

**PERSEPSI WARNA BAGI MAHASISWA ETNIS TIONGHOA
UNIVERSITAS KRISTEN PETRA**

彼得拉基督教大学华裔大学生对色彩的理解

Frisia Metta Kurnia

&

Budi Kurniawan, S.Kom., B.A. M.Hum.

Program Studi Sastra Tionghoa Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: frisia_metta@yahoo.co.id & budi.kurniawan@petra.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian mengetahui persepsi warna bagi mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Kristen Petra beserta faktor yang mempengaruhi persepsi. Penulis menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara. Subjek penelitian adalah 20 mahasiswa aktif Universitas Kristen Petra Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan persepsi warna dari segi budaya dan psikologi. Dari segi budaya warna hitam adalah lambang berduka, niat jahat, dan keadilan, warna merah adalah keberuntungan, kebahagiaan, dan warna putih adalah pertanda buruk dan kesedihan. Sedangkan dari segi psikologi warna hitam adalah mewah, formal, dapat membuat tubuh terlihat lebih kurus, warna merah adalah semangat, berani juga dapat menambah nafsu makan dan warna putih adalah murni, bersih, dan terang. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seperti keluarga, lingkungan sosial, media massa, agama, dan pendidikan. Faktor tradisi keluarga dan lingkungan sosial adalah penyebab utama yang banyak mempengaruhi persepsi warna. Faktor media massa, agama, dan pendidikan yang menjadi faktor kedua yang mempengaruhi responden dalam memaknai suatu warna.

Kata kunci : Warna, Makna Warna, Faktor Penyebab Persepsi Warna.

摘要

研究目的是研究彼得拉基督教大学华裔大学生对色彩的理解和影响他们的理解。笔者用定性研究方法来研究和研究资料是采访。主体是 20 个彼得拉基督教大学华裔大学生。研究结果表明他们主要是从文化和心理学角度来看色彩的意义。从文化角度来看，黑色是吊唁、恶兆、正义，红色是吉祥和幸福，白色是恶兆和悲苦。反之从心理学角度来看，黑色是高贵、正式、使人比较瘦，红色是精神、勇敢、食欲，白色是圣洁、干净和亮度。因素影响他们的理解是家庭、社会环境、传播媒介、教育和宗教。家庭和社会环境是影响他们对色彩理解的主要因素。传播媒介、教育和宗教是第二因素影响彼得拉基督教大学华裔大学生对色彩的理解。

关键词: 色彩、色彩的理解，因素影响理解。

PENDAHULUAN

Warna dalam pandangan ahli ilmu fisika adalah panjang gelombang yang berbeda menimbulkan persepsi yang berbeda (Wàn, 2013, p. 26). Dalam kebudayaan, warna juga memiliki peranan yang tidak dapat dipisahkan, budaya warna melambangkan suatu makna. Semua yang ada di dunia pasti memiliki warna masing-masing, seperti warna mobil, warna baju, warna rumah, warna langit, dan lain-lain. Orang Tiongkok menghargai makna dari setiap warna. Orang Tiongkok percaya bahwa warna dapat mendatangkan keberuntungan dan warna yang tidak bisa mendatangkan keberuntungan (Soenarto, 2013, p. 76). Seperti tulisan oleh editor Yà Tàì Biānjíbù (2003), menyatakan bahwa orang Tiongkok sangat mengagumi warna merah. Warna merah darah memiliki hubungan yang sangat erat dengan kehidupan manusia, bila kehilangan warna darah merah manusia akan meninggal. Jadi orang Tiongkok berpendapat bahwa benda-benda yang berwarna merah memiliki misteri kehidupan (p. 59).

Penelitian ini memilih mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra sebagai informan, hal ini dikarenakan menurut hipotesa awal peneliti berpendapat pola pikir mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra sudah terpengaruh oleh budaya-budaya barat seperti mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra lebih menyukai makanan *fast food* daripada tim ayam masakan Tiongkok, mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra sudah banyak yang tidak bisa berbahasa Tionghoa. Informan juga dipilih pria dan wanita karena hipotesa penulis ada perbedaan persepsi warna yang berbeda. Kriteria informan yang dapat menjawab penelitian ini adalah mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra pria dan wanita yang orang tuanya baik ayah dan ibu adalah etnis Tionghoa. Sementara itu, pemaknaan warna hanya memilih warna hitam, merah, dan putih dikarenakan warna-warna tersebut masih kental digunakan dalam acara-acara seperti acara pernikahan, perayaan Imlek serta acara pemakaman.

