

雅加达“哥哥姐姐”中华文化传播效应
**EFFECTIVENESS OF KOKO CICI JAKARTA IN PROMOTING
CHINESE CULTURE**

Guan Nan¹⁾, Budi Cayadi²⁾

Chinese Language Department, Bunda Mulia University
¹⁾guannan@bundamulia.ac.id · ²⁾cayadibudi@gmail.com

Diterima tanggal 3 September 2019 / Disetujui tanggal 20 September 2019

摘要

雅加达哥哥姐姐从最初的优秀印尼华族青年选拔活动，逐渐发展成为致力于传播中华文化、推动雅加达城市形象的华族青年团体。本研究旨在研究该协会在传播中华文化的过程中产生了怎样的效应，对2016届至2018届雅加达哥哥姐姐选拔赛入围选手并成为协会成员的30位代表进行问卷调查，并参考了相关社交媒体报道信息。调查结果证明，雅加达哥哥姐姐协会的大部分成员通过在协会中的历练，对中华文化产生了浓厚的兴趣与较高的认同感，基本都能认识到，中华文化是本民族的文化，必须了解掌握并大力传播。在对外传播形式方面以大众传播为主，组织传播为辅，传播渠道以实体活动结合社交媒体宣传，相辅相成。此外还经常通过政府活动、社会服务、社交联谊、媒体邀请等平台全方位传播中华文化。从传播效应来看，基本都能符合预期设想，在社会民众层面产生了良好的示范效应。

关键词：雅加达哥哥姐姐；中华文化传播；印尼华族青年

ABSTRACT

Koko Cici Jakarta has gradually developed from the initial selection of outstanding Indonesian Chinese youths to a Chinese youth group dedicated to spreading Chinese culture and promoting the image of Jakarta. This study aims to study the effect of the association in the process of spreading Chinese culture. A questionnaire survey was conducted on 30 representatives of the 2016 to 2018 Koko Cici Jakarta Competition and became members of the association, and references were made to some report information from relevant social media. The results of the survey prove that most members of the Koko Cici Jakarta Association have developed a strong interest in and a high sense of identity with Chinese culture through experience in the association. Almost all of the members have mastered and spread it vigorously. In terms of the form of external communication, mass communication is the main form, supplemented by organizational communication, and the communication channels are combined with physical activities and social media promotion, which complement each other. In addition, it often spreads Chinese culture in an all-round way through platforms such as government activities, social services, social networking, and media invitations. From the point of view of the dissemination effect, it can basically meet the expected assumptions, and has produced a good demonstration effect at the level of the public.

Keywords: Koko Cici Jakarta; Chinese culture promotion; Indonesian Chinese youth

引言

印度尼西亚是一个民族众多、文化多样的国家，其中就包括华族及其文化。华族和其他各民族一起在印尼历史发展过程

中起到了不断推动国家前进的作用，已成为印尼不可分割的一个族群。但由于一些历史原因，1967年至1998年中华文化在印尼的发展被迫进入了低潮时期。政府采取强制同化政策，不允许华族学习中文、使

用中文姓名、庆祝中华传统节日，等等。在爪哇岛的执行最为严格，其中雅加达作为首都更是首当其冲。

2000年印尼第四任总统瓦希德撤销了有关禁止华人风俗、宗教和信仰的1967年第14号总统令。之后，陆陆续续成立了不少华人社团，如：印华百家姓协会（PSMTI）、印尼中华协会（INTI），举办了一系列中华文化活动。然而历经三十多年的强制同化，很多华族年轻人虽然还能意识到自己的华人身份，但是对中华文化已经十分陌生，文化认同呈现模糊状态（王爱平，2006）。若长此以往，印尼华族文化在未来的传承将岌岌可危。为了改变这一状况，一些以华族青年为主的团体也应运而生，如：华族青年团体（IPTI）和雅加达哥哥姐姐协会。

