedagang yang datang dari berbagai daerah baik dari Indonesia maupun luar negeri. Pasar Baru juga banyak dikunjungi oleh pembeli dari berbagai daerah di Indonesia termasuk dari luar negeri. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis yang dilakukan pedagang-pembeli pada saat bertransaksi jual-beli. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah kualitatif dengan metode studi kasus, yang dalam pemilihan informan menggunakan *snowball sampling*. Informan utama dari penelitian ini adalah pedagang dan pembeli yang berasal dari etnis berbeda dari dalam dan luar negeri. Pokok pembahasan penelitian ini akan memaparkan konflik yang terjadi antara pedagang-pembeli. Lalu, akan dilanjutkan dengan mengidentifikasi resolusi konflik yang dilakukan oleh pedagang-pembeli. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konflik yang terjadi antara pedagang-pembeli antaretnis berdasarkan teori eksplorasi budaya diantaranya terkait perbedaan bahasa dan pertentangan dalam tawar menawar yang bersumber dari cara komunikasi, emosi, dan kebutuhan. Adapun resolusi konflik dalam komunikasi lintas budaya antaretnis yang dilakukan pedagang-pembeli yaitu dengan strategi *non-assertive assimilation*, *aggressive assimilation*, *non-assertive accomodation*, *assertive accomodation* dan *non-assertive separation*.

**Kata kunci:** konflik antaretnis, komunikasi lintas budaya, resolusi konflik, identitas etnis, teori ko-kultural, pedagang-pembeli

## **ABSTRACT**

*The market becomes an inseparable part of the society's activities because it basically is an embodiment of human culture. The market as a joint economy of the people also allows people from various cultural backgrounds to communicate face to face. The presence of people from various ethnic groups will potentially bring conflicts. As one of the markets with the highest number of traders and the largest trading space compared to other markets in the city of Bandung, Pasar Baru is a business area for traders from various regions, both from Indonesia and abroad. Pasar Baru is also visited by many buyers from various regions in Indonesia, including from abroad. This research focuses on finding about conflict resolutions in the intercultural communication between traders and buyers of different ethnicities during trading. It adopted a qualitative approach with a case study method, using snowball sampling to gain a number of informants. The main informants of this study were traders and buyers of different ethnicities from Indonesia and abroad. The research paper will first describe the conflicts between traders and buyers and proceed to identifying the conflict resolutions used by the buyers and traders. The findings show that the interethnic conflicts between traders and buyers, based on the theory of cultural exploration, are related to language differences and disagreements in bargaining that stem from ways of communicating, emotions, and needs. The strategies for interethnic conflict resolutions used by the traders and buyers in their intercultural communication include the non-aggressive assimilation, aggressive assimilation, non-assertive accommodation, assertive accommodation, and non-assertive separation strategies.*

**Keywords:** *interethnic conflict, intercultural communication, conflict resolution, ethnic identity, co-cultural theory, buyers-traders*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH. ....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>1.5 Struktur Penulisan Skripsi .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Konflik.....</b>	<b>9</b>
2.1.1 Definisi Konflik .....	9
2.1.2 Sumber Konflik.....	11
2.1.2.1 Komunikasi.....	11
2.1.2.2 Emosi.....	12
2.1.2.3 Nilai .....	12
2.1.2.4 Struktur .....	13
2.1.2.5 Sejarah .....	13
2.1.2.6 Kebutuhan.....	14
2.1.3 Konflik Lintas Budaya Antaretnis.....	14

