

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berperan dalam memberi inspirasi serta melengkapi penelitian yang peneliti lakukan. Penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti berfungsi untuk memvalidasi serta melengkapi celah yang terdapat dalam penelitian sebelumnya terkait komunikasi dalam suksesi bisnis keluarga. Terdapat empat penelitian terdahulu, tiga di antaranya merupakan penelitian internasional. dua di antaranya adalah penelitian berjenis kualitatif dan dua di antaranya berjenis kuantitatif. Dalam penelitian terdahulu yang tertera, penelitian terdiri dalam bidang komunikasi dan *family business*.

Penelitian pertama dilakukan oleh Sabarua, J. O. & Mornene, I. (2020) mengenai pola komunikasi keluarga dalam membentuk karakter anak. Menggunakan teori Pola Komunikasi Djamarah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas pola komunikasi keluarga dan dampak pola komunikasi orangtua pada pembentukan karakter anak pada siswa kelas IV SD Inpres 3 Wosia Kecamatan Tobelo Tengah. Jenis dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode fenomenologi. Partisipan dari penelitian ini adalah 10 orangtua, 10 siswa, serta 1 orang guru kelas IV. Hasil dari penelitian ini adalah Orangtua menggunakan pola komunikasi yang positif dengan menghindari pola komunikasi yang berdampak negatif. Cara berkomunikasi orangtua berdampak bagi anak. Pola komunikasi yang paling banyak digunakan adalah demokratis, sedangkan pola yang paling jarang digunakan adalah otoriter, paternalistik, manipulasi, serta primitif.

Penelitian kedua oleh Soleimanof, S., Morris, M. H., & Jang, Y. (2021). Meneliti pengaruh dari *role model* orangtua, *passion* berwirausaha, dengan kualitas interaksi antara anak dengan orangtua untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa wirausahawan membentuk sikap berwirausaha pada anak mereka. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Family Communication Pattern*

Theory yang dikembangkan oleh Koerner & Fitzpatrick (2002), serta Fitzpatrick & Ritchie (1994) dalam upaya melihat apakah interaksi keluarga dapat memoderasi efek dari *passion* berwirausaha terhadap sikap berwirausaha anak. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bagaimana orangtua *entrepreneur* dapat memberikan pengaruh kuat pada perilaku atau sikap kewirausahaan anak mereka dengan menggunakan tipe pola komunikasi keluarga.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Somboonvechakarn, C., Taiphapoon, T., Anuntavoranich, P., & Sintupinyo, S. (2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat UKM keluarga sukses dari generasi ke generasi. Jenis dari penelitian ini adalah kualitatif, dengan penggunaan *multiple case-study*. Pengumpulan data dilaksanakan dengan *in-depth interview*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa faktor yang perlu dikomunikasikan dalam proses suksesi, antarlain: 1) Inovasi organisasi dalam artian pengelolaan sumber daya, pengelolaan inovasi, dan motivasi pegawai 2) Modal sosial, termasuk jaringan internal: nilai inti, berbagi cerita, pengalaman titik balik dan jaringan eksternal: pelanggan, pemasok, lembaga pendidikan 3) Kemampuan berinovasi melalui tradisi, dengan pemahaman mengenai produk sembari mengaplikasikan pengetahuan dan tren terbaru pada produk 4) Proses suksesi, terutama upaya transfer kepemilikan psikologis dari generasi ke generasi secara formal maupun informal 5) Keberlanjutan usaha, dengan pengalaman dan kemampuan untuk beradaptasi melalui masalah internal dan eksternal

Penelitian keempat oleh Bagherian, S. S., Soleimanof, S., & Feyzbakhsh, A. (2024). Melihat bagaimana emosi dan komunikasi dapat memberi pengaruh terhadap pembentukan identitas kewirausahaan generasi selanjutnya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teori *family communication pattern* oleh Koerner & Fitzpatrick. Tujuannya adalah memperluas pemahaman mengenai kewirausahaan transgenerasional serta perspektif baru mengenai suksesi dalam konteks bisnis keluarga. Hasil dari penelitian ini adalah untuk memastikan adanya proses suksesi yang lancar, penting untuk mengetahui bagaimana cara membina

