



DAMPAK BUDAYA TERHADAP PERILAKU ORGANISASI DAN SDM

MANAJEMEN SDM INTERNASIONAL

BAB V

CULTURAL AWARENESS

The Cultural lens is a good way of thinking about differences – we all wear a pair of invisible glasses that shape how we see things around us. When we come from the same culture, our colours are closer together than when we come from different countries



KEGUNAAN MEMPELAJARI BUDAYA

- Usaha untuk memahami dinamika orang dalam sebuah organisasi.
- Mempelajari secara komprehensif dan terintegrasi dalam perspektif dan konsekuensi internasional dalam mengelola orang-orang yang bekerja secara lintas batas (Cross-borders) dengan bahasan internasionalisasi dalam hal konteks, strategi, dan proses dari SDM lintas nasional dan lintas budaya, dengan konsekuensi sosialnya dari sebuah internasionalisasi ekonomi global.

GLOBALISASI

- Globalisasi adalah proses integrasi dan interaksi bertahap di antara entitas, individu, dan negara yang berbeda di seluruh dunia.
- Globalisasi membuat masyarakat di suatu budaya dapat dengan mudah mempelajari budaya masyarakat lain. Dengan begitu akan timbul sikap saling menghargai antara budaya satu dan budaya lain.
- Globalisasi juga membuka pola pikir masyarakat untuk banyak bergaul dan berhubungan dengan banyak orang, sampai ke luar negeri.

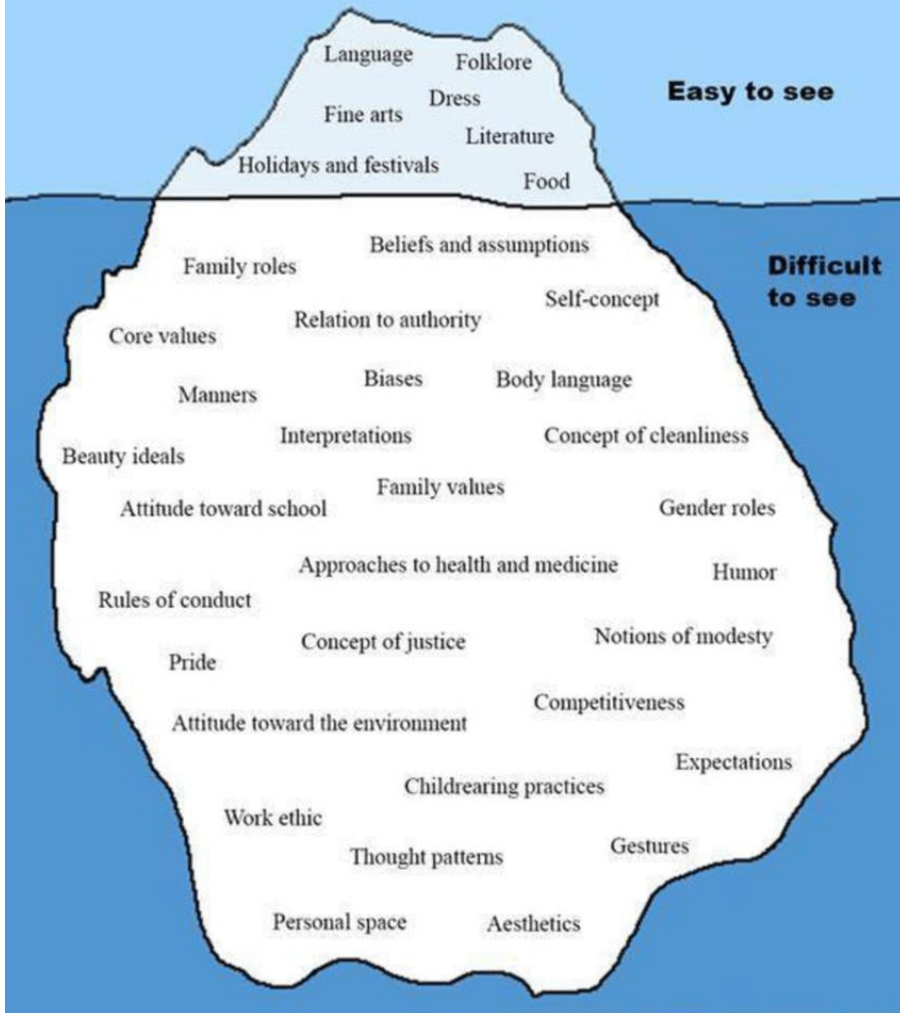
5 CIRI-CIRI GLOBALISASI

1. Batas antarnegara semakin tipis
2. Kemudahan menyebarkan informasi
3. Kegiatan perdagangan semakin luas
4. Pertukaran budaya
5. Perubahan konsep

