

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan kajian Antropologi, Indonesia memiliki lebih dari 500 suku dan sub suku bangsa dengan ciri kebudayaan, dan bahasanya sendiri (Zulyani Hidayah, dalam Ensiklopedi Suku Bangsa Indonesia, 1997.) Setiap suku bangsa ini dapat dikatakan memiliki satu daerah asal, pengalaman sejarah dan nenek moyang. Suku bangsa atau etnis adalah golongan sosial yang memiliki ciri-ciri tersendiri berdasarkan karakter budaya mereka masing-masing. Dari berbagai macam budaya di Indonesia terciptalah moto: *Bhinneka Tunggal Ika* (berasal dari bahasa Jawa kuno yang berarti berbeda-beda tetapi tetap satu).

Salah satu suku bangsa yang ada di Indonesia ini adalah suku bangsa Tionghoa. Leluhur suku Tionghoa yang berasal dari negara Tiongkok bermigrasi ke negara-negara di Asia Tenggara sejak ribuan tahun lalu, terutama pada abad 16-19. Tujuan utama mereka singgah ke Indonesia adalah untuk berdagang. Salah satu negara di Asia Tenggara yang disinggahi untuk berdagang adalah Indonesia. Pedagang-pedagang Tionghoa tersebut pun memutuskan untuk menetap dan menikahi wanita setempat. Sebagian lagi kembali ke Tiongkok. Lama-lama, mereka pun membaur dengan masyarakat asli Indonesia, sehingga terjadi asimilasi serta akulturasi budaya. Sejak Indonesia merdeka, orang Tionghoa yang berkewarganegaraan Indonesia digolongkan sebagai salah satu suku dalam lingkup nasional Indonesia sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan. Kurang lebih, 1.45-2.04% dari total penduduk Indonesia adalah suku Tionghoa. (Marzali, 2011)

Dewasa ini masyarakat Tionghoa di Indonesia telah banyak yang berbaur dan hidup di tengah masyarakat luas. Hal ini sedikit banyak memengaruhi *value* yang di pegang oleh

masyarakat Tionghoa Indonesia, dimana kebudayaan mereka mengalami pergeseran dari adanya adaptasi terhadap budaya lain.

Budaya masyarakat Tionghoa di Indonesia sangatlah beragam, salah satunya adalah *Chinese food* yang di Indonesia sangatlah mudah ditemukan, dari restoran khusus hingga *vendor* kecil di *mall*, Chinese food adalah salah satu makanan yang digemari banyak orang di Indonesia, ada beberapa tradisi menyangkut makanan yang biasa dilakukan oleh orang Tionghoa, misalnya memakan mie yang tidak putus untuk melambangkan umur panjang, atau makan makanan empuk di pagi hari agar hidupnya tidak “keras” dan sebagainya. Banyak juga budaya asal Tiongkok yang sekarang menjadi hal yang sering ditemukan di Indonesia seperti obat-obatan tradisional, terapi akupunktur, dan olahraga bela diri kungfu, Tai Chi dan sebagainya. Masyarakat Tionghoa di Bandung juga sudah banyak yang tidak bisa menggunakan bahasa Mandarin, banyak yang sehari-hari menggunakan bahasa Indonesia (walaupun ada juga yang menggunakan beberapa bahasa daerah yang dicampur dengan bahasa Indonesia seperti penyebutan *ceceng*, *ceban* untuk uang dan sebagainya). Sistem kepercayaan masyarakat Tionghoa saat ini banyak yang memegang agama Katolik dan Kristen, walaupun masih ada yang memegang agama leluhur yaitu *Budhism* dan *Taoism*. Selain itu masyarakat Tionghoa sangat menghargai usaha seseorang (terutama dalam berdagang/ berbisnis).

Saat ini upacara adat tradisi masyarakat Tionghoa juga sering dilakukan dan diperingati di Indonesia sebagai contoh hari raya tahun baru imlek, festival kue bulan, upacara *cheng beng* (bersembahyang dan ziarah sesuai ajaran Kong Hu Cu). Banyak juga tatakrama dan cara melakukan kegiatan yang mengikuti ajaran lama seperti jika ingin memberi barang / sesuatu sebaiknya menggunakan kantong berwarna merah, jika ada anggota keluarga dekat yang meninggal, dalam jangka waktu tertentu anggota keluarga terdekat tidak

diperbolehkan untuk mandi dan berbagai tata cara lainnya. Hal-hal di atas mencerminkan *value* dari kebudayaan mereka.