identitas kewirausahaan yang dimiliki oleh calon penerus. Ketika keluarga menghidupi lingkungan keluarga yang komunikatif, anggota keluarga berbagi kesepakatan atas makna kewirausahaan sehingga proses pembentukan identitas kewirausahaan berjalan secara aktif.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, terdapat relevansi pada fokus pembahasan komunikasi dalam lingkup keluarga. Dua penelitian menggunakan pola komunikasi *family communication pattern* oleh Koerner & Fitzpatrick, sedangkan satu penelitian menggunakan pola komunikasi Djamarah. Berdasarkan metodologinya, satu penelitian merupakan penelitian kualitatif fenomenologi, satu penelitian studi kasus, dan dua lainnya menggunakan pendekatan kuantitatif.

Melalui penelitian ini, peneliti melengkapi celah dari penelitian sebelumnya dengan pengaplikasian orientasi konformitas dan percakapan pada budaya etnis Tionghoa. Lebih lanjut, penelitian dilakukan pada UMKM dengan fokus sektor *food & beverages*. Melalui penelitian ini pula, diperlihatkan perspektif baru melalui pendekatan kualitatif untuk memberikan uraian pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola komunikasi dalam proses suksesi bisnis keluarga melalui wawancara sebagai alat pengumpulan data.

Nama Peneliti	Sabarua, J. O. & Mornene, I. (2020).	Soleimanof, S., Morris, M. H., & Jang, Y. (2021).	Somboonvechakarn, C., Taiphapoon, T., Anuntavoranich, P., & Sintupinyo, S. (2022)	Bagherian, S. S., Soleimanof. S., & Feyzbakhsh. A. (2024)
Judul Artikel	Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Karakter Anak	<i>Following The Footsteps That Inspire: Parental Passion, Family Communication, and Children's Entrepreneurial attitudes</i>	<i>Communicating innovation and sustainability in family business through succession</i>	<i>Transmission of Entrepreneurial Identity Across Generations in Business Families: Understanding the Effect of Family Communications</i>
Masalah & Tujuan	Mengetahui efektifitas pola komunikasi keluarga dan dampak pola komunikasi orangtua pada pembentukan karakter anak pada siswa kelas IV SD Inpres 3 Wosia Kecamatan Tobelo Tengah	Pentingnya dimensi afektif dari panutan kewirausahaan dengan meneliti dampak dari gairah berwirausaha orang tua pada sikap berwirausaha anak mereka.	Mengetahui faktor-faktor yang membuat UKM keluarga sukses dari generasi ke generasi	Memperluas pemahaman mengenai kewirausahaan transgenerasional serta perspektif baru mengenai suksesi dalam konteks bisnis keluarga.
Teori konsep	Pola Komunikasi Keluarga (Djamarah)	<i>Family Communication Pattern Theory (Koerner & Fitzpatrick), Social Learning Theory</i>	<i>Creativity and organizational innovation in family bussinesses, social capital, innovation through tradition, sustainability in family business, succession process, communication practices and barriers in family business</i>	<i>Family Communication Pattern Theory (Koerner & Fitzpatrick)</i>
Jenis, Metode, & Teknik pengumpulan	Kualitatif, Fenomenologi, Deskriptif	Kuantitatif, kuesioner	Kualitatif, <i>multiple case-study, in-depth interview</i>	Kuantitatif
Kesimpulan	Orangtua menggunakan pola komunikasi yang positif dengan menghindari pola komunikasi yang berdampak	Orangtua <i>entrepreneur</i> dapat memberikan pengaruh kuat pada perilaku atau sikap kewirausahaan anak mereka	Berikut merupakan faktor yang perlu dikomunikasikan dalam proses suksesi:	Ketika keluarga menghidupi lingkungan keluarga yang komunikatif, anggota keluarga berbagi kesepakatan atas makna