LIMA DIMENSI GLOBALISASI

1. Internasionalisasi : “saling ketergantungan ekonomi yang tumbuh di antara negara-negara, a.l : aliran barang jasa, modal dan pengetahuan”.
2. Fenomena terkait liberalisasi : menuju ekonomi dunia yang terbuka, tanpa batas.
3. Universalisasi/ “seluruh dunia”
4. Westernisasi/modernisasi/amerikanisasi
5. Deterritorialization : konfigurasi ulang geografi sehingga ruang social tidak lagi terpetakan secara utuh dalam tempat, jarak dan batas territorial.

The Cultural Iceberg



- *Culture is very similar to an iceberg. It has some aspects that are visible and many others that can only be suspected, guessed, or learned as you grow to understand cultures. Like an iceberg, the visible part of culture is only a small part of a much larger whole.*
- Kebudayaan sangat mirip dengan gunung es. Ia memiliki beberapa aspek yang terlihat dan banyak aspek lainnya yang hanya dapat dicurigai, ditebak, atau dipelajari seiring Anda semakin memahami budaya. Ibarat gunung es, bagian kebudayaan yang terlihat hanyalah sebagian kecil dari keseluruhan yang lebih besar.

The Iceberg Concept of Culture

Like an iceberg,
nine-tenths of culture is below the surface.

Surface Culture
Most easily seen
Emotional level - low

Food, dress,
music, visual arts,
drama, crafts,
dance, literature,
language, celebrations, games



Shallow Culture
Unspoken Rules
Emotional level - high

courtesy, contextual conversational patterns, concept of time,
personal space, rules of conduct, facial expressions,
nonverbal communication, body language, touching,
eye contact, patterns of handling emotions,
notions of modesty, concept of beauty, courtship practices,
relationships to animals, notions of leadership, tempo of work,
concepts of food, ideals of child rearing, theory of disease,
social interaction rate, nature of friendships, tone of voice,
attitudes toward elders, concept of cleanliness, notions of adolescence,
patterns of group decision-making, definition of insanity,
preferences for competition or cooperation,
tolerance of physical pain, concept of "self",
concept of past and future, definition of obscenity,
attitudes toward dependents,
problem solving roles in relation to age, sex, class, occupation,
kinship, and ...

Deep Culture
Unconscious Rules
Emotional level - intense

BUDAYA YANG TERLIHAT DAN TIDAK TERLIHAT

- Ketika berpikir tentang Multikultural, maka kita perlu menyadari bahwa “Budaya” terdiri dari Permukaan dan Hal-Hal yang Menarik, seperti : makanan, pakaian, music, seni visual, drama, kerajinan tangan, tari, sastra, Bahasa, perayaan, dan permainan.
- Tetapi budaya yang “kita lihat” itu kecil dibandingkan dengan apa yang “tidak dapat kita lihat”
- Contoh unsur-unsur yang tidak terlihat : nilai (values), kepercayaan (belief), cara yang lengkap dalam memandang dunia, bagaimana berperilaku dalam keadaan tertentu, pola percakapan kontekstual, ekspresi wajah, Bahasa tubuh, komunikasi non. Verbal, pola penanganan emosi, pengertian kesopanan, konsep kecantikan, dsb.

HAMBATAN INTERAKSI BUDAYA PADA BISNIS CROSS-BORDERS (LINTAS BATAS):

1. Hambatan Bahasa (language barriers)
2. Pemikiran stereotip (stereotypical thinking)
3. Perbedaan nilai (differences in values)
4. Perbedaan standar perilaku (Difference in standards of behavior).
5. Kurangnya kepercayaan (Lack of trust) kepada perwakilan budaya lain.

