



Gambaran Budaya Generasi Milenial Di Kota Surabaya Ditinjau Dari Enam Dimensi Budaya Hofstede

Ikhwan Fadlu Fantazilu*¹, Ludfiana Tika Rosanti², Mochammad Dzacky Danial³,
Muhammad Jaka Permata Adji⁴
Universitas Negeri Surabaya¹²³⁴
ikhwan.18142@mhs.unesa.ac.id

ARTICLE INFO

History of the article :

Received 11 November 2021

Revised 1 Januari 2023

Accepted 1 Maret 2023

Available online 30 Mei 2023

Keywords:

Millennial Generation;
Hofstede; Surabaya City;

* Correspondence:

E-mail:

ikhwan.18142@mhs.unesa.ac.id

ABSTRACT

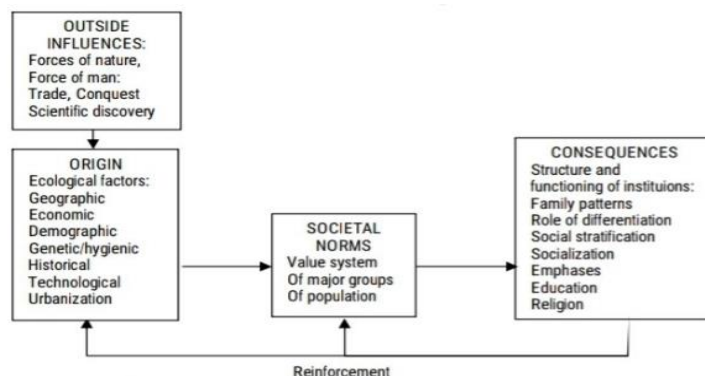
Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana gambaran budaya pada generasi milenial di Kota Surabaya ditinjau dari enam dimensi budaya Hofstede. Adapun penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner “VSM 08” untuk mengambil data yang dikehendaki. Sampel penelitian ini berjumlah 100 subjek yang diambil menggunakan teknik accidental sampling. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan rumus yang telah diformulasikan oleh Hofstede. Hasil penelitian merincikan bahwa generasi milenial di Kota Surabaya yang ditinjau melalui dimensi budaya Hofstede memiliki: (1) Power Distance Index (PDI) memiliki indeks tinggi dengan hasil 65,5 atau meyakini adanya jarak antara pemegang kekuasaan dan yang dibawahinya. (2) Individualism Index (IDV) menunjukkan angka index yang rendah dengan hasil 13,5, di mana hal ini dapat mengindikasikan kolektivisme kuat. (3) Masculinity Index (MAS) dengan hasil 64 atau generasi milenial di Kota Surabaya cenderung menyukai pola persaingan. (4) Uncertainty Avoidance Index (UAI) memiliki hasil indeks yang tinggi yakni 79 dengan artian bahwa masyarakat milenial tidak suka dengan hal-hal yang tidak pasti. (5) Long Term Orientation Index (LTO) memiliki hasil 72,5 atau senang berorientasi masa depan. (6) Indulgence Index (IVR) dengan hasil 46 atau cenderung tidak suka mengumbar hawa nafsu.

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan dengan berbagai budaya serta adat istiadat. Adanya beragam budaya tersebut diakibatkan oleh kondisi geografis Indonesia yang diapit oleh dua samudera dan benua, yang bisa berdampak baik itu secara positif maupun negatif bagi kemajuan negara itu sendiri. Di lain sisi, adanya ragam budaya tersebut juga mengisyaratkan adanya rentang

perbedaan pola pikir serta keyakinan di antara berbagai budaya di nusantara. Pada dasarnya budaya itu sendiri dapat didefinisikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi atau suatu akal, yang kemudian termanifestasikan ke dalam: (1) nilai, ide, gagasan, dan norma atau peraturan yang berlaku, (2) aktifitas pola kemasyarakatan seperti adanya tradisi tertentu, (3) karya atau benda-benda yang dihasilkan dari aktivitas atau kegiatan yang dipercayai, seperti jimat maupun alat-alat ritual lainnya [1]. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bagaimana proses budaya itu dapat terbentuk. Pertama, budaya tercipta dimulai dengan adanya keyakinan di tataran individual (nilai, ide, gagasan, dan lain sebagainya), yang kemudian keyakinan tersebut disepakati bersama sehingga menjadi keyakinan bersifat kolektif, yang selanjutnya diikuti pula dengan proses mewariskan keyakinan tersebut secara kontinyu atau turun tenurun[2].