	<p>negatif. Cara berkomunikasi orangtua berdampak bagi anak. Pola komunikasi yang paling banyak digunakan adalah demokratis, sedangkan pola yang paling jarang digunakan adalah otoriter, fathernalistik, manipulasi, serta primitif.</p>	<p>saat menggunakan kedua tipe pola komunikasi keluarga.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) inovasi organisasi dalam artian pengelolaan sumber daya, pengelolaan inovasi, dan motivasi pegawai 2) Modal sosial, termasuk jaringan internal: nilai inti, berbagi cerita, pengalaman titik balik dan jaringan eksternal: pelanggan, pemasok, lembaga pendidikan 3) kemampuan berinovasi melalui tradisi, dengan pemahaman mengenai produk sembari mengaplikasikan pengetahuan dan tren terbaru pada produk 4) proses suksesi, terutama upaya transfer kepemilikan psikologis dari generasi ke generasi secara formal maupun informal 5) keberlanjutan usaha, dengan pengalaman dan kemampuan untuk beradaptasi melalui masalah internal dan eksternal 	<p>kewirausahaan sehingga proses pembentukan identitas kewirausahaan berjalan secara aktif.</p>
Nama Jurnal	<i>International Journal of Elementary Education</i>	<i>Journal of Business Research</i>	<i>Heliyon</i>	<i>Journal of Business Research</i>

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Tipologi Keluarga

Untuk memetakan tipe-tipe keluarga, terdapat dua konsep didalamnya, yakni *conformity orientation* dan *conversation orientation*. *Conformity orientation* mengacu pada konsep yang mana setiap anggota keluarga mengekspresikan kesamaan atau ketidaksamaan sikap, nilai, serta kepercayaan yang mereka miliki. Sehingga, mereka yang mengekspresikan sikap, nilai, serta kepercayaan yang serupa dan cenderung menghindari konflik termasuk dalam kelompok konformitas tinggi, sedangkan mereka yang mengekspresikan sikap, nilai, serta kepercayaan yang beragam, serta cenderung berkonflik termasuk dalam tipe keluarga dengan konformitas rendah. Keluarga dengan tipe konformitas yang tinggi cenderung lebih harmonis dibanding mereka yang termasuk dalam tipe konformitas rendah.

Conversation orientation mengacu pada tipe keluarga yang mana setiap anggota dapat mengucapkan apa yang dipikirkan. Keluarga dengan tipe percakapan yang tinggi cenderung mendukung setiap anggota untuk mendiskusikan berbagai permasalahan dan menyuarakan opini mereka. Sedangkan, tipe keluarga yang rendah pada percakapan cenderung menutup diri dengan tidak berdiskusi dan menyuarakan opini mereka.

Melalui konsep yang telah dipaparkan, terdapat pengelompokan 4 tipe keluarga menurut Koerner & Fitzpatrick dalam (Braithwaite et al., 2018), antaralain:

a) *Consensual families*

Keluarga dengan ciri tinggi dalam percakapan dan konformitas disebut sebagai *consensual families*. Keluarga tipe ini mendukung komunikasi dan penerimaan secara terbuka. Dalam keluarga konsensual, komunikasi dicirikan dengan adanya tekanan untuk berkomunikasi secara terbuka, tetapi juga mempertahankan hierarki keluarga. Orangtua cenderung tertarik

pada pendapat dari anak-anak mereka, tetapi terdapat kepercayaan bahwa mereka perlu menjadi pengambilan keputusan akhir. Mereka mengurangi ketegangan tersebut dengan mendengarkan opini anak mereka dan menjelaskan keputusan, keyakinan, serta nilai-nilai mereka untuk membujuk anak sehingga mengadopsi pemikiran yang serupa. Anak-anak yang tumbuh dalam keluarga konsensual cenderung menghargai percakapan dan mengadopsi nilai dan keyakinan orangtua mereka. Kemunculan konflik dilihat sebagai sesuatu yang negatif dan berbahaya, tetapi keluarga ini menghargai dan mampu terlibat dalam penyelesaian masalah secara konstruktif.