雅加达哥哥姐姐最初是一个华族青年选秀活动，于2002年在时任西雅加达市长的Sarimun Hadisaputra先生、Teddy Yusuf先生、Suryadi先生、Edy Rusli先生和Ernawati Sugondo女士等社会人士的共同倡议下举办了首届比赛。当时正值春节期间，组委会选择在雅加达最热闹的Glodok商业区举办春节活动与雅加达哥哥姐姐总决赛，社会反响积极正面。而入围决赛的选手赛后并不是各奔东西，而是自动成为协会成员，开展一系列中华文化推广活动。同年9月中秋节期间，雅加达哥哥姐姐举办庆祝活动时，由Sarimun市长正式揭牌宣布协会成立。2006年度决赛夜晚会上，时任雅加达省长的Sutiyoso先生宣布将其升级为省级活动，自此雅加达哥哥姐姐成为一个更专业的团体，定期举办具有社会文化主题的活动，该协会的主要职责之一就是在雅加达地区尤其是年轻群体中推广传播中华文化，进而推动旅游业及相关文化产业的发展。

戴元光（1995）认为，文化传播推动文化变迁，而文化变迁则是社会发展的重要标志之一，“各族的联系及文化融合，是发动各种导致人类进步的力量主要推动力”。

吴格言（2004）则提出，文化传播是“人们社会交往活动过程产生于社区、群体及所有人人与人之间共存体系之内的一种文化互动现象。”。文化传播的功能有社会功能、教育功能、控制功能等。

周鸿铎（2004）指出：人类传播形式多样，包括人内传播、人际传播、组织传播、大众传播以及其他形式的媒介传播，但无论形式如何，都是为了实现相应的既定目标，如：为传承优秀的历史文化遗产，或是为实现社会各部门、各系统之间的协调和沟通，也可能是为促进社会经济、文化的发展，等等。

周鸿铎（2004）认为传播效应是指传播者借用传播媒介将传播内容传递给受众的全过程对受众、对社会以及对传播者自身所产生的影响以及由其所带来的根本性的变化。

Symphony（2017）指出，印尼华人的民族文化认同不是一成不变，而是受到多种因素的影响，处于持续不断变化的过程。

本研究想要深入了解雅加达哥哥姐姐协会具体是如何传播中华文化的，在社会民众中产生了哪些传播效应。

前人相关研究有Falentina Cotton（2014）《举办雅加达哥哥姐姐提升雅加达文化城市形象分析》，介绍雅加达哥哥姐姐比赛的举办情况，日常活动及目的。还有Christina（2016）《印尼哥哥姐姐徽标的符号学分析》，从符号学角度分析印尼哥哥姐姐组织的徽标，发现其特点是具有统一的多样性，保持了传统的和谐。还有Ramschie（2017）的《雅加达Abang None团体成员的社会整合过程》。该研究探讨了雅加达Abang None团体的发展情况，如何与政府配合，实现组织成立的既定目标。

本研究的不同点是着重探求雅加达哥哥姐姐协会组织成员对中华文化的认知程度，在常规活动中以哪些形式来宣传中华文化，以及传播效应如何。

研究方法

本研究采用定量与定性相结合的混合研究方法，通过对研究对象发放问卷辅以追加采访的方式收集数据并进行统计分析。

研究对象主体是2016届至2018届雅加达哥哥姐姐参赛选手，每届10位，共30人。问卷分为三个部分：第一部分考察历届参赛选手对中华文化的认知；第二部分主要围绕雅加达哥哥姐姐以什么形式来推

广传播中华文化；第三部分关注的是中华文化的传播效应。

此外，为了验证社会公众对雅加达哥哥姐姐协会在宣传中华文化所举办的活动效果反应如何，我们还参考了相关社交媒体报道的反馈信息，及活动现场对观众进行的随机采访内容。

研究结果与分析

雅加达哥哥姐姐活动作为雅加达省政府支持的官方活动，体现了年轻一代对复兴华族独特的文化艺术宝贵财富的极大兴趣。其使命包括但不限于：展现雅加达哥哥姐姐参赛选手的本领才艺；增强印度尼西亚的凝聚力和文化团结意识；协助政府开展宣传活动，提升雅加达作为重要旅游目的地的地位；参加由政府 and 民间社团组织举办的各种文化艺术活动。