Dari penjelasan di atas [3] juga mendukung pernyataan tersebut, di mana menurutnya budaya terdiri dari tiga tingkatan yaitu (1) tingkat individual atau seperangkat program mental yang unik atau khas yang tidak dimiliki oleh individu lain, (2) pada tingkat kolektif yaitu tingkat yang menjelaskan adanya kesamaan program mental antara seseorang dengan orang lain yang lebih sempit seperti adanya kelompok dan kategori lainnya, (3) tingkat universal atau



Gambar 1. Proses Perkembangan Budaya

Sumber: Hofstede (1980)

merujuk pada program mental yang dimiliki oleh seluruh umat manusia. Adapun apa yang dimaksud sebagai program mental di sini merupakan suatu sinergi atau gabungan antara dua konstruk yaitu nilai (value) dan budaya (culture) yang ada pada diri individu[4]. Nilai itu sendiri meliputi suatu tendensi “state of affairs” seperti halnya belief, personality, attitude. Sedangkan budaya di sini disebut sebagai produk fungsi berfikir (thinking), merasa (feeling), dan bertindak (action) atau Hofstede menyebutnya dengan istilah yaitu “software of the mind” [5]

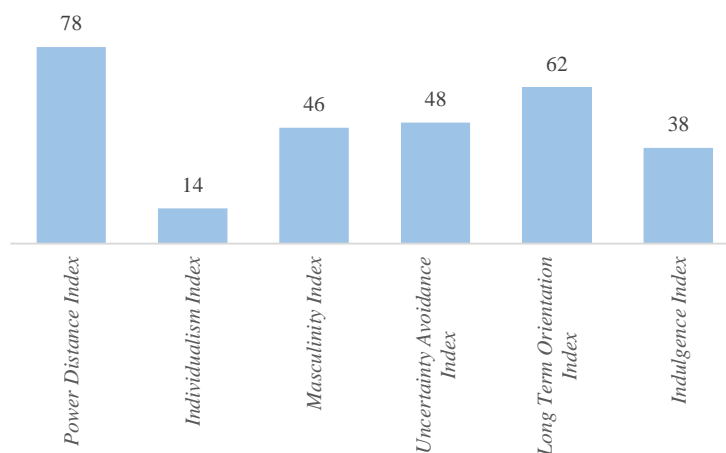
Lebih lanjut, Hofstede menurunkan makna budaya dari tingkatan kedua, yaitu kolektif. Hal ini dipilih karena menurut Hofstede budaya bukanlah suatu hal yang diwariskan secara genetik (tingkat individual) ataupun yang memiliki karakteristik jauh dari suatu kategorisasi budaya yang khas (tingkat universal), melainkan harus dapat diwariskan melalui lingkungan sosial, organisasi, ataupun kelompok. Dari hal tersebut maka dapat kita simpulkan bahwa budaya merupakan sistem nilai yang dianut oleh sekelompok orang secara kolektif. Adapun proses perkembangan budaya tersebut dapat dilihat dalam gambar 1. Di mana dari skema tersebut menjelaskan bahwa budaya merupakan hasil dari pengaruh luar (outside influence) yang kemudian mempengaruhi karakteristik

asli manusia (origin) sehingga menghasilkan norma sosial berkat antar individu yang menyatu dan menyepakati hal tersebut. Lalu menghasilkan suatu konsekuensi yang memberikan pengutan baik terhadap karakteristik origin manusia ataupun norma sosial (societal norms) yang telah tercipta [6]