Beberapa *value* yang masih kuat terasa dari masyarakat Tionghoa di Indonesia adalah kerja keras, tidak mudah putus asa, hidup dengan hemat, menjaga kesucian, menjaga hubungan dengan kerabat, menghormati orang tua, menjaga *image* / gengsi, atau mengejar pendidikan. Ada juga ajaran-ajaran lama masyarakat Tionghoa menganjurkan seseorang untuk makan makanan lembut di pagi hari agar hidupnya tidak keras, mempercayai *feng shui* untuk mengolah keseimbangan / keharmonian lingkungan sekitar, dan sebagainya, namun saat ini banyak anak muda Tionghoa yang menganggap ajaran itu kuno dan tidak praktis. Maka dari itu masyarakat Tionghoa di Indonesia melakukan strategi-strategi akulturasi demi beradaptasi dengan lingkungan di sekitar mereka.

Strategi-strategi akulturasi merupakan cara-cara individu (atau kelompok) yang sedang berakulturasi ingin berhubungan dengan masyarakat. Berry (1999). Dalam hal ini masyarakat Tionghoa beradaptasi dan terpengaruh oleh budaya luar dari budaya milik sendiri dan mengintegrasikannya dengan budaya sendiri. Sebagai contoh banyak masyarakat Tionghoa saat ini memegang kepercayaan Kristen / Katolik (bukan Buddha, Taoisme / Confusianisme seperti orang Tionghoa totok). Dengan semakin seringnya berinteraksi dengan budaya lain maka proses ini lebih mudah terjadi dan semakin mengikis tradisi asli dari kebudayaan Tionghoa.

Salah satu situasi dimana masyarakat Tionghoa berhubungan dengan masyarakat dengan kebudayaan lain adalah di masa perkuliahan, karena pada masa ini di dalam perkuliahan seseorang akan mengenal beragam suku dan budaya dengan *value* masing-masing yang bercampur di Universitas. Selain itu pendidikan di Universitas juga dapat memengaruhi pengajaran asli masyarakat Tionghoa sebagai contoh: nilai kekristenan dalam

universitas Kristen atau nilai keislaman dari universitas Islam bisa saja memengaruhi budaya dan nilai-nilai ajaran pada mahasiswa etnis Tionghoa.

Universitas “X” adalah sebuah universitas kristen swasta dimana universitas ini memiliki banyak mahasiswa dengan berbagai macam latar belakang kebudayaan. Universitas ini banyak dipilih oleh mahasiswa dari luar kota Bandung yang merantau untuk menuntut ilmu. Dari interaksi antar budaya ini bisa terjadi mahasiswa etnis Tionghoa berinteraksi dengan budaya lain dan saling memengaruhi, sebagai contoh: sangat bisa seorang mahasiswa etnis Tionghoa yang memegang kuat *value* ajaran budha berinteraksi dengan temannya yang beragama Kristen dan mengadopsi nilai nilai / *value* kekristenan. Atau dari budaya yang konservatif bisa terpengaruh oleh pergaulan dan menjadi senang dengan dunia malam. Selain itu *value* dari universitas “X” itu sendiri bisa memengaruhi mahasiswa etnis Tionghoa.

Value yang diimplementasikan di universitas “X” adalah 1. *Care* (kepedulian) dimana mahasiswa dituntut untuk memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya. 2. *Integrity* (integritas) dimana mahasiswa dituntut memiliki konsistensi dan keteguhan. 3. *Excellence* (terbaik) dimana mahasiswa dituntut untuk berusaha sebaik bisa dalam kehidupannya. Dengan penanaman *value* ini sejak awal perkuliahan, mahasiswa bisa mengadopsi *value* tersebut. Selain itu universitas “X” memiliki fakultas dan jurusan yang berbeda-beda, hal ini juga bisa memengaruhi *value* dari mahasiswa.