Berdasarkan sudut pandang kebudayaan Tionghoa, bagaimana pemahaman tentang makna warna hitam, merah, dan putih bagi mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya?

Faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya?

KAJIAN PUSTAKA

Sub Kajian Pustaka

Pemaknaan Warna Dari Sudut Pandang Budaya

Warna memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan manusia, terlebih lagi bagi masyarakat Tionghoa. Bukan tanpa alasan jika ungkapan “kehidupan tanpa warna” dipergunakan untuk menggambarkan kehidupan yang kering, dan tidak mengenal kegembiraan. Warna sangat berpengaruh bagi manusia. Walaupun pendapat orang mengenai warna tertentu tidaklah sama sehingga ada yang menyukai beberapa warna tertentu saja (Nio, 2013, p. 49).

Hitam

Warna hitam selalu dihubungkan dengan kematian dan kegelapan. Warna hitam juga bisa berarti warna yang misterius (Sutton dan Whelan, 2003, p. 175). Sedangkan Etnis Han menganggap warna hitam sebagai sesuatu yang tidak menguntungkan dan pertanda yang buruk (Liáng, 2007, p. 7). Namun warna hitam juga memiliki arti yang positif seperti dalam pewarnaan wajah opera Beijing, yang paling terkenal adalah tokoh wajah berwarna hitam yaitu Bāo Zhěng. Bāo Zhěng adalah seorang pejabat yang tidak pernah takut dengan kekuatan dan kedudukan. Diceritakan Bāo Zhěng menegakkan keadilan sosial dan tidak dapat disuap, maka dari itu Bāo Zhěng dikenal sebagai “Pejabat Bāo Jujur” (Liáng, 2007, p. 16).

Merah

Warna merah melambangkan kegembiraan dan rasa senang. Oleh karena itu, dalam acara perayaan, pada saat pernikahan, orang Tiongkok menyukai merah terang untuk menambah suasana yang gembira. Seperti angpao merah sebagai hasil dari orang Tiongkok yang sangat menghargai warna merah, semua acara kebahagiaan bisa memakai angpao merah dalam mengucapkan selamat, contoh ucapan selamat untuk pengantin baru, ucapan selamat ulang tahun, ucapan ulang tahun bayi yang genap berusia satu bulan dan lain-lain (Yà Tàì Biānjǐbù , 2003, p. 59). Kematian pada dasarnya adalah suatu hal yang menyedihkan tetapi orang berusia lanjut yang meninggal di atas 80 tahun biasanya disebut dengan kematian yang bahagia dan keluarga memakai baju berwarna merah (Zhèngwù Hé Gōngyì Jìgòu Yù míngzhùcè Guǎnlǐ Zhōngxīn, 2014).

Putih

Bagi etnis Han warna putih dianggap sebagai warna yang tabu dalam beberapa acara karena warna putih adalah simbol kematian, pertanda buruk, dan kesedihan (Liáng, 2007, p. 42). Mengirimkan barang sebagai hadiah dengan membungkusnya menggunakan kertas putih dapat menimbulkan perasaan tidak senang pada yang menerimanya. Karena membungkusnya dengan warna putih seolah-olah mendatangkan kesialan kepadanya (Nio, 2013, p. 59). Warna pakaian berkabung ada warna putih dan warna hitam yang menunjukkan hubungan keluarga atau hubungan kerabat (Xīnjiāpō Zōng Xiāng Zōng Hui Bǎnquánsuǒyǒu, 2012).

Pemaknaan Warna Dari Sudut Pandang Psikologi

Warna tidak hanya menciptakan suatu suasana hati, pengaruh subjektif dan objektif, tetapi juga mempengaruhi pendapat kita terhadap volume, berat, dan temperatur (Mahnke, 1993, p. 10). Warna adalah bagian penting dalam kehidupan kita (Mahnke, 1996, p. 7). Kaitan warna, simbol, dan kesan adalah ciri khas dari kebudayaan grup etnis tertentu. Bentuk aplikasi kaitan warna dan simbol yaitu periklanan, fashion, produk, dan desain grafis. Simbol warna mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia seperti dalam bidang seni, agama, mitologi, ilmu kedokteran, bahkan juga yang berhubungan dengan upacara kelahiran, pernikahan, dan kematian (Mahnke, 1996, p. 16).