<b>2.2 Resolusi Konflik.....</b>	<b>16</b>
2.2.1 Definisi Resolusi Konflik.....	16
2.2.2 Resolusi Konflik Pedagang-Pembeli.....	18
2.2.3 Hubungan Jual-Beli Antaretnis.....	19
<b>2.3 Teori Ko-Kultural.....</b>	<b>20</b>
2.3.1 Definisi Ko-Kultural.....	20
2.3.2 Strategi Komunikasi Ko-Kultural.....	21
2.3.2.1 Asimilasi ( <i>Assimilation</i> ).....	22
2.3.2.2 Akomodasi ( <i>Accomodation</i> ).....	25
2.3.2.3 Pemisahan ( <i>Separation</i> ).....	28
<b>2.4 Komunikasi Lintas Budaya.....</b>	<b>29</b>
2.4.1 Komunikasi dan Budaya.....	29
2.4.2 Definisi Komunikasi Lintas Budaya.....	30
2.4.3 Hambatan Komunikasi Lintas Budaya.....	31
<b>2.5 Komunikasi Lintas Budaya Antaretnis.....</b>	<b>33</b>
2.5.1 Definisi Komunikasi Lintas Budaya Antaretnis.....	33
2.5.2 Definisi Identitas Etnis.....	34
<b>2.6 Teori Identitas Etnis.....</b>	<b>35</b>
2.6.1 <i>Self-categorization</i> .....	35
2.6.2 <i>Commitment and attachment</i> .....	36
2.6.3 <i>Exploration</i> .....	36
2.6.4 <i>In-group attitudes</i> .....	37
2.6.5 <i>Ethnic values and beliefs</i> .....	38
2.6.6 <i>Importance or salience of group membership</i> .....	38
2.6.7 Hubungan Identitas Etnis dengan Identitas Nasional.....	39
<b>2.7 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>40</b>
<b>2.8 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan</b>	
<b>permasalahan peneliti.....</b>	<b>44</b>
<b>2.9 Kerangka Berpikir.....</b>	<b>46</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Desain Penelitian.....</b>	<b>47</b>
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	47

3.1.2 Metode Penelitian.....	47
<b>3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>48</b>
3.2.1 Partisipan Penelitian .....	48
3.2.2 Tempat Penelitian.....	49
<b>3.3 Instrumen Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>51</b>
3.4.1 Data Primer .....	51
3.4.2 Data Sekunder .....	52
<b>3.5 Prosedur Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>54</b>
<b>3.7 Uji Keabsahan Data.....</b>	<b>55</b>
<b>3.8 Isu Etik .....</b>	<b>55</b>
<b>3.9 Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>81</b>
<b>4.1 Deskripsi Tempat Penelitian.....</b>	<b>81</b>
<b>4.2 Profil Informan.....</b>	<b>82</b>
<b>4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....</b>	<b>86</b>
<b>4.3.1 Identitas Etnis.....</b>	<b>86</b>
4.3.1.1 <i>Self-categorization</i> .....	87
4.3.1.2 <i>Commitment and attachment</i> .....	89
4.3.1.3 <i>Exploration</i> .....	93
4.3.1.4 <i>In-group attitudes</i> .....	110
4.3.1.5 <i>Ethnic values and beliefs</i> .....	115
4.3.1.6 <i>Importance or salience of group membership</i> .....	119
4.3.1.7 Hubungan Identitas Etnis dan Identitas Nasional .....	123
<b>4.3.2 Strategi Komunikasi Ko-Kultural .....</b>	<b>129</b>
4.3.2.1 Strategi Asimilasi Non-Asertif .....	129
4.3.2.2 Strategi Asimilasi Asertif .....	138
4.3.2.3 Strategi Asimilasi Agresif.....	144
4.3.2.4 Strategi Akomodasi Non-Asertif .....	147
4.3.2.5 Strategi Akomodasi Asertif .....	151
4.3.2.6 Strategi Akomodasi Agresif .....	156