Hal ini menimbulkan beberapa pertanyaan dari peneliti mengenai *value* atau nilai-nilai yang dianggap paling penting oleh mahasiswa Tionghoa pada universitas “X”, *Value* atau nilai dapat diartikan sebagai *belief* yang mengarah pada keadaan akhir atau tingkah laku yang di harapkan, pedoman untuk menyeleksi atau mengevaluasi tingkah laku atau kejadian, yang disusun berdasarkan kepentingan yang relatif untuk setiap individu. *Value* merupakan bentuk dasar bagi sebagian besar sikap situasional yang spesifik dan konsekuensinya nilai memengaruhi perilaku. (Kluckhohn, 1962). Saat seseorang berpikir tentang nilai, individu

tersebut berpikir akan apa yang penting dalam kehidupannya (contoh, keamanan, kebebasan, kesuksesan, dan lain-lain). Setiap kita memiliki bermacam-macam nilai yang tingkatan kepentingannya berbeda. *Value* tertentu bisa sangat penting bagi seseorang dan tidak penting bagi orang lain.

Dari sebuah studi oleh Santosa (2011) mengenai 40 Chinese *value* dari Bond pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas “X”, ditemukan bahwa *value* yang dianggap terpenting oleh mahasiswa tersebut di antaranya adalah menjaga keperawanan dan kesucian (pada wanita), memiliki sopan santun/tata krama, berbakti kepada orangtua (patuh pada orangtua, menghormati orangtua, menghormati dan menghargai leluhur yang telah meninggal, menafkahi dan menghidupi orangtua), jujur, tidak korupsi, dapat dipercaya oleh orang lain. *Value* lain yang derajat kepentingannya dianggap sedang beberapa di antaranya adalah puas dengan keadaan dan posisi yang dimiliki sekarang, menimbulkan kesan baik, menjaga muka, jaga image / gengsi, tidak mementingkan kompetisi/persaingan dengan orang lain, melakukan upacara adat, upacara keagamaan, dan ritual sosial sedangkan *value* yang dianggap derajat kepentingannya tergolong rendah contohnya merasa bahwa kebudayaan sendiri lebih unggul, dan menata hubungan berdasarkan status dari yang tinggi hingga yang rendah dan memberikan perlakuan yang berbeda bagi orang yang berbeda posisinya. (Santosa, 2011).

Penelitian mengenai Chinese *value* yang spesifik di desain untuk menguji *value* dalam budaya Tionghoa ini memiliki komponen-komponen *value* yang senada dengan Schwartz *value*, dimana Schwartz *value* lebih tepat digunakan untuk mengukur *value* secara universal. Untuk mengetahui tatanan urutan prioritas *value* yang lebih universal, disini bisa digunakan teori *value* dari Schwartz yang telah teruji oleh penelitian di berbagai negara mengenai *value* universal yang ada di dalam semua kebudayaan pada zaman sekarang ini.

Penelitian lain yang dilakukan di Hongkong menggunakan *Schwartz's Value Survey* yang melibatkan 104 pelajar universitas (44 laki-laki, 60 perempuan) ditemukan bahwa mahasiswa tersebut memiliki *hierarchy value* dari yang paling dipentingkan sebagai berikut: 1. *Benevolence*, 2. *Self-direction*, 3. *Achievement*, 4. *Universalism*, 5. *Security*, 6. *Hedonism*. 7. *Conformity*, 8. *Stimulation*, 9. *Tradition*, 10. *Power*. Sedangkan dari Survey awal yang meminta responden untuk mengurutkan 10 hal yang terpenting dan mengapa itu penting dalam hidup telah dilakukan pada 33 mahasiswa etnis Tionghoa universitas 'X' ditemukan *value* yang dipentingkan yaitu: 19 orang (57.5%) mengutamakan *value security*, 7 orang (21.2%) mengutamakan *value achievement*, 3 orang (9.1%) mengutamakan *value hedonism* dan 4 orang (12.2%) mengutamakan *value* lain. Dari hal tersebut ingin diketahui *value* dari mahasiswa etnis Tionghoa di universitas "X".

Menurut Schwartz (2001), *value* adalah sesuatu yang diyakini dan dianggap penting oleh individu dalam berpikir, merasakan dan bertindak laku, yang dipilih untuk menjustifikasi tindakan-tindakan dan mengevaluasi orang-orang termasuk diri sendiri, orang lain, dan kejadian-kejadian. *Value* dapat diperoleh dari kontak yang terjadi dengan orang tua, pasangan hidup, juga sanak saudara lainnya. Hubungan dengan teman, atasan dan tetangga baik yang termasuk masyarakat Tionghoa ataupun di luar masyarakat Tionghoa, juga memberi pengaruh pada *value* yang dimiliki individu tersebut. Begitu pula dengan pengaruh media massa yang semakin menarik serta kemajuan teknologi modern yang semakin memudahkan masuknya pengaruh dari budaya lain. Dalam penelitiannya pada tahun 2012 Schwartz menemukan 19 *value*.