Hofstede membagi dimensi budaya menjadi enam bagian. Pertama, yaitu power distance atau didefinisikan “the extent to which the less powerful members of institutions and organisations within a country expect and accept that power is distributed unequally” atau dengan kata lain suatu kelompok yang memiliki nilai tinggi pada dimensi ini meyakini bahwa kekuasaan dan posisi manusia di tengah masyarakat tidaklah setara antara seorang pemegang kekuasaan dan tidak. Kedua, individualism yaitu “the degree of interdependence a society maintains among its members” di mana di bagian ini akan mengukur seberapa kolektif atau individualkah hubungan antar manusia dalam masyarakat. Skor yang rendah pada bagian ini menunjukkan bahwa kelompok sangat kolektif, sebaliknya kian tinggi skor memperlihatkan adanya tendensi yang kian bersifat individual. Ketiga, masculinity atau “the fundamental issue here is what motivates people, wanting to be the best (Masculine) or liking what you do (Feminine)”. Pada bagian ini merujuk pada apakah suatu masyarakat cenderung memilih agar menjadi kompetitif dengan berjuang yang terbaik (maskulin) atau sebaliknya sebagian besar memilih untuk lebih senang disukai (feminin) dengan indikator skor yang rendah pada dimensi ini [7]. Keempat, uncertainty avoidance yang didefinisikan “the extent to which the members of a culture feel threatened by ambiguous or unknown situations and have created beliefs and institutions that try to avoid these”. Atau dengan kata lain melalui dimensi ini akan meninjau apakah masyarakat cenderung menghindari ketidakpastian (senang dengan keteraturan) atau justru sebaliknya cenderung lebih memilih berani ambil nyali atau nekat. Kelima, long term orientation atau merujuk kepada kondisi “how every society has to maintain some links with its own past while dealing with the challenges of the present and future”. Skor tinggi pada dimensi ini akan menunjukkan bahwa masyarakat juga memiliki tendensi menjaga kebiasaan masa lalu untuk bisa menghadapi masa ke depan. Terakhir, keenam yaitu indulgence atau “the extent to which people try to control their desires & impulses”. Suatu kelompok yang memiliki nilai tinggi pada dimensi ini akan menunjukkan jika kelompok tersebut cenderung kurang berhasil menahan keinginan dan suka memanjakan diri dengan cara mengumbar hal tersebut, sedangkan sebaliknya kelompok dengan nilai yang rendah menunjukkan bahwa mereka lebih mampu mengontrol diri dan cenderung lebih tertutup .

Di sisi lain, kekuatan budaya berjalan juga melalui waktu. Hal ini maka mengindikasikan bahwa budaya dapat berubah seiring dengan bertambahnya zaman. Epitome terbaik menggambarkan fenomena tersebut ialah terjadinya globalisasi atau arus interaksi global yang intens dan fenomena sosiokultural lain seperti adanya pengaruh revolusi dan peran teknologi di dalam kehidupan manusia. Lebih lanjut, perbedaan fenomena sosiokultural yang melatarbelakangi waktu kelahiran manusia ternyata memiliki kesamaan tahun ataupun karakteristik yang cenderung stabil. Adapun perbedaan tersebut kemudian diklasifikasikan dengan sebuah istilah yaitu generasi. Proses pengklasifikasian tersebut didasarkan dalam beberapa hal, seperti (1) tahapan kehidupan yang sama, (2) hidup melalui periode ekonomi, sosial, dan politik yang sama, dan (3) dibentuk melalui kejadian sosial yang juga serupa. National Chamber Foundation mengklasifikasikan generasi menjadi sembilan masa berdasarkan waktu kelahirannya tersebut, yaitu (1) GI Generation (1901-1924), (2) Silent Generation (1925-1946), (3) Baby Boomer Generation (1946-1964), (4) Generation X (1965-1979), (5) Millennial Generation (1980-1999), dan (6) Generation Z (2000 ke atas). Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada generasi milenial yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1980 hingga 1999 atau berumur 20 hingga 40 tahun pada saat ini. Adapun tujuan peneliti memilih generasi milenial atau yang akrab disebut sebagai Generation Y dikarenakan generasi milenial merupakan masyarakat yang tengah mendominasi populasi saat ini, yaitu berjumlah 75,49 juta jiwa atau setara 27,94% populasi penduduk di Indonesia kini [8]. Selain itu, generasi milenial merupakan cikal bakal karakteristik penerus bangsa. Sehingga dengan bisa

diketahui bagaimana budaya para pemuda saat ini maka diharapkan dapat memprediksi pula bagaimana gambaran sosiokultural di masa depan [9].



