

PERSEPSI & NILAI BUDAYA

ADE KUSUMA, S.SOS, M.MED.KOM

KOMUNIKASI & BUDAYA



Berbeda Budaya, Berbeda Persepsi



Berbeda Budaya, Berbeda Persepsi



Berbeda Budaya, Berbeda Persepsi

- ❖ Persepsi adalah suatu proses aktif, ketika seseorang memperhatikan, mengorganisasikan dan menafsirkan semua pengalamannya secara selektif [Tubbs & Moss]
- ❖ Persepsi mempengaruhi bagaimana pola perilaku budaya dari seorang individu

Berbeda Budaya, Berbeda Persepsi

- ❖ Pola budaya merupakan suatu sistem kepercayaan dan nilai yang terintegrasi yang bekerja sama untuk menyediakan suatu model yang terpadu, jika tidak selalu konsisten, dalam melihat dunia [Samovar]
- ❖ Pola budaya akan mempengaruhi bagaimana cara individu melihat, berpikir, dan bersikap di dunia ini

Pendekatan RELATIVISME BUDAYA

- Cara pandang yang menekankan fakta bahwa budaya berbeda bukan hanya dari praktik dan kepercayaan yang ada, namun juga penghargaan terhadap peraturan moral yang sangat tergantung pada kepercayaan, kebiasaan, dan praktik budaya seseorang
- Hal yang benar dan salah (baik dan buruk, adil dan tidak adil, kebaikan dan kejahatan, dan lain-lain) merupakan hal yang relatif tergantung dari kerangka moral seseorang.

Pendekatan Absolutisme Budaya

- Prinsip etika merupakan hal yang dapat diterapkan secara universal, kebenaran moral yang kekal dan berakar dalam sifat manusia dan kebebasan dari konvensi masyarakat tertentu
- Ada moralitas absolut yang kekal dan berlaku untuk semua orang, dimanapun dan tidak bergantung dari konvensi budaya seseorang
- Percaya bahwa ada peraturan moral yang pasti dan benar serta kode yang diterapkan oleh semua orang sepanjang waktu. Peraturan ini membentuk standar moral yang objektif dan tidak terkecuali

Dimensi Budaya

- ❖ **Gerard Hendrik Hofstede**
- ❖ Salah satu perintis riset tentang organisasi lintas budaya
- ❖ Teori tentang dimensi budaya yang merupakan kerangka kerja untuk komunikasi lintas budaya.

Dimensi Budaya Hofstede

1. *Individualism versus Collectivism*
2. *Uncertainty Avoidance*
3. *Power Distance*
4. *Masculinity-Femininity*
5. *Long-term Orientation versus Short-term Orientation.*

Individualism versus Collectivism

Bagaimana seorang individu mendefinisikan tentang dirinya sendiri dan bagaimana hubungan dia dengan orang lain

INDIVIDUALISME	KOLEKTIVISME
Tujuan pribadi jadi prioritas	Tujuan kelompok
Kemandirian	Ketergantungan
Prestasi pribadi	Kerjasama
Keunikan merupakan nilai tertinggi	Keutuhan kelompok menjadi yang utama

Individualism versus Collectivism

Nilai individualisme & kolektivisme pada 50 negara dan 3 daerah bagian, [*Culture's Consequences : Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*, edisi ke-2]

Individualisme : Amerika Serikat, Australia, Inggris, Kanada, Belanda, Selandia Baru, Italia, Belgia, Denmark, Swedia, dan Perancis.

Kolektivisme : Sebagian besar negara di Asia, termasuk Indonesia (kecuali Jepang), serta di Afrika (kecuali Afrika Selatan)

Uncertainty Avoidance

- Konsep yang menjelaskan sejauh mana anggota masyarakat merasa tidak nyaman dengan situasi ketidakpastian atau ambiguitas
- GudyKunts & Kim [2003] : negara-negara dengan indeks *uncertainty avoidance* tinggi selalu mencoba menghindari tingkat kecemasan dengan menganjurkan ketertiban yang dapat dilakukan secara kolektif

Uncertainty Avoidance

Tingkat Tinggi	Tingkat Rendah
Menyediakan kestabilan bagi anggotanya; melalui protokol sosial yang formal [aturan, hukum, ritual]	Lebih fleksibel Tidak menyukai struktur yang hirarki
Perilaku dan ide yang bertentangan tidak dapat ditoleransi	Toleransi terhadap perbedaan perilaku dan ide
Tahan terhadap perubahan	Mudah menerima perubahan
Jepang, Jerman, Perancis, Yunani, Portugal, Peru	Amerika Serikat, Finlandia, Hongkong, Singapore

Power Distance

- ❖ Seauhmana para anggota memandang dan merasakan 'jarak' mereka dengan para pemegang kekuasaan
- ❖ Seauhmana para anggota memandang atau merasakan distribusi kekuasaan (merata atau tidak merata) yang mereka peroleh dari lembaga, organisasi, atau perusahaan