Kesembilanbelas *basic value* universal yang ditemukan oleh Schwartz (2012) tersebut adalah: 1. *self-direction (thought)* yaitu kebebasan mengekspresikan pemikiran serta kemampuan pribadi, 2. *self-direction (action)* yaitu kebebasan dalam menentukan aksi pribadi, 3. *stimulation* yaitu kesenangan, kenikmatan dan perubahan. 4. *hedonism*, yaitu

kesenangan dan pemanjaan diri. 5. *achievement*, yaitu pencapaian pribadi, (dalam Chinese *value* disinggung mengenai pendidikan dan pengetahuan) 6. *power (dominance)*, yaitu kekuatan untuk memengaruhi orang lain, 7. *power (resources)*, yaitu kekuatan yang di dapatkan melalui sumber daya, (dalam chinese *value* disinggung memiliki kesejahteraan ekonomi) 8. *face*, kekuatan dan keamanan yang didapatkan melalui nama / *image* seseorang, (dalam chinese *value* disinggung mengenai menjaga kesucian dan kemurnian diri / ingin menimbulkan kesan baik) 9. *Security (personal)*, keamanan dari lingkungan terdekat, 10. *security (societal)*, keamanan dari lingkup yang lebih luas seperti Negara, 11. *tradition*, Mempertahankan dan melestarikan tradisi kebudayaan, keluarga atau agama, (seperti bangga akan kebudayaan kebudayaan tionghoa pada Chinese *value*) 12. *conformity (rules)*, kepatuhan terhadap peraturan, hukum dan norma-norma., 13. *conformity (interpersonal)*, menghindari dari mengecewakan atau membuat orang lain marah, (dalam chinese *value* disinggung mengenai solidaritas dan kekompakan) 14. *humility*, Menyadari ketidakberhargaan diri dalam skema yang lebih besar, (dalam Chinese *value* disinggung mengenai tahu malu, sopan santun) 15. *benevolence (caring)*, kesetiaan pada kesejahteraan orang-orang di lingkungan sendiri (*in group*), 16. *benevolence (dependability)*, menjadi orang yang bisa diandalkan dan di percaya pada lingkungan sendiri (*ingroup*), 17. *universalism (concern)*, komitmen kepada keadilan, persamaan, dan perlindungan untuk semua orang, 18. *universalism (nature)*, menjaga dan melindungi alam, 19. *universalism (tolerance)*.
Penerimaan dan pengertian pada orang-orang yang berbeda dengan diri sendiri.

Ke-sembilanbelas nilai inti ini saling berinteraksi membuat sebuah struktur yang saling terkait, dan dari struktur ini kita dapat melihat prioritas nilai mana yang dianggap paling penting atau kurang penting oleh seseorang, sebagai contoh, jika seorang individu mementingkan *value universalism (nature)* dibandingkan *value power*, individu tersebut bisa akan lebih peduli pada lingkungan dan berusaha melindungi kelestarian alam walaupun hal

tersebut bisa membuat dirinya dirugikan secara materi. Contoh lain: jika individu sangat mementingkan *value hedonism* dibandingkan *value traditionalism* individu tersebut akan melakukan apapun untuk kesenangan dirinya walaupun hal tersebut bertentangan dengan ajaran turun-temurun dalam keluarganya. Dalam kata lain susunan hirarki *value* seseorang memengaruhi pilihan hidup individu tersebut.

Selain dari itu ke 19-*value* ini dikelompokkan menjadi 2nd order *value* yang mana terdapat 4 dimensi yaitu: (1) *openness to change* dimana individu memiliki keterbukaan kepada ide baru, kejadian baru dan pengalaman pengalaman baru, contohnya saat mahasiswa Tionghoa di universitas “X” memasuki unit kegiatan kemahasiswaan yang mereka belum pernah coba sebelumnya. secara kontras dimensi ini berlawanan dengan (2) *Conservation* dimana individu memiliki pembatasan diri, keteraturan dan menghindari perubahan contohnya saat mahasiswa Tionghoa di universitas “X” membatasi pergaulan yang dilarang oleh peraturan di rumah mereka. Dimensi lain yaitu (3) *Self-enhancement* dimana seseorang mengejar keperluan pribadinya contohnya saat mahasiswa Tionghoa di universitas “X” mengejar prestasi dan belajar mengenai pengetahuan baru. berlawanan dengan (4) *Self-Transcendence* dimana seseorang melewati keperluan pribadinya demi kepentingan bersama contohnya saat mahasiswa etnis Tionghoa di universitas “X” mau piket malam demi kepentingan acara kampus bersama.

Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti “Studi Deskriptif Mengenai *Schwartz Value* pada mahasiswa etnis Tionghoa pada universitas “X” di Kota Bandung.”

1.2. Identifikasi Masalah

Masalah yang akan diteliti adalah bagaimana gambaran *Schwartz's values* pada mahasiswa etnis Tionghoa pada universitas "X" Bandung.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran *Schwartz's values* pada mahasiswa etnis Tionghoa pada universitas "X" Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui gambaran *hierarchy, content* dan *structure Schwartz's values* pada mahasiswa etnis Tionghoa pada universitas "X" Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

1. Untuk penelitian lanjutan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pada penelitian selanjutnya mengenai *Schwartz's values*.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi ilmu Psikologi Sosial dan Psikologi Lintas Budaya khususnya mengenai *Schwartz's values* pada mahasiswa etnis Tionghoa pada universitas "X" Bandung.
3. Untuk menguji *refined Schwartz's value theory* yang berisi 19 *value*.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Memberi informasi mengenai *Schwartz's values* terhadap mahasiswa etnis Tionghoa di universitas "X" Bandung. Yang kemudian dapat dipergunakan pengembangan diri sesuai dengan *values* yang dimiliki.
2. Sebagai masukan bagi universitas "X" di Bandung, untuk lebih dapat mengenal karakteristik mahasiswa nya yang selanjutnya digunakan sebagai bahan masukan dalam pelestarian *values* dan budaya.
3. Memberikan gambaran bagi orang tua mahasiswa dengan latar belakang budaya Tionghoa mengenai *values* yang dimiliki oleh generasi anak mereka. yang kemudian dapat di gunakan sehubungan dengan proses transmisi *values*.

1.5 Kerangka Pemikiran

Di dalam suatu masyarakat, seorang individu tidak akan pernah lepas dari kebiasaan atau adat di daerah tempat tinggal mereka, mereka selalu secara turun-temurun mengajarkan anak-anak mereka ajaran adat dan tata cara kehidupan dari generasi ke generasi. Pengajaran turun-temurun yang berulang pada akhirnya akan memunculkan sebuah kebudayaan.

Menurut ilmu antropologi, kebudayaan didefinisikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. (Koentjaraningrat, 1981). Kebudayaan yang terbentuk di suatu daerah tidaklah sama dengan budaya yang terbentuk di daerah lain, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti letak geografis, iklim, masyarakat dan keadaan alam. Seperti juga kebudayaan orang Tionghoa yang sebagian besar mata pencahariannya sebagai pedagang.

Masyarakat Tionghoa totok adalah masyarakat yang sejak dulu masih memegang kuat tradisi yang berasal dari nenek moyangnya, sehingga segala perbuatannya memiliki kekhasan dibandingkan dengan Tionghoa peranakan. Sedangkan pada orang Tionghoa peranakan, nilai

tradisi dari nenek moyangnya telah terkikis, sehingga dalam hal tertentu perbuatannya kurang menonjolkan kekhasan seperti orang Tionghoa *totok* (Coppel,1994).

Selain itu masyarakat Tionghoa menjunjung nilai agama yaitu: Buddha yang mengajarkan bahwa kehidupan adalah penuh kesengsaraan dan untuk terbebas dari kesengsaraan ini manusia perlu baik hati dan belas kasihan, tidak menyukai kekerasan, murah hati dan suka menolong serta mawas diri dan mampu menunjukkan kebaikan. Ajaran lain yaitu Taoisme yang ditulis dalam kitab *Tao The Ching* yang memberikan pedoman perilaku dan moral manusia melalui rumusan-rumusan yang diungkapkan dengan mengambil analogi peristiwa-peristiwa alam, dan ajaran Konfucianisme yang mengajarkan moralitas yang harus dimiliki setiap manusia. Banyak sekali nilai yang di pegang oleh masyarakat Tionghoa seperti relasi dengan orang lain, saling membantu, berpegang pada tradisi, menghormati orang yang sukses dalam perdagangan dan lain sebagainya dapat dikaitkan dengan *valuse* dari Schwartz seperti *Conformity, Benevolance, Tradition, Universalism* dan *value* lainnya.