Gambar 2. Budaya Masyarakat di Indonesia
Ditinjau dari Perspektif Hofstede

Lebih lanjut, berdasarkan data Badan Pusat Statistik jumlah milenial terbesar di negara ini tersebar menempati kota-kota besar, salah satunya adalah di Kota Surabaya. Di mana, pada Kota Surabaya jumlah milenial atau individu yang berumur 20 hingga 40 tahun mencapai angka 24,32% dari total penduduk Surabaya. Dari hal ini sebenarnya menjelaskan bahwa meneliti karakteristik budaya pada generasi milenial di Kota Surabaya merupakan suatu hal yang signifikan [10].

Selain itu, penelitian terdahulu yang meneliti terkait enam dimensi budaya Hofstede yang dilakukan pada subjek milenial di Kota Surabaya juga belum pernah dilakukan. Penelitian terdahulu hanya meneliti dimensi budaya Hofstede ke dalam jumlah subjek secara meluas yaitu masyarakat Indonesia. Di mana hasil penelitian tersebut bisa dilihat pada gambar 2 yang menjelaskan bahwa orang-orang di Indonesia memiliki keyakinan bahwa posisi antar individu di masyarakat adalah tidak sama (high power distance), sangat kolektif (low individualism), dan cenderung memilih lebih prioritas disenangi orang lain dan lingkungan daripada berkompetisi (low masculinity), serta memihak pada hal yang bisa memberikan rasa tenang atau high uncertainty avoidance. Berikutnya, penduduk Indonesia juga memiliki tendensi menjaga nilai lama seperti tradisi (high long term orientation), serta cenderung menahan keinginan nafsu, menekan kebiasaan mengumbar keinginan (low indulgence)[5]. Lebih lanjut, penelitian lain juga lebih spesifik ternyata hanya meneliti dimensi budaya Hofstede dalam budaya tertentu [11] Dengan demikian penelitian ini bertujuan guna mengetahui gambaran budaya generasi milenial di Kota Surabaya.

METODE

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kuantitatif deskriptif yaitu sebuah jenis penelitian yang menggunakan angka sebagai simbol analisisnya dan dilakukan dengan tujuan untuk

mampu memberikan deskripsi atas fenomena yang diteliti (Gunawan, 2016). Adapun upaya deskripsi yang dilakukan terkait fenomena gambaran budaya generasi milenial di Kota Surabaya yang ditinjau berdasarkan 6 dimensi budaya Hofstede yaitu: (1) power distance, (2) individualism, (3) masculinity, (4) uncertainty avoidance, (5) long term orientation, dan (6) indulgence. Berikutnya, data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner yang disusun Hofstede sendiri bernama VSM 08 (Value Survey Module) yang telah diadaptasi dalam bahasa Indonesia oleh [11] di mana kuesioner tersebut telah berisi 24 item pertanyaan yang terdiri masing-masing sebanyak 4 pertanyaan setiap dimensi budaya Hofstede. Kuesioner kemudian disebarkan melalui google form. Adapun selain dari data primer seperti melalui kuesioner, peneliti juga menggunakan data sekunder, seperti halnya artikel jurnal, website, dan data BPS untuk dapat menyusun artikel ini.

Populasi di dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kota Surabaya yang tergolong ke dalam generasi milenial (kelahiran 1980-1999 atau berusia 20-40

Tabel 1. Formulasi Rumus Hofstede

Power Distance Index (PDI)
$35 (m07-m02) + 25 (m20-m23) + C(pd)$
Individualism Index (IDV)
$35 (m04-m01) + 35 (m09-m06) + C(ic)$
Masculinity Index (MAS)
$35 (m05-m03) + 35 (m08-m10) + C(mf)$
Uncertainty Avoidance Index (UAI)
$40 (m18-m15) + 25 (m21-m24) + C(ua)$
Long Term Orientation Index (LTO)
$40 (m13-m14) + 25 (m19-m22) + C(ls)$
Indulgence Index (IVR)
$35 (m12-m11) + 40 (m17-m16) + C(ir)$

tahun saat penelitian ini dilakukan). Sedangkan sampel di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang direkrut menggunakan teknik accidental sampling yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan cara menemukan subjek tanpa melalui perencanaan atau kebetulan [12].