4.3.2.7 Strategi Pemisahan Non-Asertif .....	159
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>168</b>
<b>5.1 Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi .....</b>	<b>168</b>
5.1.1 Konflik lintas budaya antaretnis yang terjadi antara pedagang-pembeli .....	168
5.1.1.1 <i>Exploration</i> (eksplorasi budaya) .....	168
5.1.1.1.1 Komunikasi .....	168
5.1.1.1.2 Emosi .....	170
5.1.1.1.3 Kebutuhan .....	171
5.1.1.2 Implikasi dan Rekomendasi .....	171
5.1.2 Resolusi konflik lintas budaya antaretnis pedagang–pembeli .....	171
5.1.2.1 <i>Non-Assertive Assimilation</i> .....	171
5.1.2.2 <i>Aggresive Assimilation</i> .....	172
5.1.2.3 <i>Non-Assertive Accomodation</i> .....	173
5.1.2.4 <i>Assertive Accomodation</i> .....	173
5.1.2.5 <i>Non-Assertive Separation</i> .....	174
5.1.2.6 Implikasi dan Rekomendasi .....	175
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>176</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> <i>Co-cultural Communication Strategies</i> .....	22
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu.....	40
<b>Tabel 3.1</b> Informan Penelitian .....	49
<b>Tabel 3.2</b> Pertanyaan Penelitian Informan Utama Pedagang .....	56
<b>Tabel 3.3</b> Pertanyaan Penelitian Informan Utama Pembeli.....	68
<b>Tabel 4.1</b> Temuan <i>Self-categorization</i> Pedagang-Pembeli .....	89
<b>Tabel 4.2</b> Temuan <i>Commitment and attachment</i> Pedagang.....	91
<b>Tabel 4.3</b> Temuan <i>Commitment and attachment</i> Pembeli .....	93
<b>Tabel 4.4</b> Temuan <i>Exploration</i> Pengalaman Pedagang-Pembeli Bertransaksi dengan Etnis Lain.....	95
<b>Tabel 4.5</b> Temuan <i>Exploration</i> Pengalaman <i>Culture Shock</i> Pedagang.....	97
<b>Tabel 4.6</b> Temuan <i>Exploration</i> Pengalaman <i>Culture Shock</i> Pembeli .....	99
<b>Tabel 4.7</b> Temuan <i>Exploration</i> Pengalaman Konflik Pedagang .....	105
<b>Tabel 4.8</b> Temuan <i>Exploration</i> Pengalaman Konflik Pembeli .....	106
<b>Tabel 4.9</b> Temuan <i>In-group attitudes</i> Pedagang.....	112
<b>Tabel 4.10</b> Temuan <i>In-group attitudes</i> Pembeli .....	114
<b>Tabel 4.11</b> Temuan <i>Ethnic values and beliefs</i> Pedagang.....	117
<b>Tabel 4.12</b> Temuan <i>Ethnic values and beliefs</i> Pembeli .....	119
<b>Tabel 4.13</b> Temuan <i>Importance or salience of group membership</i> Pedagang- Pembeli .....	122
<b>Tabel 4.14</b> Temuan Hubungan Identitas Etnis dengan Identitas Nasional Pedagang.....	126
<b>Tabel 4.15</b> Temuan Hubungan Identitas Etnis dengan Identitas Nasional Pembeli .....	128
<b>Tabel 4.16</b> Temuan Asimilasi Non-Asertif Pedagang .....	133
<b>Tabel 4.17</b> Temuan Asimilasi Non-Asertif Pembeli .....	136
<b>Tabel 4.18</b> Temuan Asimilasi Asertif Pedagang .....	141
<b>Tabel 4.19</b> Temuan Asimilasi Asertif Pembeli .....	143
<b>Tabel 4.20</b> Temuan Asimilasi Agresif Pedagang .....	146
<b>Tabel 4.21</b> Temuan Asimilasi Agresif Pembeli.....	147

<b>Tabel 4.22</b> Temuan Akomodasi Non-Asertif Pedagang .....	149
<b>Tabel 4.23</b> Temuan Akomodasi Non-Asertif Pembeli .....	151
<b>Tabel 4.24</b> Temuan Akomodasi Asertif Pedagang .....	155
<b>Tabel 4.25</b> Temuan Akomodasi Asertif Pembeli .....	151
<b>Tabel 4.26</b> Temuan Akomodasi Agresif Pedagang .....	158
<b>Tabel 4.27</b> Temuan Akomodasi Agresif Pembeli.....	159
<b>Tabel 4.28</b> Temuan Pemisahan Non-Asertif Pedagang .....	161
<b>Tabel 4.29</b> Temuan Pemisahan Non-Asertif Pembeli .....	163
<b>Tabel 4.30</b> Temuan Konflik yang dialami Pedagang-Pembeli .....	165
<b>Tabel 4.31</b> Perbandingan Resolusi Konflik Pedagang-Pembeli .....	166