b) *Protective families*

Keluarga dengan ciri rendah dalam percakapan dan tinggi dalam konformitas disebut sebagai *protective families*. Tipe keluarga ini menekankan pada kesamaan dan cenderung menghindari konflik dengan sedikit komunikasi. Komunikasi dalam keluarga ini ditandai dengan sedikit perhatian pada komunikasi terbuka dalam keluarga dan adanya penekanan pada kepatuhan kepada otoritas orangtua. Orangtua dalam keluarga ini percaya bahwa mereka perlu menjadi pembuat keputusan dalam keluarga, dan tidak perlu memberikan penjelasan kepada anak-anak mereka. Munculnya konflik dianggap sebagai sebuah ancaman, sebab keluarga yang protektif cenderung mengharapkan perilaku yang selaras dalam keluarga. Dikarenakan kurangnya praktik komunikasi, keluarga ini cenderung kurang terampil dalam penyelesaian sebuah konflik. Anak-anak dalam tipe keluarga ini cenderung menganggap bahwa percakapan dalam keluarga tidak begitu bermakna dan belajar untuk tidak mempercayai kemampuan diri untuk membuat keputusan sendiri.

c) *Pluralistic families*

Keluarga dengan ciri tinggi dalam percakapan dan rendah dalam konformitas disebut sebagai *pluralistic families*. Keluarga ini menerima

adanya perbedaan pandangan dan mendukung keterlibatan dalam komunikasi secara terbuka sembari menghargai pendapat masing-masing. Komunikasi dalam keluarga ini ditandai dengan adanya diskusi secara terbuka yang melibatkan seluruh anggota keluarga dengan topik yang beragam. Orangtua dalam keluarga ini tidak mengendalikan dan tidak menentang keputusan yang dibuat oleh anak mereka. Hal ini mengarah pada diskusi keluarga di mana opini dinilai berdasarkan manfaatnya, bukan siapa yang menyatakannya. Orangtua mampu menerima pendapat anak mereka dan memberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan di keluarga. Dikarenakan adanya kebebasan dalam bertukar ide, tipe keluarga ini secara terbuka membahas dan mengatasi konflik mereka, terlibat dalam perencanaan strategi penyelesaian konflik yang positif, dan biasanya mampu menyelesaikan konflik yang dihadapi. Anak-anak dalam tipe keluarga ini menghargai percakapan keluarga dan berupaya untuk menjadi mandiri. Hal tersebut menumbuhkan kemampuan komunikasi dan rasa percaya diri mereka atas kemampuan dalam mengambil keputusan sendiri.

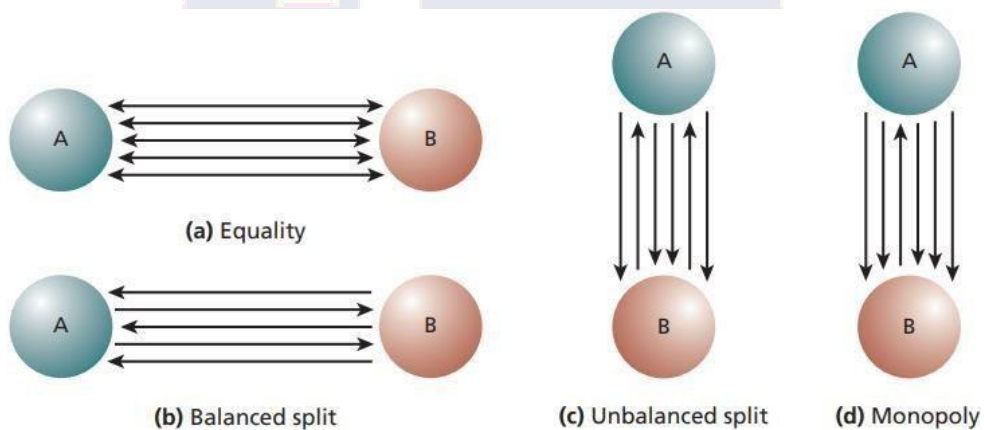
d) *Laissez-faire families*

Keluarga dengan ciri rendah dalam percakapan dan konformitas disebut sebagai *laissez-faire*. Keluarga tipe ini cenderung menghindari interaksi, mendukung privasi, dan sikap untuk melakukan apa yang diinginkan. Komunikasi dalam keluarga ini dicirikan dengan interaksi yang sedikit dan pembahasan topik yang terbatas. Orangtua dalam keluarga *laissez-faire* percaya bahwa anak perlu membuat keputusannya sendiri. Namun, tidak seperti tipe keluarga *pluralistic*, mereka tidak terlalu berminat pada pengambilan keputusan anaknya atau mendiskusikan keputusannya. Anggota keluarga *laissez-faire* cenderung tidak terhubung secara emosional dengan keluarga mereka dan seringkali tidak menghargai kesesuaian maupun komunikasi. Sebagai hasilnya, mereka tidak merasa keluarga menjadi pembatas atau pengikat. Konflik sangat jarang terjadi. Jika terjadi, konflik tersebut cenderung dihindari. Anak-anak belajar bahwa terdapat sedikit