Adapun proses analisa data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan rumus yang diformulasikan oleh Hofstede, seperti yang ada pada tabel 1. Di mana setiap data yang didapat kemudian dikodekan menggunakan angka, dan dihitung mean setiap pertanyaan lalu dimasukkan ke dalam rumus sesuai dengan yang tertera. Simbol m berarti fungsi mean, sedangkan C berarti konstanta yang dalam hal ini diisi angka 50 [13].

HASIL DAN PEMBAHASAN

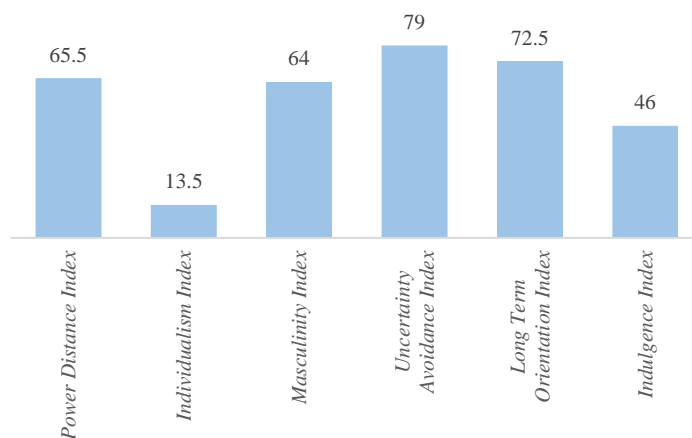
Bagian pembahasan ini akan dikerucutkan ke dalam setiap dimensi budaya Hofstede yang telah dinilai bagian per bagian. Hal ini bertujuan agar dapat menentukan letak state of the art dari penelitian di mana terdapat perbedaan skor antara dimensi yang diteliti pada subjek milenial di Kota Surabaya dengan penelitian pada masyarakat Indonesia secara umum atau luas.

Tabel 2. Hasil Analisa Data

<i>Power Distance Index (PDI)</i>	<i>Individualism Index (IDV)</i>
35 (m07-m02) + 25 (m20-m23) + C(pd) 35 (4,4-4,1) + 25 (4-3,8) + 50 35 (0,3) + 25 (0,2) + 50 10,5 + 5 + 50 65,5	35 (m04-m01) + 35 (m09-m06) + C(ic) 35 (3,6-4,7) + 35 (3,5-4,3) + 50 35 (-1,1) + 35 (-0,8) + 50 -38,5 + -28 + 50 13,5
<i>Masculinity Index (MAS)</i>	<i>Uncertainty Avoidance Index (UAI)</i>
35 (m05-m03) + 35 (m08-m10) + C(mf) 35 (4,3-4,1) + 35 (4,6-4,4) + 50 35 (0,2) + 35 (0,2) + 50 7 + 7 + 50 64	40 (m18-m15) + 25 (m21-m24) + C(ua) 40 (3,7-2,6) + 25 (3,3-3,9) + 50 40 (1,1) + 25 (-0,6) + 50 44 + -15 + 50 79
<i>Long Term Orientation Index (LTO)</i>	<i>Indulgence Index (IVR)</i>
40 (m13-m14) + 25 (m19-m22) + C(ls) 40 (4,3-4,3) + 25 (4,5-3,6) + 50 40 (0) + 25 (0,9) + 50 0 + 22,5 + 50 72,5	35 (m12-m11) + 40 (m17-m16) + C(ir) 35 (4,5-4,5) + 40 (3,8-3,9) + 50 35 (0) + 40 (-0,1) + 50 0 + -4 + 50 46