协会自 2002 年初创至今，每年除了举办雅加达中华文化大使、旅游大使、社会大使评选活动，还会选择在四个华人社会特色节庆时间点，定期举办一系列的中华文化宣传活动，分别是：春节、端午节、中秋节、冬至节，从年初至年末，贯穿一整年，成为华族年轻一代在印尼社会复兴和保护中华传统文化的榜样和指南。此外，协会成员还会受邀参加其他相关活动，如：参加电视节目的活动，到其他地区进行文化交流，辅助政府举办各种社会活动。通过这些多样性的活动，引领社会公众热爱印度尼西亚丰富多彩、独具魅力的文化。同时，作为旅游大使，雅加达哥哥姐姐协会还与省政府合作，将雅加达打造成一个独特、迷人、优雅的旅游圣地。

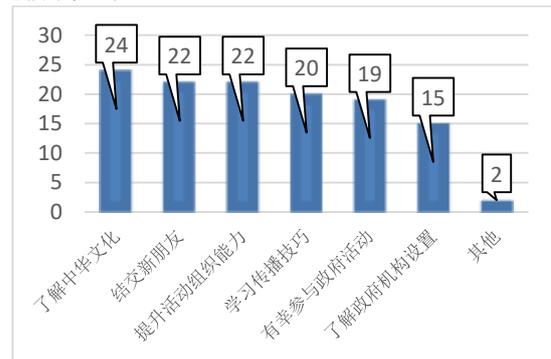
针对收集到的数据和信息，我们从协会成员自身对中华文化的认知、对中华文化的传播方式渠道、以及传播效应这几个角度来进行分析，具体如下：

1) 协会成员对中华文化的认知：

从年龄构成来看，近三届协会成员均为 20-28 岁的年轻人，其中 21-24 岁年龄段人数超过一半，由此可见，这是一个非常朝气蓬勃、活力十足的组织。97% 的成员都表示了解协会成立背景，这也有助于大家在组织开展活动时统一思想，团结合作。

(1) 整体收获：

所有成员都表示，每个人均经历了初试、半决赛、封闭式培训、才艺展示、总决赛等环节，历经重重筛选，过关斩将，并在总决赛结束后根据个人意愿加入雅加达哥哥姐姐协会，以老带新，一代一代传承至今。从加入雅加达哥哥姐姐大家庭至今，各位成员在各方面的收获都非常丰富，其中主要集中在六个方面，从高到低依次排序如下：

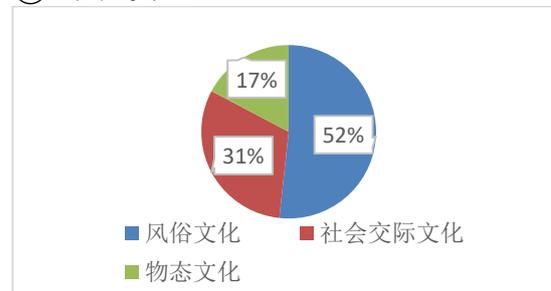


图表 1 各方面收获

(2) 中华文化认知：

虽然整体来看分布比较平均，但还是能看出排名最靠前的是了解中华文化，协会成员认为在活动中学习到了很多中华文化方面的知识，相关认知显著提高。

① 认知类型



图表 2 中华文化认知类型

根据反馈，我们可以发现协会成员在活动中得到提升的文化认知不止局限于中华传统节庆习俗，如：春节、端午节、中秋节等节日及婚庆礼仪，还包括社会交际文化，如何同人打招呼、问候、感谢等，而且还学习到了不少物态文化，如：地理、饮食、服装、艺术（剪纸、书法、音乐戏曲等）。