perhatian dalam percakapan dalam keluarga, sehingga mereka perlu membuat keputusan mereka sendiri. Dikarenakan mereka tidak begitu banyak mendapatkan dukungan dari orangtua, tetapi mereka mempertanyakan kemampuan pengambilan keputusan mereka. Setiap keluarga memiliki pengalaman, nilai, serta budaya yang berbeda-beda. Tipe keluarga dapat diidentifikasi melalui pemetaan konsep yang telah dipaparkan.

2.2.2 Pola Komunikasi Keluarga

Dalam (DeVito, 2022) terdapat pola komunikasi yang mendominasi dalam hubungan keluarga. Tipe-tipe tersebut dibedakan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Pola Komunikasi Keluarga

Sumber: (DeVito, 2022)

a. *The Equality Pattern*

Dalam pola ini, tiap orang saling berbagi dalam proses komunikasi. Peran yang dimainkan oleh keduanya setara. Kedua komunikan memiliki kemiripan dalam kredibilitas, yang mana keduanya memiliki pandangan yang terbuka terhadap ide, opini, dan kepercayaan dari orang lainnya. Komunikasi yang dijalankan dalam tipe ini cenderung terbuka, jujur, langsung. Terdapat kesetaraan distribusi dalam konteks komunikasi dan pengambilan keputusan.

Setiap orang memiliki kedudukan/kekuasaan yang sama sehingga mengirim dan menerima pesan secara setara.

b. The Balanced Split Pattern

Kesetaraan dalam hubungan tetap ada, tetapi setiap orang memiliki kekuasaan pada area yang berbeda. Setiap orang dilihat sebagai ahli atau pengambil keputusan dalam area yang berbeda. Pada pelaksanaannya, setiap orang saling berbicara dan mendengarkan secara setara. Dalam tipe ini, konflik dianggap tidak mengancam bagi individual sebab setiap orang memiliki area kekuasaan berbeda.

c. The Unbalanced Split Pattern

Dalam *Unbalanced Pattern Split*, satu orang mendominasi. Orang tersebut dilihat sebagai ahli dari lebih dari Sebagian area dalam komunikasi mutual. Keahlian dianggap sama dengan kontrol, sehingga seseorang tersebut seringkali mengontrol dalam suatu hubungan. Dalam beberapa kasus, orang ini lebih memiliki pengetahuan dibanding orang lainnya. Orang yang memiliki kontrol cenderung banyak membuat pernyataan, menginstruksikan apa yang harus dilakukan, memberikan pendapat dengan bebas, menggunakan kekuatan untuk mengontrol, dan jarang menanyakan opini orang lain. Pada sisi lain, orang yang tidak mengontrol cenderung bertanya, mencari pendapat, dan mengandalkan orang lain untuk membuat keputusan.

d. The Monopoly Pattern

Pada pola ini, seseorang dianggap sebagai otoriter. Orang tersebut cenderung berceramah dibanding berkomunikasi, juga hampir tidak pernah meminta pendapat orang lain. Mereka selalu memiliki hak untuk mengambil keputusan akhir. Orang yang memiliki kontrol memberitahu apa yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan. Mereka juga seringkali berbicara keluar topik dibanding orang yang tidak punya kontrol. Pada sisi lain, orang yang tidak mengontrol cenderung meminta persetujuan untuk menyuarakan pendapat

serta membuat keputusan. Pada tipe hubungan ini, tidak banyak argumen yang terjadi sebab individu telah mengetahui akhir dari argumen yang muncul.

2.2.3 Perencanaan Suksesi

Dalam bisnis keluarga, seringkali kisah dibalik pendirian bisnis menjadi legenda yang kemudian menghasilkan keinginan untuk melestarikan bisnis yang telah diupayakan tersebut. Kewirausahaan sebagai suatu perilaku dapat diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Salah satu konsep bagaimana sebuah keluarga dapat melanggengkan kewirausahaan lintas generasi adalah dengan pelaksanaan sosialisasi (Köhn et al., 2021).