GENERASI VS BUDAYA NASIONAL (MANA YANG LEBIH PENTING?)

- We live in Era those National cultures, economies, Borders and Politic all disappeared (Sevim Oz, 27 Jul, 2020).
- Globalisasi hadir dengan sejumlah peluang dan resiko.
 - Peluang : aktivitas lintas batas telah muncul sebagai alat utama untuk mengejar market opportunities, teknologi, kapabilitas, dan produk baru, mendorong pertumbuhan, inovasi dan transformasi.
 - Resiko : Perubahan kehidupan social, Mengikis nilai-nilai budaya.

GENERATION Y (MILLENIALS) OR DIGITAL NATIVES – BORN BETWEEN 1982 AND 1994 :

- Teknologi adalah bagian dari kehidupan sehari-hari mereka, tetapi mereka tidak dilahirkan di dalamnya. Namun, mereka masuk ke dunia digital dari dunia analog tempat mereka lahir dan hidup. Generasi milenial dicap sebagai orang yang malas, narsis dan manja. Faktanya, pada tahun 2014, Majalah Time melabeli mereka sebagai “generasi aku-aku-aku”

GENERATION Z (CENTENNIAL) OR POST-MILLENNIALS – BORN AFTER 1995 AND 2010 :

- Ini adalah sekelompok orang yang ditentukan oleh internet. Generasi yang berfokus pada internet ini mencerminkan bahwa mereka semakin memikirkan kehidupan mereka melalui internet dan media social. Pada saat yang sama, mereka ingin mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan segera dan memiliki sedikit kesabaran untuk kelambatan. Mereka juga kurang aspiratif. Tetapi pada saat yang sama, pemahaman mereka berubah dari “saya” menjadi “kita”. Selain itu, teknologi dan transportasi telah menjadi sinonim bagi mereka, mereka berfokus pada membangun hubungan, mempertimbangkan peluang dan ide baru, menyambut perubahan, dan berwirausaha, focus secara finansial, menikmati hubungan dengan orang lain, kompetitif dan ingin di dengar.

MULTICULTURALISM & CULTURAL IDENTITIES

- Konsep perubahan budaya semuanya saling berhubungan. Masing-masing mempengaruhi yang lain baik dalam individu atau kelompok, Lembaga atau sistem, negara dan wilayah. Hal ini menuntut terhadap pola pikir, norma-norma, dan peran, untuk meningkatkan kualitas hidup, baik di dalam maupun di luar pekerjaan.
- Multikulturalisme atau keberagaman dinilai penting dan menjadi populer dalam beberapa decade terakhir. Diskusi multicultural mengacu pada berbagai macam situasi keanekaragaman budaya, dan batas negara, pengakuan dan penghormatan terhadap perbedaan budaya/agama, hidup dengan “perbedaan” dalam konteks sehari-hari, representasi identitas, budaya dan “masyarakat yang baik”.

MULTIKULTURALISME

- Multikulturalisme mengacu pada situasi dimana orang-orang yang memiliki kebiasaan, adat istiadat, tradisi, Bahasa dan/atau agama yang “berbeda” hidup berdampingan satu sama lain dalam ruang social yang sama, bersedia mempertahankan aspek-aspek yang relevan dari perbedaan mereka sendiri dan untuk mempublikasikannya diakui. Istilah ini melibatkan evaluasi positif terhadap keanekaragaman budaya dan komitmen kelembagaan untuk pelestariannya.
- Multikulturalisme terkait erat dengan identitas (identity), perbedaan (difference), pengakuan (recognition), dan ekonomi (economic), yang kesemuanya menganggap pengakuan yang tepat atas keragaman budaya sebagai langkah penting untuk menilai Kembali identitas yang tidak dihormati dan mengubah pola dominan representasi dan komunikasi yang meminggirkan kelompok tertentu (Song, 2010).

4 KEKUATAN PENDORONG DI BALIK PERUBAHAN SOCIAL DAN TEKNOLOGI, ADALAH :

- Globalization of markets, consumerism, and workforces.
- Transformation of traditional organizational hierarchy into a more participative, multinational, or global network.
- Fragmentation of work and creation of a global job market.
- Ascendancy of knowledge and information services as primary global products.