② 学习动因

协会为成员们提供了丰富多彩、类型各异的中华文化，但我们也想了解促使成员们学习中华文化的动因究竟是什么。

我们发现，促使大家学习中华传统文化的理由主要是认为本身作为华族年青一代，必须学习中华文化，占比达到 83%，

这反映出大家对中华文化的认同程度相当高。还有 17% 的成员表示对中华文化很感兴趣，完全没有人表示是出于被迫，不得已才学习。这反映出协会成员对中华文化的态度是积极正面的。

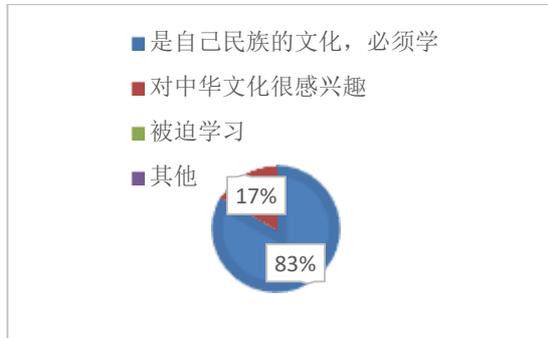


图 3 学习中华文化的动因

③ 普遍看法

然而，当我们问及协会成员在组织及参与相关中华文化活动时，根据自身感受谈谈华族青年对中华文化的普遍看法时，结果却恰恰相反。

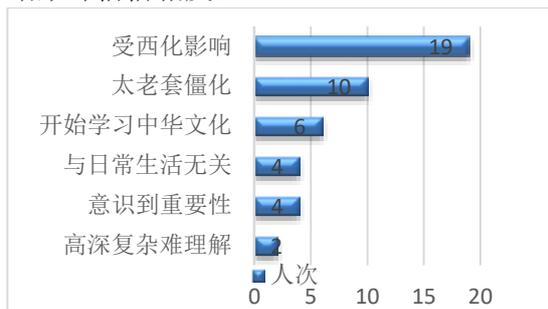


图 4 华族青年对中华文化的普遍看法

协会成员大部分都表示，在当今这个全球化时代，年轻人普遍受西方文化影响严重，认为中华文化太老套僵化，而且高深复杂，难以理解，与日常生活关联性不强，所以导致年轻一代普遍不重视中华文化，认为没有学习的必要。只有少部分人表示，有些年轻人已经意识到中华文化的重要性，并开始主动学习中华文化。

由此我们可以看出，虽然印尼政府解禁中华文化已有近二十年的时间，但之前超过三十年的断代影响导致在华族青年群体对中华文化的认知还没有达到预期设想。而如果无法激发华族青年群体对本民族文化重要性的意识，可以想象，未来随着时间的流逝，中华文化也会在印尼慢慢消失。而雅加达哥哥姐姐作为中华文化大使，有责任有义务大力传播中华文化，让雅加达民众重新认识到充满魅力的中华传统文化。

2) 中华文化的传播：

(1) 传播形式

根据雅加达哥哥姐姐协会成员的反馈，对中华文化的传播主要以大众传播的形式出现，占 67%，其次是组织传播，占 23%，这也是由协会宗旨使命决定并为其服务的。因为雅加达哥哥姐姐协会除了每年都会举办选拔比赛，壮大协会，提升组织影响力，更主要的目的就是为了让社会公众广泛传播中华文化，因此每年都会定期举办并参与一些与中华文化有关的民俗活动。