Power Distance

Tingkat Tinggi	Tingkat Rendah
Percaya kekuasaan dan otoritas	Mengabaikan kepercayaan kepada otoritas
Manusia tidak sama, memiliki posisi masing-masing	Ketidak setaraan harus diminimalisir
Pentingnya status sosial	Status sosial bukan hal yang utama
Sistem nilai yang terstruktur dan hirarki	Sistem hirarki sebagai peranan yang tidak setara, lebih mengutamakan kenyamanan

Malaysia, Guatemala, Panama, Filipina, Meksiko, Venezuela, negara-negara Arab, Ekuador, dan India.

Austria, Denmark, Selandia Baru, Irlandia, Swedia, Norwegia, Finlandia, Swiss dan Inggris

Masculinity-Femininity

- ❖ Distribusi “peran-emosional” yang berorientasi gender, atau menjelaskan kepribadian laki-laki dan perempuan

High Values on Masculine	High Value on Feminine
Dominasi masyarakat berorientasi pada laki-laki	Dominasi masyarakat juga berorientasi pada perempuan
Ada peran gender yang jelas antara laki-laki dan perempuan	Tidak ada pemisah antara peran laki-laki dan perempuan
Pembagian peran gender dilihat dari batasan perilaku, aktivitas, dan kebijakan	Laki-laki dan perempuan turut bertanggung jawab pada wilayah publik dan domestik
Jepang, Inggris, dan Jerman	Amerika Serikat, Belanda

Long-term Orientation versus Short-term Orientation

❖ Cara pandang yang berbeda terhadap makna “waktu”

Jangka Panjang	Jangka Pendek
Menghargai waktu	Waktu lebih fleksibel
Etika kerja yang kuat	Etika kerja yang lemah
Komitmen	Menunda hari tua
Hidup memiliki rencana kedepan	Hidup untuk hari ini

Kenapa komunikasi bisnis antar budaya, penting ?

Kenapa komunikasi bisnis antar budaya, penting ?

- Globalisasi bisnis semakin cepat terjadi dengan semakin banyaknya perusahaan melintasi batasan negara untuk mendapat pelanggan, material, dan keuntungan (uang)
- Keberagaman budaya pelaku bisnis akan menampilkan perilaku dan pola komunikasi yang berbeda-beda pula
- Keberagaman bahasa (kosa kata) yang memiliki makna yang berbeda pula
- Menghindari gegar budaya

Kenapa komunikasi bisnis antar budaya, penting ?

- Orang Jerman sangat menyukai privasi dan ruang, serta menghargai salam formal. Meskipun mereka sudah mengenal dan menjadi patner bisnis sejak bertahun-tahun lamanya
- Bagi orang Jepang, “yes” tidak selalu diartikan sebagai persetujuan atau “iya” pada umumnya, melainkan untuk menyatakan bahwa mereka mendengarkan atau memahami apa yang disampaikan oleh lawan bicaranya
- Kebanyakan orang Amerika menganggap bahwa kontrak kerja merupakan hasil akhir dari negosiasi. Namun bagi orang Cina, itu adalah bentuk permulaan dari kerjasama. Orang Cina akan memberi kepercayaan pada patner bisnisnya jika dia memberikan bantuan yang berarti

Sovinisme

- Orang Amerika berpikir bahwa Amerika adalah yang terbesar – adikuasa
- Orang Spanyol beranggapan bahwa mereka adalah yang paling berani – mereka berani berhadapan & membunuh banteng
- Orang Perancis mengira bahwa intelektual mereka lebih baik
- Orang Jepang merasa bahwa mereka yang paling lincah
- Orang Jerman mengakui mereka tidak sebesar Amerika, tidak seberani Spanyol, tidak se-historis Perancis, tidak selincah Jepang... namun orang Jerman mengandalkan ketepatan waktu, konsistensi dan organisasi

Normal vs Tidak Normal

- Orang Italia yang ceria, menganggap orang Norwegia yang lebih serius sebagai sosok yang murung
- Orang Jepang akan menganggap orang Amerika tidak sopan karena berbicara secara langsung (terbuka)
- Orang Jerman akan menganggap bahwa orang Swiss yang terlalu patuh pada hukum sebagai suatu sikap yang benar
- Bangsa Argentina dianggap terlalu sombong oleh bangsa-bangsa lain di Amerika Selatan
- Sikap pendiam orang Finlandia akan cocok dengan orang Inggris dan Jepang

Berbeda Bahasa, Berbeda Dunia

Negara	Arti KEBENARAN
Jerman & Finlandia	Kebenaran adalah kebenaran
Jepang & Inggris	Kebenaran yang baik adalah apabila kebenaran itu tidak mengganggu keselarasan.
Cina	Tidak ada kebenaran yang mutlak
Italia	Kebenaran bisa dirundingkan