Sumber: Data Olahan Peneliti

Adapun hasil dari penelitian ini seperti yang terlihat pada hasil analisa tabel 2, generasi milenial di Kota Surabaya memiliki nilai PDI tinggi yaitu 65,5, memiliki nilai IDV rendah 13,5. Selanjutnya, dimensi MAS memiliki skor 64,



Gambar 3. Budaya Milenial di Kota Surabaya Ditinjau dari Perspektif Hofstede

memiliki nilai IDV rendah 13,5. Selanjutnya, dimensi MAS memiliki skor 64, sedangkan pada dimensi UAI bernilai 79. Lebih lanjut, dimensi LTO bernilai 72,5 dan dimensi IVR menunjukkan nilai 46.

Pada dimensi yang pertama, yaitu Power Distance Index (PDI) memiliki hasil 65,5 di mana 65,5 ini lebih dari 50 maka dapat dikatakan bahwa generasi milenial di kota Surabaya memiliki power distance yang tinggi. Hal ini dapat dikatakan bahwa generasi milenial di Kota Surabaya menerima sebuah tatanan hierarkis di mana setiap orang mempunyai tempat sehingga tidak perlu adanya justifikasi lanjut. Dengan kata lain generasi milenial menyadari bahwa struktur di masyarakat tidaklah linear atau setara melainkan berjenjang di mana terdapat perbedaan peran antara kekuasaan pada pemegang kekuatan dengan yang sebaliknya. Pada dimensi ini mendukung penelitian terdahulu bahwa masyarakat Indonesia secara umum keseluruhannya meyakini adanya keseimbangan antara pemegang kekuasaan [3]

Selanjutnya pada dimensi yang kedua yaitu Individualism Index (IDV) memiliki hasil 13,5 dan kurang dari 50 sehingga dapat dikatakan bahwa generasi milenial di kota Surabaya ini sangat rendah sifat individualnya. Pada dimensi Hofstede ini lawan dari individualism adalah collectivism yang berarti menunjukkan adanya kerangka sosial individu untuk terus saling menjaga dan melindungi pada sejumlah kelompok. Hal ini sekaligus dapat dibuktikan bahwa budaya Jawa (sebagai suku terbesar yang mendiami Kota Surabaya) memiliki hubungan keluarga yang sangat erat pula (Sulastri, 2020). Lebih lanjut, dalam penelitian yang menunjukkan bahwa masyarakat milenial Kota Surabaya memiliki nilai kolektivisme yang tinggi ini juga mendukung penelitian terdahulu bahwa masyarakat di Indonesia sendiri secara umum cenderung kolektif [5]

Pada dimensi yang ketiga, Masculinity Index (MAS) memiliki hasil 64. Hasil ini lebih dari 50 atau yang menandakan bahwa generasi milenial yang ada di Kota Surabaya memiliki sisi maskulinitas yang tinggi. Dapat diketahui bahwa definisi maskulinitas pada dimensi ini ialah preferensi masyarakat dalam suatu prestasi, ketegasan, serta jiwa kepahlawanan. Dalam artian luas dimensi maskulinitas ini memiliki tingkatan menyukai sisi maskulin budaya tradisional halnya seperti kekuatan, pencapaian dan memandang bahwa pria dan wanita ini sejajar. Sehingga dapat

dikatakan bahwa budaya maskulinitas ini memiliki karakteristik yang tegas, tangguh, ambisius, serta memiliki simpati untuk yang kuat. Dengan kata lain kompetisi pada generasi milenial ternyata kini lebih dihargai daripada sekedar menjadi apa yang orang lain inginkan atau cenderung disenangi oleh banyak orang (feminin). Hasil penelitian pada dimensi ini justru mendobrak pendapat lama yang mengatakan bahwa masyarakat Indonesia cenderung feminin dengan kata lain adanya perubahan zaman dimungkinkan memiliki pengaruh terhadap para generasi milenial tersebut untuk lebih menghargai kompetisi dan kemenangan dibandingkan menjadi *people pleasure*.