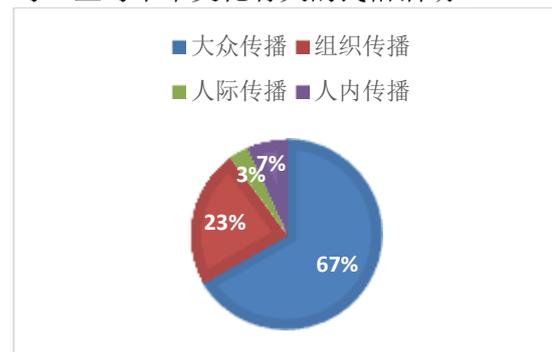


图 5 中华文化传播形式



图片 1 大众传播实例

2018 年 3 月在雅加达 Glodok 唐人街庆祝元宵节活动表演，观众反应热烈，现场记者争相采访协会成员。

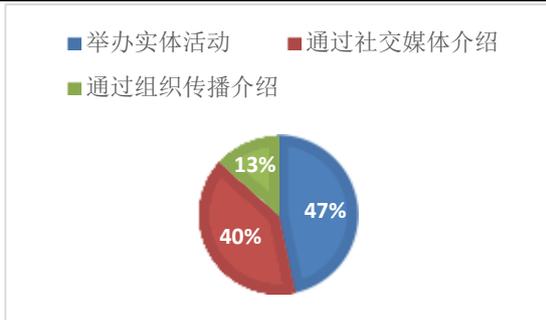


图片 2 组织传播实例

2017 年 5 月雅加达哥哥姐姐总决赛在雅加达中区著名的 Ismail Marzuki 公园剧院隆重举办，吸引了场内数万名公众观看，盛况空前。

(2) 传播渠道

我们对雅加达哥哥姐姐协会近三年在中华文化传播过程中采用的传播渠道进行了统计，具体如下：



图表 6 中华文化传播渠道

通过数据可以看出，雅加达哥哥姐姐协会采用多渠道多角度，对中华文化进行全方位传播，其中实体活动与社交媒体宣传相辅相成，组织传播进一步巩固。

① 实体活动传播



图片 3 实体活动实例之端午节

2017 年端午节，雅加达哥哥姐姐协会在雅加达北区一所大型商场内举办“送你粽子，用爱服务”主题活动，包括粽子制作示范、吃粽子比赛和粽子起源历史竞答等环节，现场气氛十分活跃，雅加达北区副市长也出席活动并致辞。



图片 4 实体活动实例之冬至节

2017 年 12 月 16 日，雅加达哥哥姐姐协会在雅加达北部 Pejagalan 的 RTH RPTRA Kalijodo 举办了“Ondeternal Love”活动，庆祝恰逢母亲节的冬至节。活动的亮点是由妇女代表、雅加达哥哥姐姐、旅游大使和校园大使共同用汤圆制作了印尼地图。

② 社交媒体介绍

现代科技发展迅速，每个人一定有一台智能手机在手，世界各地的新闻或信息时刻掌握。雅加达哥哥姐姐协会也与时俱进，以媒介传播的方式来宣传中华文化。



图片 5 社交媒体介绍实例之端午节
 雅加达哥哥姐姐在社交媒体上宣传 2018 年 6 月 30 日在 RTH Kalijodo 举办的端午节活动。



图片 6 社交媒体介绍实例之中秋节
 雅加达哥哥姐姐协会于 2017 年 9 月 27 日举办中秋节庆祝活动。在协会 IG 界面可以看到 LET'S START THE COUNTDOWN、D-7、D-5、D-3、TODAY 字样的海报，这是采用倒计时的造势方式，并一直延续到正式活动当天，提醒公众持续关注。Pesona Sang Bulan 是中秋节活动主题。粉红色图片是活动徽标。Quiz Pre Event 是前期预热活动。有视频标志的内容是简单介绍中秋节历史。还有两张海报是有关节日活动安排、时间与地点的相关信息。



图片 7 YouTube 雅加达哥哥姐姐频道庆祝春节活动视频

2018 年 2 月 24 日，来自雅加达哥哥姐姐协会的 18 位成员在 Mal One Belpark 举办的春节活动中进行表演，内容主要是契合新春主题，介绍中国十二生肖的来历。表演过程中大家载歌载舞，生动活泼，最

后还一起合唱雅加达哥哥姐姐协会会歌（Bersatu untuk Negri），获得现场观众的热烈欢迎和一致好评。现场视频也发布在雅加达哥哥姐姐协会 YouTube 专属频道，方便更多观众随时随地欣赏。