Values dari mahasiswa Tionghoa dalam universitas “X” di Bandung terbentuk melalui banyak factor. Dari faktor eksternal pembentukan *value* terjadi dari proses transmisi *vertical, oblique* dan *horizontal*. (Cavalli-Sforza, dan Fieldman, 1981 dalam Berry;2002). Dalam transmisi *vertical*, orang Tionghoa mendapatkan *value* yang diturunkan oleh orang tua asli mereka baik melalui interaksi atau sosialisasi khusus, mereka juga bisa memengaruhi *values* orang tua mereka dengan *values* yang mereka miliki (hubungan ini saling timbal balik) transmisi ini merupakan proses enkulturasi, yaitu proses pengenalan budaya sendiri yaitu budaya Tionghoa. Yang ke dua adalah proses transmisi *Oblique*, proses transmisi terjadi karena orang dewasa lain (selain orang tua), proses ini bisa menyampaikan budaya Tionghoa sendiri (enkulturasi) melalui sosialisasi dan transmisi ataupun budaya lain (akulturasi) melalui proses resosialisasi dan transmisi. Yang ketiga adalah proses transmisi *horizontal* yang berasal dari *peer group*, bisa dari teman ataupun saudara, baik enkulturasi maupun

akulturasi. (Berry dan Cavali-Sforza, 1986 dalam berry 2002). Proses transmisi ini terjadi seumur hidup individu, semakin dewasa seorang individu, *value* kebudayaan yang telah ia identifikasi akan semakin menetap dan membentuk ciri khas dari individu tersebut (Steinberg, 2002).

Selain itu, ada faktor internal seperti usia, tingkat pendidikan, jenis kelamin dan kondisi kehidupan yang memengaruhi *value* seseorang, Usia memengaruhi *value* dengan 3 cara (*cohort*, usia fisik dan *Life stage*), contoh: *cohort*; orang Tionghoa yang merasakan penjajahan perang dan kesulitan akan menghargai *security value* dibanding orang Tionghoa dengan *cohort* muda yang senang dengan tantangan (lebih menghargai *stimulation value*).

Usia fisik ; orang Tionghoa dengan usia dewasa awal yang memiliki banyak energi bisa saja mengutamakan kesenangan dan hal yang mengasyikkan (*hedonism value*) sedangkan pada usia lanjut bisa saja mereka lebih mengutamakan tradisi atau untuk membantu orang lain (*tradition / benevolance*). Arnett (1990) dalam Santrock (2012) mengatakan bahwa masa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira umur 25 tahun, dimana seorang individu mulai bereksperimen dan mengeksplorasi jalur karir yang ingin mereka ambil. Jalan hidup yang ingin dilalui, mencari pasangan hidup, apakah ingin menikah, hidup melajang atau ingin menjadi individu seperti apa.

Life stage; orang Tionghoa pada tahap kehidupan dewasa awal menjunjung nilai *hedonism* dan *achievement*. Dalam ajaran kebudayaan Tionghoa juga ikatan dalam keluarga sangat diutamakan jadi orang Tionghoa bisa akan mengedepankan *conformity value* dengan keluarganya.

Kondisi hidup seseorang memengaruhi *value* yang mereka miliki. Sebagai contoh: orang Tionghoa yang memiliki banyak uang dan memiliki banyak kesempatan untuk bersenang-senang, bisa akan mementingkan *value* kesenangan (*hedonism*) atau orang Tionghoa yang memiliki banyak kesempatan belajar akan mementingkan *achievement value*.

Gender juga dapat memengaruhi *value* seseorang. Peneliti psikoanalisa berpendapat bahwa perempuan lebih memiliki keterkaitan dan berafiliasi lebih banyak daripada laki-laki, sedangkan laki-laki lebih otonom dan individualis, dalam masalah ini bisa seorang lelaki asal Tionghoa bisa lebih mengutamakan *value achievement* atau *power* dibanding wanita yang lebih mengutamakan *conformity*. Selain itu pendidikan, pengalaman dalam edukasi seharusnya mendorong seorang Tionghoa untuk lebih memiliki keterbukaan intelektual, fleksibilitas dan keluasan sudut pandang, yang penting bagi nilai pengarahan diri (Kohn dan Schooler 1983).