Sosialisasi diartikan sebagai sebuah proses di mana anggota suatu kelompok sosial, dalam konteks keluarga, diajarkan atau mempelajari nilai-nilai perilaku, pendekatan, serta harapan dari kelompok sosial tersebut. Proses sosialisasi terjadi antar generasi, yang mana generasi pendahulu memberikan sosialisasi kepada generasi selanjutnya melalui perkataan, kebiasaan, serta pengaruh-pengaruh kecil lainnya (Köhn et al., 2021). Terdapat 4 komponen dari sosialisasi kewirausahaan, antara lain:

a. *Action oriented*

Kunci utama dari sikap wirausaha yang sukses adalah fokus pada tindakan. Pada tahap ini, anggota yang lebih muda didukung untuk mencoba hal baru serta bereksperimen dengan ide-ide dengan tujuan terbentuknya pemahaman bagi mereka.

b. *Learning driven*

Dalam perspektif wirausahawan, cara terbaik untuk mengumpulkan informasi adalah dengan mencobanya sendiri. Hal ini memerlukan fokus pada apa yang dipelajari dan tindakan apa yang diambil. Pada tahap ini pendahulu mendukung anggota yang lebih muda untuk berfokus kepada pembelajaran dari tindakan yang dilakukan, serta menganggap kegagalan

sebagai kesempatan untuk belajar dibanding pengalaman yang harus dihindari.

c. *Social process*

Pada dasarnya, wirausahawan bersifat sosial. Semakin banyak orang yang terlibat dalam proses, maka semakin banyak informasi, pengalaman, serta pengetahuan yang dapat diterapkan sehingga meningkatkan kemungkinan keberhasilan. Dalam tahap ini, melibatkan orang lain dalam pengumpulan informasi, melihat sesuatu secara berbeda, atau mendapat akses terhadap lebih banyak sumber daya dan saran menjadi proses kunci yang perlu dilakukan.

d. *Autonomy focused*

Pada tahap ini, keluarga memberikan otonomi kepada anggota keluarganya. Anggota yang lebih muda diberikan ruang untuk mencoba pemecahan masalah menggunakan pendekatan yang baru dan inovatif. Hal ini mendukung mereka untuk menemukan bakat dan kemampuan dan menerapkannya dengan cara mereka sendiri, bukan dengan cara yang ditetapkan orangtua.

2.2.4 Karakteristik Suksesor yang berhasil

Dikutip dari (Poza, 2010), terdapat beberapa ciri-ciri dari suksesor yang berhasil, antara lain:

1. Mereka mengerti bisnis yang dijalankan dengan baik: secara ideal, mereka menyukai pekerjaan mereka.
2. Mereka memahami diri mereka sendiri, baik kelemahan dan kelebihanannya disebabkan pengalaman serta pembelajaran yang memadai.
3. Mereka dihargai oleh karyawan, supplier, pelanggan, maupun anggota keluarga lainnya.

4. Mereka diarahkan oleh generasi sebelum atau pendahulunya.
5. Kemampuan yang dimilikinya sesuai dengan kebutuhan strategis bisnis.

2.2.5 Dimensi Hofstede dalam keluarga Etnis Tionghoa

Dalam (Hofstede et al., 2010) terdapat beberapa dimensi yang dapat ditemukan dalam keluarga Etnis Tionghoa. Beberapa diantaranya adalah: *power distance*, *individualism vs collectivism*, *masculinity vs femininity*, *uncertainty avoidance*.

b. *Power distance*

Power distance didefinisikan sebagai sejauh mana institusi maupun organisasi mengharapkan dan menerima bahwa kekuasaan yang didistribusikan kepada setiap individu tidak merata. Institusi mencakup beberapa elemen dasar dalam masyarakat, seperti keluarga, sekolah, dan komunitas. Sedangkan, organisasi sebagai tempat seseorang bekerja. Negara-negara di Asia cenderung memiliki tingkat *power distance* yang tinggi.