③ 组织传播介绍

雅加达哥哥姐姐协会每年还会定期举办或参加一些组织性活动，旨在通过信息传递将组织的各部分联结成一个有机整体，以保障组织目标的实现和组织的生存与发展。



图片 8 组织传播实例之年度工作例会
2017 年底雅加达哥哥姐姐协会举行年度工作例会，总结经验，继往开来。



图片 9 组织传播实例之百家姓协会全国协商大会

2017 年 12 月，雅加达哥哥姐姐协会作为印尼百家姓协会下属成员，出席第六届全国协商大会，从华族青年一代的角度为印尼华族的可持续发展献计献策。

(3) 政府支持

雅加达哥哥姐姐活动从创建之初起，不仅得到了诸如印尼百家姓协会的华人社团的鼎力相助，雅加达地方政府也在各项活动中给予了大力支持，包括政策、场地、人力、资金等方面的支持，从而保证每次活动都能够顺利进行。



图表 7 政府提供支持类型

每次雅加达哥哥姐姐协会举办活动，雅加达省市级政府官员几乎都会有代表亲临现场致辞，这都是对协会活动的极大肯定和鼓励，令所有成员备受鼓舞。



图片 10 雅加达副省长致辞

2017 年 12 月 16 日，时任雅加达副省长乌诺先生在冬至节活动“Ondeternal Love”中致辞。



图片 11 雅加达省长致辞

2018 年 3 月 3 日雅加达省长在 Glodok 区唐人街春节活动的开幕仪式上致辞。

(4) 其他宣传平台

雅加达哥哥姐姐不仅仅举办各个活动，大部分成员也曾经被邀请到其他组织举办的活动。通过这种多元交流活动，既提升了该协会与其他组织团体的联系与合作，也能够更好地整合不同平台来传播中华文化，扩大在社会公众当中的影响力。



图表 8 受邀参加活动平台

受邀参与其他活动的平台分布由高至低排列为：政府活动、社会服务活动、其他民间团体举办的活动、电视台节目录制，等等。由此我们可以看出，雅加达哥哥姐姐协会是一个具有社会责任心、关心民众疾苦、有热情、有温度的青年团体。



图片 12 西雅加达市政厅活动

2016年6月22日雅加达哥哥姐姐受政府邀请参与雅加达成立日纪念活动。2017年1月28日，西雅加达文化与旅游局长 Linda Enriany 女士邀请雅加达哥哥姐姐在其所在辖区的唐人街 Pecinan Petak Sembilan 区的 Taman Sari 表演，推广宣传作为印尼文化不可分割一部分的中华传统文化。



图片 13 慰问受灾群众

2016年5月雅加达哥哥姐姐协会与其他民间组织共同慰问西雅加达火灾受灾群众，除了送上慰问物资，解决燃眉之急，还尽力进行灾后心理疏导，帮助灾民尽快走出阴霾。



图片 14 志愿者教学活动

2018年12月雅加达哥哥姐姐协会与努山塔拉黄金一代基金会合作，志愿为贫困儿童开展寓教于乐分享活动。



图片 15 组织募捐活动

2018年8月雅加达哥哥姐姐协会为龙目岛地震灾民举办募捐活动。



图片 16 应邀参加其他社团活动

2019年4月雅加达哥哥姐姐协会代表应邀出席西雅加达 Abang None 选举决赛夜活动，推进同类型青年团体之间的联谊，交流经验，互通有无。



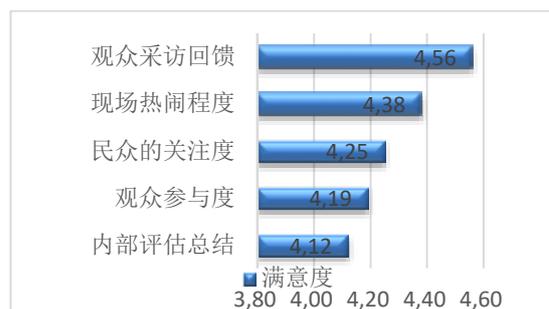
图片 17 RCTI (Lucky Show 节目)