Hitam

Warna hitam juga bisa berarti warna yang misterius. Warna hitam yang berhubungan dengan suatu acara menegaskan bahwa pentingnya acara tersebut,

warna hitam memberikan kesan formal dan mewah (Sutton dan Whelan, 2003, p. 175). Dalam dunia fashion, warna hitam biasanya menunjukkan status, kemewahan, dan kehormatan. Warna hitam dapat membuat terlihat lebih bercahaya (Mahnke, 1996, p. 65). Warna hitam dan putih sama-sama mudah dipadukan dengan warna lain. Warna hitam adalah warna yang menyusutkan sehingga bisa membuat orang merasa lebih kurus (Wàn, 2013, p. 44).

Merah

Warna merah juga dapat merangsang keberanian dan meningkatkan semangat (Yà Tàì Biānjībù , 2003, p. 59). Warna merah kaitannya dengan kesan positif adalah nafsu, kekuatan, dan kehangatan, sedangkan kesan negatif termasuk sikap agresif, kemarahan, keganasan, dan darah (Mahnke, 1996, p. 61). Warna merah meningkatkan tekanan darah dan nadi lebih cepat sehingga membuatmu merasa lapar dan mendorong kamu makan lebih banyak (Sutton dan Whelan, 2003, p.156).

Putih

Warna putih melambangkan cahaya, spiritual, kesucian, dan kemurnian. Dari sudut pandang psikologi, warna putih berhubungan dengan kebersihan (Mahnke, 1996, p. 65). Awal abad 20, pakaian pernikahan berwarna putih sedikit demi sedikit sudah mulai diterima oleh negara Tiongkok maka dalam upacara pernikahan banyak pengantin wanita yang lebih mengutamakan memilih pakaian pengantin warna putih, yang melambangkan kemurnian dan kesucian (Liáng, 2007, p. 43).

Ideologi Menurut Louis Althusser

Menurut Althusser pertama ideologi merupakan ‘representasi’ hubungan imajiner antar individu dengan kondisi sebenarnya. Maksudnya sebagai contoh ketika ahli bangsa memeriksa kebenaran cerita tentang manusia primitif, pandangan dunia menunjukkan sebagian besar adalah imajinasi yang tidak sesuai dengan realita. Ketika mengakui bahwa itu tidak sesuai dengan realita yang merupakan ilusi maka mereka telah membuat ilusi menjadi realita dan ‘ditafsirkan’ kebenaran dunia yang ditutupi oleh imajinasi (ideologi = ilusi). Kedua, ideologi memiliki eksistensi material karena ideologi selalu ada sebagai alat dan praktek. Ideologi melibatkan diri ke dalam tindakan-tindakan praktek seperti ritual, perilaku yang sesuai norma, dan lain-lain (Althusser, 1971).

Selain itu, ideologi juga menciptakan individu menjadi subjek. Dikatakan bahwa individu selalu dan telah menjadi subjek bahkan sebelum mereka lahir. Althusser memberikan sebuah contoh ketika mendapat panggilan dari petugas polisi di jalan “*Hey, you there!*”. Althusser berpikir bahwa individu yang menengok karena panggilan itu maka individu menjadi subjek (Althusser, 1971).

Bagi Althusser, ideologi bukan hanya sebagai kumpulan ide-ide tetapi sebagai praktik material - ritual, adat istiadat, pola perilaku, cara berpikir yang mengambil dari *The Ideology State Apparatuses* (ISAs). *The Ideology State Apparatuses* bertujuan mendidik dan membentuk mentalitas rakyat (Sutrisno, 2013, p. 44). Althusser menunjukkan serangkaian institusi *The Ideology State Apparatuses* (ISAs) yaitu keluarga, pendidikan, agama, dan media massa (Barker, 2012, p. 65).