Berbeda Bahasa, Berbeda Dunia

Negara	Makna GOSIP
Skandinavia Anglo-Saxon (Inggris, Irlandia, Amerika Serikat, Australia)	Konotasinya negatif
Perancis Italia Brazil Jepang	• Sumber informasi yang penting dalam dunia bisnis • Gosip dapat dengan mudah mengubah dan memotong fakta dan statistik

Berbeda Bahasa, Berbeda Dunia

Negara	Makna BUNGKAM
Amerika, Jerman, Perancis, Eropa Selatan dan Arab	Konotasi negatif
Asia	Percakapan merupakan proses dua arah, dimana satu pihak akan berbicara jika pihak lainnya telah berhenti berbicara
Finlandia, Jepang	Tidak pantas dan tidak sopan jika digunakan untuk menekan pendapat orang lain Kebungkaman lebih pantas dilakukan untuk menyatakan suatu persetujuan, tersenyum, dan menghindari argumentasi yang keras / pembantahan

Karakter utama

Monochronic	Polychronic
Pandangan yang melihat bahwa waktu merupakan sumber yang langka, sehingga harus diatur dan dibagi melalui jadwal yang teratur	Mempertahankan hubungan yang harmonis merupakan agenda yang penting
Waktu adalah uang	Waktu digunakan lebih fleksibel
Jerman, Austria, AS, Swiss, Jepang	Arab, Afrika, India, Amerika Latin, Asia Tenggara, Asia Selatan

Pengelompokan Budaya

Linier aktif : berorientasi tugas, perencanaan sangat terorganisasikan

Multi aktif : berorientasi orang, penghubung yang gemar berbicara

Reaktif : *introvert*, pendengar yang berorientasi pada rasa hormat

Linier Aktif	Reaktif	Multi Aktif
<i>introvert</i>	<i>introvert</i>	<i>ekstrovert</i>
menyukai privasi	Pendengar yang baik	senang bergaul
mengerjakan satu hal dalam suatu waktu	bereaksi	melakukan beberapa hal sekaligus
didominasi jadwal waktu – tepat waktu	beraksi terhadap jadwal waktu untuk mitra	jadwal waktu tidak dapat diramalkan
bertumpu pada fakta	pernyataan adalah janji	memanipulasi fakta
jarang menyela pembicaraan	tidak menyela pembicaraan	sering menyela pembicaraan
memisahkan profesional dan sosial	menghubungkan antara profesional dan sosial	mencampuradukan profesional dan sosial

Pesan yang sama dengan penyampaian yang berbeda

Tulisan dalam bahasa Jerman berbunyi

“Dilarang berjalan di rumput”

Bahasa Inggris

“ Tolong, jangan berjalan di rumput”

Bahasa Perancis

“Mereka yang menghargai lingkungannya akan menghindari berjalan di rumput”

Mengenali perbedaan budaya

1. Nilai-nilai sosial
2. Peran dan status
3. Adat pembuat keputusan
4. Konsep mengenai waktu
5. Konsep ruang pribadi
6. Konteks budaya
7. Bahasa tubuh
8. Tingkah laku sosial dan sopan santun
9. Tingkah laku legal dan etis
10. Perbedaan budaya perusahaan

Kepercayaan anda menjadi pemikiran anda
Pemikiran anda menjadi kata-kata anda
Kata-kata anda menjadi tindakan anda
Tindakan anda menjadi kebiasaan anda
Kebiasaan anda menjadi karakter anda
Karakter anda menjadi takdir anda
[Mahatma Gandhi]

DISKUSI

- 1) Identifikasi bagaimana karakteristik masyarakat Indonesia
- 2) Jelaskan bagaimana pengelompokkan budaya masyarakat di Indonesia

BUKU REFERENSI

Referensi Wajib :

Larry A.Samovar, Richard E.P, Edwin R.McDaniel, 2010. Komunikasi Lintas Budaya, Jakarta : Salemba Humanika

Larry A.Samovar, Richard E.Porter, Edwin R.McDaniel, 2007. *Communication Between Cultures*, USA: Thomson

Referensi Pendukung :

Editor: Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rakhmat, 2009. Komunikasi Antarbudaya, Bandung : Rosda

Aloliliweri 2011. Gatra-gatra Komunikasi Antarbudaya, Yogyakarta : Pustaka pelajar

Richard D.Lewis, 2005. Komunikasi Bisnis Lintas Budaya, Bandung : Rosda

Elly M.S, Kama A.H, Ridwan E. 2011. Ilmu Sosial Dan Budaya Dasar, Jakarta : Kencana

Suranto Aw, 2010. Komunikasi Sosial Budaya, Graha Ilmu

Gudykunst & Mody, 2001. *Handbook of International and Intercultural Comm;*. Sage