2016年2月7日雅加达哥哥姐姐被邀请到 RCTI 电视台参与新春节目的录制工作，借助这个收视率很不错的平台，有效宣传了中华传统文化。

3) 中华文化传播效应:

(1) 宣传效应

① 协会成员角度:



图表 9 协会成员对宣传效应的评价

根据活动宣传期间民众的关注度、举办现场热闹程度、观众参与度、对现场观众的采访回馈、活动结束后协会内部评估总结等各个方面作为判断因素，成员们整体满意度较高，普遍认为雅加达哥哥姐姐协会一直以来组织及参与的各项活动总体来看，都起到了很好的作用，有效地推动了中华文化在印尼尤其是雅加达社会民众当中的影响力。

② 普通民众角度:

雅加达哥哥姐姐协会一般都会在中国传统节日期间在市内大型商场购物中心举办中华传统文化活动，每次都能吸引广大市民游客前往观看，起到了很好的传播效果。



图片 18 雅加达中央公园商城新春活动现场



图片 19 Alam Sutera 地区 Living World 商城新春活动现场

通过这些图片，我们可以看出现场观众人山人海，热闹非常，民众参与积极性格外高涨。而且在活动结束后，还在各大媒体平台持续发酵升温，传播力度持续不减。



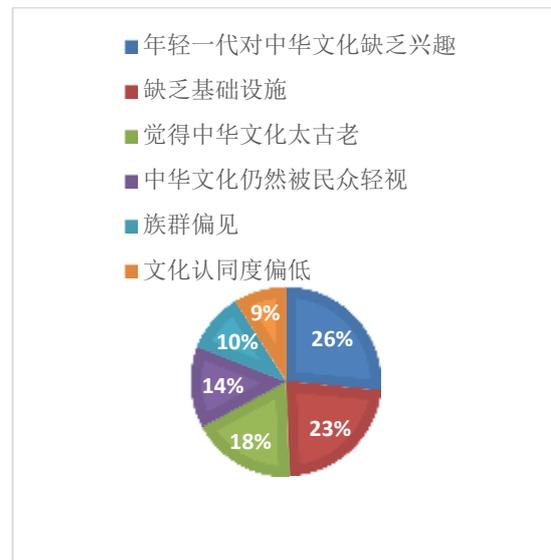
图片 20 采访现场观众

雅加达哥哥姐姐举办的各种活动都收到了广大民众的积极反馈。有一位现场活动的观众（Kang Kabupaten Tangerang）在受访时说道：“我本人今天是第一次看到中华文化的节目。让我大开眼界，收获了很多新的知识，我觉得这次节目十分精彩。”他虽然不是华族，但对雅加达哥哥姐姐协会举办的活动表现出了极大的兴致，并表示对中华文化有了全新的了解，这就足以证明活动的举办达到了传播中华文化的预期目的。

(2) 宣传阻力

当然，也存在不可回避的事实，那就是部分协会成员表示，在传播中华文化的过程中或多或少还是会遇到一些困难和阻力。

协会成员提到的在传播过程中遇到的这些困难和阻力确实我们必须面对的客观事实，都是由于之前几十年中华文化在印尼发展受阻的产物。但也恰恰是这些困难和阻力激励着一代又一代华族青年知难而进，团结协作，为中华文化在印尼的传播贡献力量。



图表 10 中华文化传播过程中的困难

结论

通过以上分析，我们对本研究总结归纳如下：

雅加达哥哥姐姐活动虽然初始是一个青年选秀比赛，但协会自成立之初，就肩负着传播中华文化的使命，对所有成员也是经过层层严格选拔，对入选的优秀选手不断地进行包括中华文化在内的全方位素质培训，是一个拥有共同理念，团结一致的华族青年团体。几乎所有的协会成员都能深刻意识到自身所承载的责任，其中之一就是身为中华文化大使，这是一件十分重要的事情，在协会中的历练启发大家对中华文化产生了浓厚的兴趣与较高的认同感，成员们都认识到，中华文化是本民族的文化，必须了解掌握并尽可能传播开来。诚然，全球化时代背景下的很多年轻人普遍受西化影响严重，对中华文化重视度远