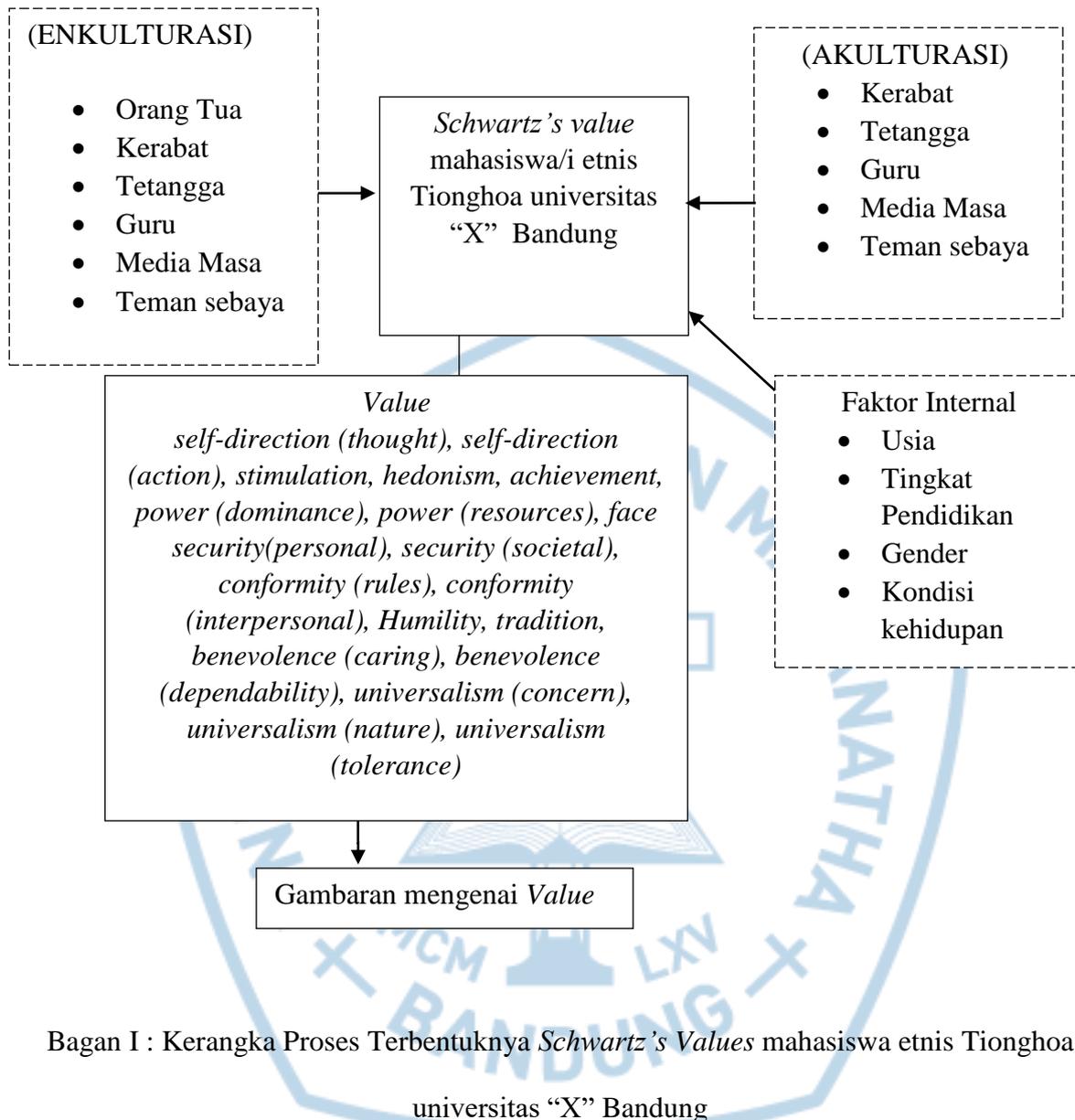
Penelitian mengenai *Chinese value* berdasarkan teori Michael Harris Bond menyatakan bahwa *Chinese value* adalah belief mengenai cara bertingkah laku atau keadaan akhir yang dianggap ideal oleh individu yang secara personal lebih disukai dan dianggap penting. berdasarkan teori ada 40 *chinese value* menurut. Bond (1993). Schwartz's *value* dan *Chinese value* dari Bond memiliki beberapa komponen dengan makna yang senada, sebagai contoh: *value tradition* dari Schwartz's *value* berjalan senada dengan *value* merasa bahwa kebudayaan sendiri lebih unggul, melakukan upacara adat, upacara keagamaan, dan ritual sosial, dan menjaga teguh budaya tradisional etnis pribadi dalam *Chinese value*. *Value Achievement* dari Schwartz's senada dengan rajin bekerja, menuntut ilmu dari *Chinese value*. *Universalism* dari Schwartz's *value* senada dengan rendah hati, tidak iri hati, hidup harmonis dari *Chinese value*. *Benevolence* dari Schwartz's *value* senada dengan memaafkan orang lain dari *Chinese value*. *self-direction* dari Schwartz's *value* senada dengan memiliki pemikiran sendiri dan mengembangkan pemikiran tersebut dari *Chinese value*. *Conformity* dari Schwartz's *value* senada dengan kekompakan dari *Chinese value*. *Power* dari Schwartz's *value* senada dengan memiliki kekayaan dari *Chinese value*

