


## Gambaran Budaya Generasi Milenial di Kota Surabaya Ditinjau dari Enam Dimensi Budaya Hofstede

Ikhwan Fadlu Fantazilu<sup>1</sup>, Ludfiana Tika Rosanti<sup>2</sup>, Mochammad Dzacky Danial<sup>3</sup>, Muhammad Jaka Permata Adji<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Psikologi, Universitas Negeri Surabaya, Kota Surabaya, Indonesia  
e-mail: fadlufantazilu@gmail.com<sup>1</sup>

	<i>This is an open-access article under the <a href="https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/">CC BY-SA</a> license. Copyright © XXXX by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.</i>	
Diterima: 28-02-2022	Direview: 09-03-2022	Publikasi: 30-09-2022

### Abstrak

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 untuk berorientasi masa depan. (6) *Indulgence Index* (IVR) dengan hasil 46 atau cenderung tidak suka mengumbar hawa nafsu.

**Kata kunci:** Generasi Milenial; Hofstede; Kota Surabaya

### Abstract

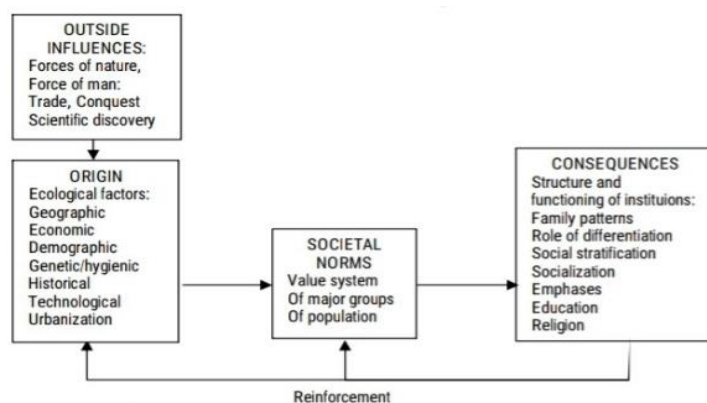
This study aims to determine how the cultural picture of the millennial generation in the city of Surabaya is viewed from the six dimensions of Hofstede's culture. This research is a quantitative research that uses the "VSM 08" questionnaire to collect the desired data. The sample of this study amounted to 100 subjects who were taken using accidental sampling technique. The data that has been collected is then analyzed using the formula that has been formulated by Hofstede. The results of the study detail that the millennial generation in the city of Surabaya which is reviewed through Hofstede's cultural dimensions has: (1) the Power Distance Index (PDI) has a high index with a result of 65.5 or believes there is a distance between power holders and those under them. (2) The Individualism Index (IDV) shows a low index score with a result of 13.5, which may indicate strong collectivism. (3) Masculinity Index (MAS) with a result of 64 or millennials in Surabaya City tend to like the pattern of competition. (4) The Uncertainty Avoidance Index (UAI) has a high index score of 79, meaning that millennials do not like things that are uncertain. (5) Long Term Orientation Index (LTO) has a result of 72.5 or happy future-oriented. (6) Indulgence Index (IVR) with a result of 46 or tend not to indulge in lust.

**Keywords:** Hofstede; Millenial Generation; Surabaya City

## 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 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 *buddhi* atau suatu akal, yang kemudian termanifestasikan ke dalam: (1) nilai, ide, gagasan, dan norma ataupun 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 (Musaffak, 2019). 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 dengan proses mewariskan keyakinan tersebut secara kontinu atau turun temurun (Muall, 2017).

Dari penjelasan di atas, Hofstede (1980) juga mendukung pernyataan tersebut. Menurutnya, budaya terdiri dari tiga tingkatan, yaitu (1) tingkat individu 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 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 (*valude*) dan budaya (*culture*) yang ada pada diri individu (Chalik, 2015). 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*). Hofstede menyebutnya dengan istilah "*software of the mind*" (Triandis & Hofstede, 1993).



**Gambar 1. Proses Perkembangan Budaya**

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 sekelompok orang secara kolektif. Adapun proses perkembangan budaya tersebut dapat dilihat pada gambar 1. Skema tersebut menjelaskan bahwa budaya merupakan hasil pengaruh luar (*outside influence*) yang kemudian memengaruhi karakteristik manusia (*origin*) sehingga menghasilkan suatu konsekuensi yang memberikan penguatan baik terhadap karakteristik *origin* manusia ataupun norma sosial (*societal norms*) yang telah tercipta (Armia, 2016).