远不够，而这恰恰成为激发雅加达哥哥姐姐不断思考的动力，与时俱进，调整思路，拓宽渠道，以便更好地传播中华文化，尽可能得到广大民众的认可并接受。

雅加达哥哥姐姐协会每年除了通过举办选拔赛甄选优秀青年代表，也会通过实体活动、社交媒体宣传、组织传播等多角度多渠道，固定在每年的中华传统节日时段（春节、端午节、中秋节、冬至节）向印尼尤其是雅加达民众宣传推广中华文化，在民众中形成了很好的示范效应，并养成了固定性的习惯。这些活动也都得到了来自省市级地方政府及众多社会团体的大力支持。此外，协会还会经常受邀参与政府活动、社会服务活动、其他民间团体举办的活动、电视台节目录制，等等。通过这些形式多样的平台，雅加达哥哥姐姐协会有效地推动中华文化在社会公众层面的传播。

每次活动结束后，雅加达哥哥姐姐协会都会组织成员及时做出评估总结，根据对成员的调查并参考对现场观众采访的结果，我们认为协会举办和参与的各项活动整体来看还是基本达到了预期效果，有效地在印尼尤其是雅加达社会民众层面传播了中华文化，起到了积极正面的示范效应。中华传统文化活动传递出的喜庆感、包容性、互动性拉近了印尼各民族群众之间的距离。

根据上述分析结果，我们提出若干建议如下：

身为印尼华族，有必要正确认识自己的身份，既无需妄自菲薄，也不要妄自尊大。印尼不同民族都有各自独特的文化身份，但彼此之间都是平等的，没有高低贵贱之分。最重要的是各民族之间必须互相尊重，彼此了解。

瓦希德总统颁布的总统令让华族可以重启中文学习，举办中华传统文化活动。华族年轻一代一定要把握住这个机会。之前几十年的断代需要更多的努力来迎头赶上。

“以其昏昏，使人昭昭”。在向社会公众传播中华文化之前，自己先要了解并掌握相关内容，否则就会以讹传讹，出现传播偏差。

中华文化在印尼的传播任重而道远，这不仅仅是雅加达哥哥姐姐协会或者某几个特定团体的责任，中华文化作为印尼多

元文化的一部分，将其发扬光大，可谓人人有责。

参考文献

- Christian Akelba Symphony. (2017). Identitas Budaya Orang Tionghoa Indonesia. *Jurnal Cakrawala Mandarin*, 11-22.
- Christina. (2016). Sebuah Analisis Semiotik Logo Koko Cici Indonesia. *SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi*, 241-269.
- Cotton Falentina. (2014). Analisis Penyelenggara Pemilihan Koko Cici Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Citra Jakarta Sebagai Kota Budaya. Jakarta: London School of Public Relation Jakarta.
- Ramschie Imanuel Andrew. (2017). Budaya Organisasi Ikatan Abang Nong Jakarta Dalam Proses Integrasi Sosial Anggotanya. Jakarta: Universitas Indonesia.
- 吴格言. (2004). 文化传播学. 北京: 中国物资出版社.
- 周鸿铎. (2004). 传播效果研究的两种基本方法及其相互关系. *现代传播-中国传媒大学学报*.
- 戴元光. (1995). 关于文化传播学的理论问题. *兰州大学学报(社会科学版)*, 80-86.
- 王爱平. (2006). 印尼华裔青少年的身份认同与国家认同——华侨大学华文学院(集美)印尼华裔学生的调查研究. *武汉大学学报(哲学社会科学版)*, 282-288.