Dalam keluarga pada negara-negara dengan tingkat *power distance* yang tinggi, anak cenderung diekspektasikan untuk bersikap patuh kepada orangtuanya. Terkadang, terdapat pula urutan otoritas diantara anak-anak. Anak yang lebih muda diharapkan untuk bersikap patuh kepada anak yang lebih tua. Sikap mandiri yang dimiliki oleh anak tidak dianjurkan. Dalam tingkat *power distance* yang tinggi, menghormati orangtua dan orang-orang yang lebih tua dianggap sebagai nilai dasar yang perlu dihidupi. Rasa hormat yang dimiliki kepada orangtua atau kerabat yang lebih tua berlangsung hingga masa dewasa. Otoritas yang dimiliki oleh orangtua terus berperan dalam kehidupan seseorang selama orangtuanya masih hidup. Orang tua, kakek, dan nenek cenderung diperlakukan secara hormat bahkan ketika anak telah memiliki kendali atas hidupnya.

c. *Collectivism*

Budaya kolektivisme dikaitkan dengan struktur keluarga besar. Pada keluarga dengan budaya kolektif, anak belajar untuk mendengarkan pendapat dari orang lain. Tidak ada pendapat personal, melainkan pendapat telah ditentukan oleh kelompok. Jika terdapat sebuah permasalahan dan tidak terdapat pendapat kelompok yang pasti, maka dibutuhkan perundingan sebelum sebuah keputusan diambil. Anak yang secara konstan memberikan pendapat menyimpang dari apa yang dirasakan secara kolektif dianggap memiliki karakter buruk.

Pada budaya kolektivistik, anak tidak diekspektasikan untuk keluar dari rumah orangtua dan menjalani hidup saat mereka memasuki usia dewasa. Berdasarkan survei Eurobarometer, argumen mengenai ketidakmampuan untuk membeli rumah adalah permasalahan kolektif, bukan kekayaan nasional. Kewajiban yang dimiliki dalam keluarga kolektif tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga ritual. Perayaan keluarga seperti pembaptisan, pernikahan, juga pemakaman adalah hal penting yang tidak boleh dilewatkan.

Berdasarkan keberadaan, orang-orang dalam budaya kolektivistik cenderung merasa cukup untuk bertemu dan berkumpul bersama. Tidak terdapat paksaan untuk berbicara, kecuali terdapat informasi yang perlu disampaikan. Budaya yang berkembang dalam kolektif adalah rasa malu, yang mana saat anggota dalam kelompok bersikap menyimpang atau melanggar norma, maka rasa malu cenderung ditanggung berdasarkan kewajiban kolektif. Rasa malu bersifat sosial, sedangkan rasa bersalah bersifat individual.

d. Masculinity

Sosialisasi berarti baik perempuan dan laki-laki mengidentifikasi peran mereka di masyarakat. Setelah mereka mengidentifikasinya, mayoritas masyarakat cenderung memiliki pandangan yang serupa. Pada masyarakat yang didominasi laki-laki, kebanyakan perempuan menginginkan dominasi dari laki-laki. Keluarga menjadi pertama dimana kebanyakan orang menerima sosialisasi pertama mereka. Keluarga mencakup dua peran yang tidak setara tetapi saling melengkapi: orangtua-anak dan suami-istri. Efek dari ketidaksetaraan diantara orangtua dan anak dipengaruhi oleh tingkat *power distance*. Perbandingan peran yang dimiliki oleh suami dan istri tercermin dari posisi masyarakat dalam skala maskulinitas-feminitas.

Pada keluarga Etnis Tionghoa, ketidaksetaraan diantara orangtua dengan anak adalah norma sosial. Anak sudah seharusnya dikontrol dan bersikap patuh. Ketidaksetaraan diantara peran ayah dan ibu yang menunjukkan ayah lebih keras dan ibu tidak terlalu keras adalah bentuk norma sosial. Laki-laki cenderung menghadapi peristiwa dengan fakta, perempuan dengan perasaan. Keluarga Etnis Tionghoa mewakili peran laki-laki yang dominan dan Tangguh, serta ibu yang patuh dan tempat berlindung serta berperasaan lembut.