Dimensi yang keempat adalah *Uncertainty Avoidance Index (UAI)* yang mendapatkan hasil 79 dengan nilai diatas 50. Sehingga dikatakan pada dimensi ini generasi milenial di Surabaya memiliki rasa yang tidak nyaman terhadap suatu ketidakpastian yang tinggi. [3]menyebutkan bahwa orang-orang yang memiliki budaya penghindaran ketidakpastian yang tinggi adalah takut pada suatu yang masih menjadi keraguan atau bisa dibilang ambigu dan tidak menyukai ide atau perilaku yang berbeda. Individu tersebutpun juga cenderung tidak senang untuk melakukan berbagai inovasi ataupun banyak perubahan fundamental, hal ini dikarenakan menurutnya hal baru merupakan hal yang cenderung menakutkan. Sedangkan seharusnya individu lebih unggul dimotivasi oleh perasaan harga diri dan juga rasa aman sehingga mereka akan memiliki orientasi prinsip yang dapat kita kenal sebagai “*time is money*”. Pada hasil ternyata masih mendukung pendapat lama bahwasanya masyarakat Indonesia secara keseluruhan berada dalam posisi yang cenderung tidak menyukai ketidakpastian atau mencari apa yang pasti-pasti saja dan tidak begitu tertarik dengan resiko baru [5]

Lalu dimensi selanjutnya yaitu *Long Term Orientation Index (LTO)* dengan hasil 72,5. Hasil ini diatas 50 yang dapat disimpulkan bahwa generasi milenial di Surabaya disini masih memiliki tendensi untuk menjaga nilai-nilai lama seperti tradisi. Dapat dikeahui bahwa dimensi LTO ini berfokus terhadap tingkatan masyarakat yang memiliki ketaatan dalam waktu jangka panjang terhadap nilai tradisional. Pada umumnya memang masyarakat menyimpan beberapa hal yang berkaitan dengan masa lalu ketika ia akan menghadapi suatu tantangan pada saat ini atau yang akan mendatang [14]. Pada hasil yang ditemukan bahwa generasi milenial memiliki hasil yang tinggi atau dengan kata lain senang memelihara nilai lama untuk mampu menjawab situasi mas depan. Di lain sisi, jika dikaitkan dengan dunia bisnis, maka dimensi ini berkaitan dengan sebutan normatif atau dengan kata lain melakukan tindakan sesuai dengan norma yang berlaku dan lebih mengutamakan sisi fungsional dan kepraktisan dalam jangka panjang. Lebih lanjut hasil penelitian ini juga lagi-lagi mendukung persepsi lama bahwa masyarakat di Indonesia memiliki nilai LTO yang tinggi[5].

Dimensi yang terakhir yaitu *Indulgence Index (IVR)* yang memiliki hasil dibawah dari 50 yaitu dengan nilai 46. Hal ini dapat dikatakan sebagai *low indulgence* yaitu generasi milenial di Surabaya ini cenderung menahan keinginan nafsu serta menekan kebiasaan yang mengumbar keinginan. Dimensi IVR sendiri merupakan dimensi yang dapat dikatakan relatif baru dan dapat mendefinisikan sejauh manakah seorang individu bersedia untuk berusaha mencoba mengendalikan suatu keinginannya ini berdasarkan bagaimana mereka dibesarkan. Oleh sebab itu dengan kontrol indulgence ini menjelaskan bahwa generasi milenial pada Kota Surabaya memiliki kemungkinan kepuasan yang bebas dari sifat dasar alamiah manusia yang ingin menikmati hidup dengan bersenang-senang belaka. Atau secara lebih sederhana, lebih menutup diri terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pemuasan hawa nafsu. Hal ini juga linear dengan penelitian lama yang menjelaskan mengumbar hawa nafsu merupakan suatu hal yang keliru bagi orang-orang Indonesia pada umumnya[5]