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aw, Suranto. (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Creswell, W. Jhon. (2009). *Research Desain (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches). Third Editions*. London: Sage Publication.
- Creswell, W. Jhon. (2014). *Research Desain (Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches). 4th Ed*. London: Sage Publication.
- Hurn, Brian J. & Tomalin, Barry. (2013). *Cross- Cultural Communication Theory and Practice*. New York: Palgrave Macmillan.
- Lustig, Myron W & Koester Jolene. (2010). *Intercultural Competence: Interpersonal Communication across Culture*. Boston: Pearson Education, Inch.,
- Martin, Judith N. & Nakayama, Thomas K. (2010). *Intercultural Communication in Contexts*, New York: The McGraw Hills Companies.
- Martin, Judith N & Nakayama, Thomas K. (2014). *Experiencing Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Mayer, Bernard. (2000). *The Dynamics of Conflict Resolution: A Practitioner's Guide*. San Fransisco: Jossey-Bass
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications.
- Mindness, Anna. 2006. *Reading Between The Signs*. Intercultural Press.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy & Rakhmat, Jalaluddin. (2010). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Method..* Beverly Hills, CA: Sage
- Porter, R. & Samovar, L. (1985). Approaching intercultural communication. In L. Samovar and R. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader* (4th ed.), Belmont, California: Wadsworth.
- Priandono, Tito Edy. (2016). *Komunikasi Keberagaman*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Samovar, Larry dkk. (2010). *Communication Between Cultures*. Wadsworth Learning.
- Ting-Toomey, Stella. (1999). *Communication Across Cultures*. The Guilford Press.
- Wood, Julia T. (2008). *Communication in Our Lives*. Wadsworth.
- Wood, Julia T. (2013). *Interpersonal Communication*. The British Council. Flinders University
- Yin, Robert K. (1994). *Case Study Research*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Yin, Robert K. (2011). *Qualitative Research From Start to Finish*. New York: The Guilford Press.