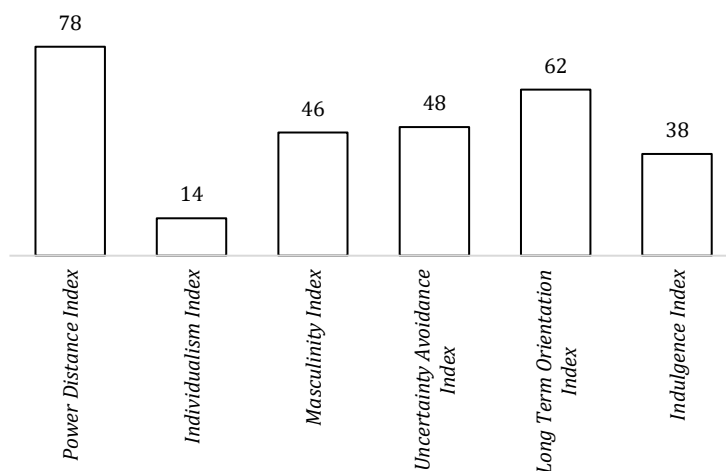
Hofstede membagi dimensi budaya menjadi enam bagian. Pertama, yaitu *power distance* atau didefinisikan, "*the extent to which the less powerful members of institutions and organizations within a country expect and accept that power is distributed unequally*" atau dengan kata lain suatu kelompok

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 bagian ini akan diukur seberapa kolektif atau individuallah 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)*”. 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 (Rojo et al., 2020). 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 ataupun suka memanjakan diri dengan cara mengumbar hal tersebut sedangkan, kelompok dengan nilai yang rendah menunjukkan bahwa mereka lebih mampu mengontrol diri dan cenderung lebih tertutup (Hofstede, 1985).

Di sisi lain, kekuatan budaya berjalan turut melalui waktu. Hal ini 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 telah diklasifikasikan dengan sebuah istilah, yaitu generasi. Proses pengklasifikasian tersebut didasarkan pada 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 kelahiran manusia, yaitu: (1) *G1 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 dalam 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% dari populasi penduduk di Indonesia saat ini (Thomas, 2020). Selain itu, generasi milenial merupakan cikal bakal karakteristik penerus bangsa. Sehingga, dengan dapat diketahuinya bagaimana budaya para pemuda pada saat ini, maka diharapkan dapat diprediksi pula bagaimana gambaran sosiokultural di masa depan (Jones, 2021).

Lebih lanjut, berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah milenial terbesar di negara ini tersebar menempati kota-kota besar, salah satunya di Kota Surabaya. Jumlah milenial atau individu yang berumur 20 hingga 40 tahun di Kota Surabaya 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 (Budiati et al., 2018).

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



**Gambar 2. Budaya Masyarakat di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Hofstede**

orang-orang di Indonesia memiliki keyakinan bahwa posisi antar individu di masyarakat tidak sama (*high power distance*), sangat kolektif (*low individualism*), dan cenderung lebih memprioritaskan disenangi oleh 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*) (Hofstede Insights, 2020). Lebih lanjut, penelitian lain juga lebih spesifik ternyata hanya meneliti dimensi budaya Hofstede dalam budaya tertentu (Firdaus et al., 2018). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan guna mengetahui gambaran budaya generasi milenial di Kota Surabaya.

## 2. METODE

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian kuantitatif deskriptif, yaitu sebuah jenis penelitian yang menggunakan angka sebagai simbol analisisnya dan dilakukan dengan tujuan untuk memberikan deskripsi atas fenomena yang diteliti (Gunawan, 2016).

**Tabel 1. Hasil Analisa Data**

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

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 Firdaus dkk. (2018). Kuesioner tersebut telah berisi 24 butir pertanyaan yang terdiri masing-masing sebanyak 4 pertanyaan setiap dimensi budaya Hofstede. Kemudian, kuesioner 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 tahun saat penelitian ini tengah dilakukan). Sampel di 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 (Gunawan, 2016). 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 rumus yang tertera. Simbol m berarti fungsi *mean*, sedangkan C berarti konstanta yang dalam hal ini diisikan angka 50 (Fernando et al., 2020).