Ideologi mempengaruhi persepsi terhadap warna. Sebagai contoh pertama keluarga yaitu orang tua mungkin memberitahu kepada anak-anak untuk pergi ke pemakaman memakai baju hitam, putih atau merah jika orang yang meninggal sudah berusia lanjut. Ada kemungkinan juga dikarenakan masih menjalankan tradisi atau adat istiadat Tionghoa seperti acara pernikahan, perayaan Imlek, dan sebagainya maka tidak dapat dipungkiri dapat mempengaruhi pemahaman responden terhadap warna. Kedua, lingkungan pendidikan yaitu guru memiliki peranan yang penting dalam mendidik individu. Individu mungkin pernah diberitahu bahwa warna putih berkaitan dengan bersih dan suci. Ketiga, mungkin individu mengambil persepsi warna yang didapat dari agama individu seperti saat beribadah sering memakai baju berwarna putih. Keempat, media massa berupa iklan yang menawarkan produk misalnya produk L-Men. Pelihat iklan pertamanya didudukkan sebagai individu yang menatap iklan tersebut, di mana pada momen berikut individu tersebut ter-interpelasi, terbujuk secara imajiner untuk menempati posisi subjek tertentu. Perubahan dari individu ke posisi subjek yang demikian inilah yang disebabkan oleh berlangsungnya interpelasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk meneliti persepsi mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra terhadap warna beserta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada realitas sosial dan digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2013, p. 13).

Dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan, peneliti akan melakukan wawancara kepada narasumber untuk mengetahui persepsi warna bagi mahasiswa etnis Tionghoa di Universitas Kristen Petra Surabaya beserta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur, dimana tujuan wawancara ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dan narasumber diminta pendapat atau ide-ide (Sugiyono, 2013, p. 318). Peneliti akan mendatangi langsung ke tempat narasumber, kemudian diwawancarai dan jika diijinkan akan direkam. Wawancara ini akan dilakukan sendiri oleh peneliti.

Data penelitian yang diperoleh dari rekaman wawancara akan ditranskripsikan menggunakan kalimat ke dalam tulisan. Isi dari data wawancara ini akan dipilah-pilah sehingga diperoleh data yang dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah, kemudian ditarik kesimpulan dan memperoleh hasil analisis yang mendalam (Moleong, 2013, p. 235).

ANALISIS

Pada bab empat, penulis akan melakukan analisa terhadap hasil wawancara yang dilakukan kepada dua puluh orang mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. Analisa akan memfokuskan kepada persepsi makna warna beserta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi makna warna. Hasil wawancara akan digunakan sebagai dasar penelitian untuk mengetahui faktor apa saja yang

mempengaruhi persepsi warna bagi mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya. Berikut adalah data-data mahasiswa yang diwawancara oleh penulis:

Hasil Wawancara dari Segi Budaya Warna Hitam, Merah, dan Putih

Responden memaknai warna hitam sebagai kesedihan, kedukaan, hal-hal negatif juga keadilan dan keseimbangan, warna merah sebagai kebahagiaan, keberuntungan serta lambang kematian yang bahagia di mana orang yang meninggal telah berusia di atas 80 tahun atau telah memiliki cicit dan warna putih yang berhubungan dengan kematian, pertanda buruk, dan kesialan yang masih sesuai dengan makna budaya yang sebenarnya. Pemaknaan demikian didapat dari keluarga responden yang sudah mengikuti tradisi Tionghoa di mana pergi ke pemakaman memakai baju berwarna hitam, putih ataupun merah jika orang yang meninggal sudah berusia di atas 80 tahun atau sudah memiliki cicit. Terlepas dari acara pemakaman, ada responden yang juga pergi ke acara pernikahan memakai baju berwarna hitam dikarenakan mengikuti perkembangan lingkungan sekitar yang banyak memakai baju warna hitam ke acara pernikahan untuk terlihat rapi, formal, dan terkesan mewah. Didapati bahwa di samping responden masih mengikuti adat tradisi Tionghoa juga mengikuti perkembangan lingkungan sekitar responden. Tetapi masih ada responden yang menghindari memakai baju hitam ke acara pernikahan dikarenakan warna hitam lebih cenderung ke hal-hal yang kurang baik. Dalam hal ini responden tersebut masih memegang teguh makna arti warna hitam yang sesungguhnya dalam budaya Tionghoa.