## Jurnal

- Appelbaum, Steven H, Shapiro, Barbara dan Elbaz, David. (1998). The Management Of Multicultural Group Conflict. *Journal Team Performance Management*. Vol. 4 No. 5.
- Ardianti, Dhini. (2017). Pola Komunikasi Antarbudaya Pedagang Etnis Cina dan Sunda di Kota Bandung. *Jurnal Retorika*. Vol 9.
- Bradford, Kevin D., dan Barton, Weitz. (2009). Salespersons' Management of Conflict in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Personal Selling and Sales Management*. 29 (1), 25-42.
- Bobot, lionel. (2010). Conflict Management in Buyer-Seller Relationships. *Conflict Resolution Quarterly*. Vol. 27, No. 3.
- Bush, Victoria D et al., (2001). Managing Culturally Diverse Buyer-Seller Relationships: The Role of Intercultural Disposition and Adaptive Selling in Developing Intercultural Communication Competence. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 29, No. 4.
- Camara, S. K., & Orbe, M. P. (2010). Analyzing Strategic Responses to Discriminatory Acts: A Co-Cultural Communicative Investigation. *Journal of International and Intercultural Communication*. 3(2), 83–113.
- Crescentini, A. dan Mainardi, G. (2009). Qualitative research articles: guidelines, suggestions and needs. *Journal of workplace learning*. 21(5), 431-439. UK: Emerald Publishing Limited.
- Creswell, dkk. (2007) Qualitative Research Designs: Selection and Implementation THE COUNSELING PSYCHOLOGIST, Vol. 35 No. 2, 236-264
- Wood Freeman, Susan. (2003). The Management Of Conflict In Buyer-Seller Relationships: A Case Study Of An Australian Exporter In Asian And Us Markets. *Academy of Management Journal*. Vol. 8, No. 2, 109–132. Monash University Australia.
- Folberg, Jay dan Taylor, A. (1984). *Mediation: A Comprehensive Guide to Resolving Conflicts without Litigation*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Guest, G, Bunce, A dan Johnson, L. (2006). How Many Interviews Are Enough? An Experiment With Data Saturation And Variability. *Field Methods*. 18(2).
- Hadawiyah. (2016). Komunikasi Antarbudaya Pasangan Beda Etnis (Studi Fenomenologi Pasangan beda Etnis Suku Sulawesi – Jawa di Makassar). *Jurnal Lentera Komunikasi*. Vol.2 No.1.
- Hammer, M.R. (2009). Solving Problems and Resolving Conflict Using the Intercultural Conflict Style Model and Inventory. In M.A. Moodian (Ed.). *Contemporary Leadership and Intercultural Competence* (Ch.17, pp. 219-232). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Heridiansyah, Jefri. (2014). Manajemen Konflik dalam sebuah Organisasi. *Jurnal STIE Semarang*. Vol 6, No. 1, edisi Februari 2014.
- Johns, Drew. (2010). Insider – Managing Conflict in the Buyer-Seller Relationship. Keller Center Research Report. Baylor University.
- Latham, J.R. (2013). A Framework For Leading The Transformation To Performance Excellence Part I: CEO Perspectives On Forces, Facilitators, and Strategic Leadership Systems. *Quality Management Journal*. 20(2).

- Leonard, Karen. M, Scotter, James R, Van, dan Pakdil, Fatma. (2009). Culture and Communication: Cultural Variations and Media Effectiveness. *Journal Administration & Society*. 41(7) 850 –877.
- Lestari, Puji, dkk. (2011). Kompetensi Komunikasi Bisnis Lintas Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 9, No 3.
- Narayandas, Das, dan Rangan V. Kasturi. (2004). Building and Sustaining Buyer–Seller Relationships in Mature Industrial Markets. *Journal of Marketing*, 68, 3 (July), 63–77.
- Nurjannah, Suwatno, dan Damayanti, Welsi. (2017). Komunikasi *Corporate Social Responsibility* pada Official Website Perusahaan Badan Usaha Milik Negara. *Jurnal ASPIKOM*. Volume 3 Nomor 2. hlm 311-325.
- Orbe, M. P. (1996). Laying the foundation for co-cultural communication theory: An inductive approach to studying “non-dominant” communication strategies and the factors that influence them. *Communication Studies*. Volume 47 Nomor 3. hlm 157–176.
- Patrick, H. A., dan Kumar, V. R. (2012). Managing Workplace Diversity: Issues and Challenges. *SAGE Open* (April-June), 1-16.
- Phinney, Jean S. dan Ong, Anthony D. (2007). Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions. *Journal of Counseling Psychology*.
- Riyanti, Puji. (2013). Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Tradisional. *Jurnal Komunitas*. 5 (1) (2013) : 53-63.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Wani, Hilal Ahmad. 2011. Understanding Conflict Resolution. *International Journal of Humanities and Political Science*. Vol. 1 No. 2, hal. 104-111.

### **Internet**

- Aminullah, Erman. (2016). Tiga Pilar Kode Etika Ilmu Pengetahuan. LIPI: *Indonesia Institute of Sciences*. Diakses dari <http://pusbindiklat.lipi.go.id/wp-content/uploads>.
- Teguh, Irfan. (2018). Sejarah Pasar Baru Bandung: Utang, Foya-foya, dan Pembunuhan. Diakses dari <https://tirto.id/sejarah-pasar-baru-bandung-utang-foya-foya-dan-pembunuhan-cXWB>.