e. Uncertainty Avoidance

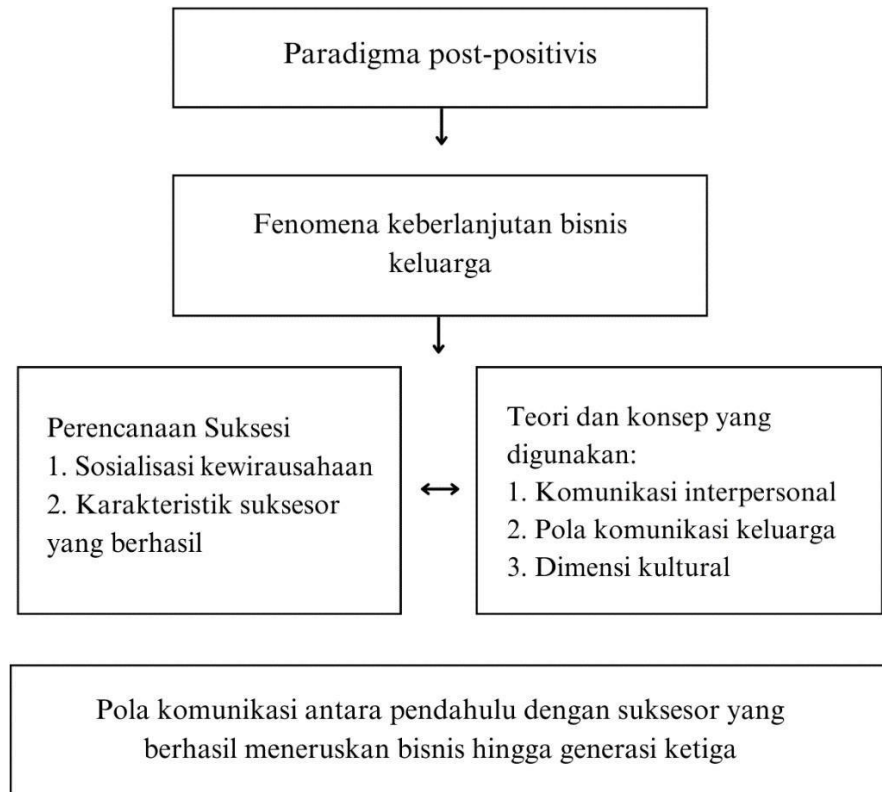
Uncertainty avoidance didefinisikan sebagai sejauh mana anggota dari suatu budaya merasa terancam dalam situasi yang

ambigu atau tidak dapat diprediksi. Ide dapat dipertimbangkan sebagai kotor dan berbahaya. Anak dalam keluarga mempelajari bahwa beberapa ide baik dan beberapa lainnya tabu. Dalam beberapa budaya, perbedaan diantara ide baik dan jahat terlihat jelas. Ide yang berbeda dari kebenaran cenderung berbahaya.

Proses pendidikan pada masyarakat dengan *uncertainty avoidance* yang tinggi menghasilkan anak-anak dengan *superego* yang lebih kuat, dalam artian anak lebih mungkin mengetahui bahwa dunia adalah tempat yang tidak bersahabat dan lebih mungkin terlindungi dari situasi yang tidak terduga. Budaya *uncertainty avoidance* yang lemah memiliki klasifikasi atas apa yang kotor dan berbahaya, tetapi klasifikasi ini cenderung kurang tepat dan memberikan manfaat dari keraguan atas situasi, orang, dan ide. Dalam Masyarakat ini, peraturan lebih fleksibel, super ego lebih lemah, dunia digambarkan penuh Kebajikan, dan pengalaman dalam situasi baru dianjurkan.

Uncertainty avoidance yang tinggi dapat dideskripsikan melalui kredo *xenophobia*, yang mana sesuatu yang berbeda berbahaya. Sedangkan, sesuatu yang berbeda dianggap rasa ingin tahu dalam *uncertainty avoidance* yang lemah. Kehidupan keluarga pada masyarakat dengan *uncertainty avoidance* yang tinggi cenderung lebih penuh tekanan dibanding dengan masyarakat *uncertainty avoidance* yang rendah. Persaaan cenderung lebih intens, anak maupun orangtua saling mengungkapkan sentiment positif dan negatif secara emosional.

2.3 Alur Penelitian



Gambar 2.2 Alur penelitian