Hasil Wawancara dari Segi Psikologi Warna Hitam, Merah, dan Putih

Pemaknaan dari segi psikologi warna ini kebanyakan terpengaruh dari lingkungan sosial responden di mana kebudayaan barat yang mendominasi. Seperti responden memaknai warna hitam sebagai warna yang *elegant*, mewah, *cool*, dan formal. Dasar pemaknaan warna hitam ini didasari karena adanya kebiasaan masyarakat luas menghadiri acara pernikahan dengan menggunakan pakaian berwarna hitam. Sehingga responden memaknai warna hitam sebagai yang *elegant*, mewah, *cool*, dan formal. Responden memaknai warna merah sebagai semangat, keberanian juga bisa menambah nafsu makan dan warna putih adalah murni, terang, suci, dan bersih. Pemahaman responden terhadap warna merah dan putih ini berasal dari pengaruh pemahaman lingkungan sekitar responden.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Warna Hitam, Merah, dan Putih

Pemahaman responden terhadap warna dipengaruhi oleh keluarga, lingkungan sosial, media massa, agama, dan pendidikan. Pemaknaan warna dari segi budaya sebagian besar dipengaruhi dari lingkungan keluarga responden di mana keluarga responden masih menjalankan tradisi atau adat istiadat Tionghoa seperti perayaan Imlek, acara pernikahan, acara pemakaman dan sebagainya. Seperti keluarga responden yang menghadiri acara pemakaman menggunakan pakaian berwarna hitam ataupun putih sehingga responden memahami warna hitam sebagai kesedihan, kedukaan, kesialan, berhubungan dengan hal-hal negatif dan memaknai warna putih sebagai simbol kematian, pertanda buruk. Begitu juga warna

merah dalam tradisi Tionghoa yang banyak digunakan dalam perayaan Imlek dan acara pernikahan sehingga orang Tionghoa mempercayai warna merah sebagai lambang kebahagiaan serta keberuntungan. Namun juga tidak dapat dipungkiri ada responden yang lebih mengikuti persepsi warna dari lingkungan sosial responden. Sebagai contoh ada responden yang melihat lingkungan sosial responden memakai baju warna hitam ke acara pemakaman dan pernikahan sehingga responden memaknai warna hitam dalam acara pemakaman adalah berduka dan kesedihan, sedangkan warna hitam dalam acara pernikahan diartikan rapi, *elegant*, mewah, dan formal.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi pemahaman responden terhadap warna adalah media massa berupa televisi, buku maupun internet. Di mana memang media massa ini bisa dijadikan sumber dalam menggali pengetahuan responden dalam mempelajari budaya khususnya warna. Selain itu, keyakinan yang dianut dan pelajaran yang pernah diberikan saat responden menempuh proses belajar mengajar juga dapat mempengaruhi responden terhadap warna khususnya putih, dari sinilah responden memahami warna putih yang suci dan bersih.

KESIMPULAN

Penulis meneliti tentang persepsi warna bagi mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra beserta faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.

Melalui penelitian ini, peneliti mendapati bahwa persepsi warna hitam, merah, dan putih didasari kebudayaan dan psikologi. Persepsi budaya warna hitam adalah lambang berduka, kesedihan, kemalangan, misterius yang penuh dengan hal-hal negatif, horor, kegelapan, niat jahat, dan kesialan juga melambangkan keadilan, keagungan, dan keseimbangan. Mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra pergi ke acara pernikahan memakai baju berwarna hitam dengan alasan untuk terlihat formal dan mengikuti *trend* tetapi ada juga yang memakai *accessories*, dasi, sapu tangan dengan warna merah atau warna cerah untuk mewakili warna kebahagiaan dalam acara pernikahan. Namun, masih ada juga yang benar-benar menghindari pemakaian warna hitam dalam acara pernikahan. Sedangkan persepsi psikologi warna hitam adalah *cool*, *elegant*, mewah, rapi, formal, netral, dan dapat membuat tubuh terlihat lebih kurus.

Persepsi budaya warna merah adalah berkaitan dengan kebahagiaan, keberuntungan, dan nasib baik. Selain itu warna merah juga bisa digunakan dalam acara pemakaman jika orang yang meninggal telah berusia di atas 80 tahun atau telah memiliki cicit yang melambangkan keluarga telah bersyukur karena orang yang meninggal tersebut telah diberi umur yang panjang. Dalam persepsi psikologi warna merah berkaitan dengan semangat, keberanian juga menambah nafsu makan.

Persepsi budaya warna putih berhubungan dengan simbol kematian, pertanda buruk, dan kesedihan. Dengan pengertian warna putih yang biasanya dipakai dalam acara pemakaman maka beberapa mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra tidak menyukai bila mereka diberi amplop berwarna putih tetapi ada juga yang tidak mempermasalahkan asalkan saat acara pernikahan harus memakai amplop berwarna merah. Sedangkan persepsi psikologi warna putih adalah murni, suci, bersih, dan terang.