Menurut Schwartz terdapat sembilan belas tipe *values* yaitu; *self-direction (thought)* yaitu kebebasan mengekspresikan pemikiran serta kemampuan pribadi, *self-direction (action)*

yaitu kebebasan dalam menentukan aksi pribadi, *stimulation* yaitu kesenangan, kenikmatan dan perubahan. *hedonism*, yaitu kesenangan dan pemanjaan diri, *achievement*, yaitu pencapaian pribadi, *power (dominance)*, yaitu kekuatan untuk memengaruhi orang lain, *power (resources)*, yaitu kekuatan yang di dapatkan melalui sumber daya, *face*, kekuatan dan keamanan yang didapatkan melalui nama / *image* seseorang, *security(personal)*, keamanan dari lingkungan terdekat, *security (societal)*, keamanan dari lingkup yang lebih luas seperti Negara, *tradition*, Mempertahankan dan melestarikan tradisi kebudayaan, keluarga atau agama, *conformity (rules)*, kepatuhan terhadap peraturan, hukum dan norma-norma., *conformity (interpersonal)*, menghindari dari mengecewakan atau membuat orang lain marah, *Humility*, Menyadari ketidak berhargaan diri dalam skema yang lebih besar, *benevolence (caring)*, kesetiaan pada kesejahteraan orang-orang di lingkungan sendiri (*in group*), *benevolence (dependability)*, menjadi orang yang bisa diandalkan dan di percaya pada lingkungan sendiri (*ingroup*), *universalism (concern)*, komitmen kepada keadilan, persamaan, dan perlindungan untuk semua orang, *universalism (nature)*, menjaga dan melindungi alam, *universalism (tolerance)*. Penerimaan dan pengertian pada orang-orang yang berbeda dengan diri sendiri.

Ke-sembilanbelas *values* ini kemudian digolongkan menjadi *first order values* dimana ada hubungan yang memiliki kecocokan dan konflik antara satu dengan lainnya. Struktur *value* Schwartz tergambar dalam sebuah *multidimensional space* dimana *value* yang memiliki kedekatan jarak memiliki kecocokan yang tinggi dan semakin jauh jaraknya berarti semakin berkonflik. (Schwartz, 2004).

Schwartz's *values* adalah teori *value* yang universal dan memiliki komponen-komponen *values* yang dimiliki oleh setiap kebudayaan. *Values* Schwartz disebut universal karena telah dilakukan berbagai pengujian terhadap banyak kebudayaan dan *values* tersebut terdapat di dalam semua kebudayaan tersebut.



1.6 Asumsi Penelitian

1. Mahasiswa etnis Tionghoa universitas “X” Bandung memiliki ke 19 *value* Schwartz yaitu *self-direction (thought)*, *self-direction (action)*, *stimulation*, *hedonism*, *achievement*, *power (dominance)*, *power (resources)*, *face security(personal)*, *security (societal)*, *conformity (rules)*, *conformity (interpersonal)*, *Humility*, *tradition*, *benevolence (caring)*, *benevolence (dependability)*, *universalism (concern)*, *universalism (nature)*, *universalism (tolerance)*.
2. *Value* mahasiswa etnis Tionghoa universitas “X” Bandung dihasilkan melalui transmisi budaya dari lingkungan mereka.
3. *Value* mahasiswa etnis Tionghoa universitas “X” Bandung dipengaruhi oleh Usia, Tingkat Pendidikan, Gender, Kondisi kehidupan
4. *Hierarchy value* dari etnis budaya Tionghoa universitas “X” Bandung bervariasi.