KESIMPULAN

Meneliti karakteristik budaya pada generasi milenial di Kota Surabaya merupakan suatu hal yang signifikan, di mana generasi milenial di kota tersebut merupakan penduduk yang pada saat ini mendominasi dan merupakan penerus karakteristik kebangsaan sehingga dengan tahu apa karakteristik pemuda pada saat ini maka telah dapat memprediksi karakteristik budaya di masa depan. Adapun melalui hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari enam dimensi budaya yang dikemukakan oleh Hofstede, lima di antaranya turut memiliki kesamaan dengan penelitian yang terdahulu sedangkan satu dimensi lainnya berbeda. Satu dimensi yang dimaksud adalah dimensi maskulinitas, di mana generasi milenial di Kota Surabaya justru cenderung memiliki sifat yang maskulin atau suka berkompetisi dari pada hanya mencari semacam win-win solution dan kesenangan semua orang atau people pleasure belaka. Hal ini menunjukkan bahwa dimungkinkan dari adanya kemajuan zaman yang dicirikan dengan hadirnya teknologi serta globalisasi mempengaruhi cara pandang generasi milenial untuk menjadi orang terbaik dengan cara mengerahkan segala upaya agar dapat menjadi pemenang dan penghargaan di banding sekedar berfikir apakah ia akan berperilaku untuk disenangi oleh banyak orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. S. Musaffak, A. S., "Mistisisme Sebagai Bentuk Literasi Budaya Di Kalangan Masyarakat Jawa. Prosiding SENASBASA, 3(1), 67–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/v3i1.3321>," 2019.
- [2] C. Muali, "Rasionalitas Konsepsi Budaya Nusantara Dalam Mengagas Pendidikan Karakter Bangsa Multikultural. JURNAL ISLAM NUSANTARA. <https://doi.org/10.33852/jurnalin.v1i1.64>," 2017.
- [3] G. Hofstede, "The Interaction Between National and Organizational Value System. Journal of Management Studies. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1985.tb00001.x>," 2016.
- [4] A. Chalik, "Sintesis Mistik dalam Kepemimpinan Politik Jawa," *JRP (Jurnal Rev. Polit.* 5(2), 254–278. <http://jurnaluf.uinsby.ac.id/index.php/JRP/article/view/1104>, 2015.
- [5] Hofstede Insights, "Country Comparison - Hofstede Insights. Hofstede Insights. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>," 2020.
- [6] C. Armia, "Pengaruh Budaya Terhadap Efektivitas Organisasi: Dimensi Budaya Hofstede. Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia, 6(1), 103–117. <https://journal.uui.ac.id/JAAI/article/view/870> [2] [3] Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, E. S., Reagan, H. A., L.," 2016.
- [7] J. Rojo, B. Everett, L. M. Ramjan, L. Hunt, and Y. Salamonson, "Hofstede's cultural dimensions as the explanatory framework for performance issues during clinical placement: A mixed methods study. Nurse Education Today, 98. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2020.104581>".
- [8] V. F. Thomas, "Bukan Milenial, BPS: Jumlah Penduduk RI Terbanyak adalah Generasi Z - Tirto.ID. Tirto.Id. <https://tirto.id/bukan-milenial-bps-jumlah-penduduk-ri-terbanyak-adalah-generasi-z-f9tA>," 2020.
- [9] J. L. Jones, "Who are Millennials? And what they want from libraries, bookstores, and librarians. IASL Annual Conference Proceedings. <https://doi.org/10.29173/iasl7976>," 2021.
- [10] I. Budiati *et al.*, "Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia. In Badan Pusat Statistik (Ed.), Badan Pusat Statistika. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. <https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia>," 2018.

- [11] E. Firdaus, D. R. S., Lubis, D. P., Susanto, D., & Soetarto, “Potret budaya masyarakat Minangkabau berdasarkan keenam dimensi budaya Hofstede. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 6(2), 121–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.22500/sodality.v6i2.23229>,” 2018.
- [12] I. Gunawan, “Pengantar Statistika Inferensial. Rajawali Pers,” 2016.
- [13] R. K. Fernando, J., Marta, R. F., & Hidayati, “Reaktualisasi mahasiswa diaspora Indonesia dalam menjaga identitas budaya bangsa di Benua Australia,” *J. Kaji. Komunikasi*. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.25219>, 2020.
- [14] N. Sudiby, “Bahasa Jawa Pantura Tak Terpeta, Lagu-lagunya Merambah Nusantara. Kongres International Bahasa Jawa, Surabaya,” 2011.