Penelitian ini juga mendapati adanya faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa Universitas Kristen Petra yang paling utama adalah keluarga.

Di mana dalam lingkungan keluarga ini mengarah ke tradisi keluarga mereka dan dari tradisi keluarga maka mereka menjadi tahu tentang makna warna.

Dalam faktor lingkungan sosial yaitu masyarakat cukup berpengaruh besar dalam persepsi seseorang. Di mana mahasiswa etnis Tionghoa Universitas Kristen Petra banyak yang mengikuti persepsi kebanyakan orang di masyarakat atau lingkungan sekitar mereka. Persepsi masyarakat awal mulanya juga terbentuk dari individu yang dalam ruang lingkup kecil seperti keluarga, pendidikan, agama, dan media massa dan nantinya mereka saling bersosialisasi di lingkungan sosial. Dalam faktor media massa seperti film, buku maupun internet, faktor agama, dan faktor pendidikan memiliki peranan dalam mempengaruhi pembentukan persepsi mahasiswa Universitas Kristen Petra tentang warna.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2012). *Cultural Studies Theory and Practice*. London : Sage Publications Ltd.
- Althusser, L. (1971). *Lenin and Philosophy and Other Essays*, Monthly Review Press 1971. Retrieved from, <https://www.marxists.org/reference/archive/althusser/1970/ideology.htm>
- Guō, J.F. (2010). *Hànyǔ yǔ Zhōngguó Wénhuà*. Běijīng : Shāngwù Yīnshū Guǎn Chūbǎn.
- Mahnke, F. (1993). *Color and Light*. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Mahnke, F. (1996). *Color, Environment, and Human Response : An Interdisciplinary Understanding of Color and Its Use as a Beneficial Element in the Design of the Architectural Environment*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Moleong, L.J. (2013). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nio, J.L. (2013). *Peradaban Tionghoa Selayang Pandang*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Soenarto, R.R. (2013). *Budaya Tionghua Pecinan Semarang Sānbǎolóng Tánggrénjiē Zhōnghuà Wénhuà*. Semarang : Perkumpulan Sosial Rasa Dharma.
- Strinati, D. (2003). *Popular Culture Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Diterjemahkan oleh : Abdul Mukhid. Yogyakarta : Bentang Budaya
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutrisno, M. & Putranto, H. (Ed.). (2013). *Teori-teori Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sutton, T & Whelan, B.M. (2003). *The Complete Color Harmony*. Singapore : Page One Publishing Private Limited.
- Wàn, S.C. (2013). *Sècǎi Xīnlǐxué Pòyì Sècǎi yǔ Xīnggé de Mìmì*. Běijīng : Jílín Chūbǎn Jítuán Yǒuxiàn Zérèn Gōngsī.
- Lǐ Zhé, et al. “Zhōng Xīfāng de Yánsè Hányì”. Retrieved from <http://wenku.baidu.com/view/b4de1fc4b9f3f90f76c61bea.html?re=view>
- Liáng, M.L. (2007). *Duō Cǎi Zhōngguó*. Běijīng : Wǔzhōu Chuánbō Chūbǎnshè.
- Wáng, X.Y. (2010). “Lüè Tán Yánsè Zhōng de Wénhuà Yìyì”. *Wénhuà Yìshù Yánjiū*, dì 16 qī zhōukān, 2010. Retrieved from <http://wenku.baidu.com/link?url=NICAXTBitovYwODKwAlQ8RCYlae9>

kMJir2dSg1t4h5ZsHzChSiZvgetOpggQQ_p3CqgopItytff0AXJ6toYhX2m
VNGv_VhTR21UrOMvMAF

Xīnjiāpō Zōng Xiāng Zǒng Huì Bǎnquánsuǒyǒu. (2012). Sānglǐ. Retrieved
November 17, 2015, from <http://www.sfcca.sg/node/62>

Yà Tài Biānjíbù. (2003). *Zhōngguó Zhī Zú*. Xīnjiāpō : Yàtài Túshu Yǒuxiàn Gōngsī.
Zhèngwù Hé Gōngyì Jìgòu Yùmíngzhùcè Guǎnlǐ Zhōngxīn. (2014). Retrieved
November 17, 2015, from
<http://szb.huaiian.gov.cn/jsp/content/content.jsp?articleId=50389>