### 3. 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 yang di dalamnya 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**

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

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, 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. Karena hasil ini lebih dari 50, maka dapat dikatakan bahwa generasi milenial di kota Surabaya memiliki *power distance* yang tinggi. Dengan ini, dapat dikatakan bahwa generasi milenial di Kota Surabaya menerima sebuah tatanan hierarkis. Hal ini menandakan bahwa setiap orang mempunyai tempat sehingga tidak perlu ada justifikasi lanjut. Dengan kata lain, generasi milenial menyadari bahwa struktur di masyarakat tidaklah linear atau tidak setara, melainkan berjenjang, di mana terdapat perbedaan peran antara kekuasaan pada para pemegang kekuatan dengan yang sebaliknya. Pada dimensi ini, mendukung penelitian terdahulu bahwa masyarakat Indonesia secara umum keseluruhannya meyakini adanya kesenjangan antara pemegang kekuasaan (Hofstede Insights, 2020).

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 membuktikan 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 (Hofstede Insights, 2020).

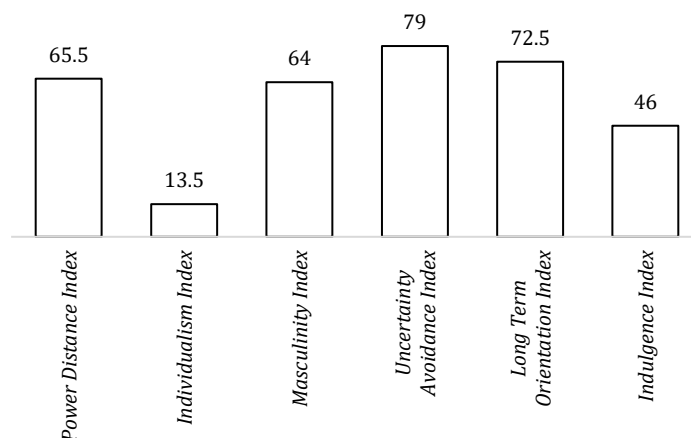
Pada dimensi yang ketiga, *Masculinity Index* (MAS) memiliki hasil 64. Hasil ini lebih dari 50, menandakan bahwa generasi milenial di Kota Surabaya memiliki sisi maskulinitas yang tinggi. Dapat diketahui bahwa definisi maskulinitas pada dimensi ini ialah preferensi masyarakat dalam suatu prestasi, ketegasan, serta jiwa kepahlawanan. Dalam artian luas, dimensi maskulinitas ini memiliki tingkatan menyukai sisi maskulin budaya tradisional 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 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 bahwa pada dimensi ini generasi milenial di Surabaya memiliki rasa tidak nyaman terhadap suatu ketidakpastian yang tinggi. Hofstede (1993) menyebutkan bahwa orang-orang yang memiliki budaya penghindaran ketidakpastian yang tinggi adalah orang-orang takut pada suatu yang masih menjadi keraguan atau bisa dibilang ambigu dan tidak menyukai ide atau perilaku yang berbeda. Individu tersebut juga cenderung tidak senang untuk melakukan berbagai inovasi ataupun banyak mengalami perubahan fundamental. Hal ini dikarenakan menurutnya, hal baru merupakan hal yang 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*". Hasil yang didapatkan 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 risiko baru (Hofstede Insights, 2020).

Lalu dimensi selanjutnya, yaitu *Long Term Orientation Index* (LTO) dengan hasil 72,5. Hasil ini menunjukkan hasil diatas 50, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial di Surabaya masih memiliki tendensi untuk menjaga nilai lama, seperti tradisi. Dapat diketahui bahwa dimensi LTO ini berfokus terhadap tingkatan masyarakat yang memiliki ketaatan dalam jangka panjang terhadap nilai tradisional. Pada umumnya, masyarakat memang menyimpan beberapa hal yang berkaitan dengan masa lalu ketika ia akan menghadapi suatu tantangan pada saat ini atau yang akan mendatang (Sudibyo, 2011). Pada hasil yang ditemukan, didapatkan data bahwa generasi milenial memiliki hasil yang tinggi atau dengan kata lain senang memelihara nilai lama untuk mampu menjawab situasi masa 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 (Hofstede Insights, 2020).

Dimensi yang terakhir, yaitu *Indulgence Index* (IVR) 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 berusaha mencoba mengendalikan suatu keinginannya

berdasarkan bagaimana mereka dibesarkan. Oleh sebab itu, kontrol *indulgence* ini menjelaskan bahwa generasi milenial di Kota Surabaya memiliki kemungkinan kepuasan yang bebas dari sifat dasar alamiah manusia yang ingin menikmati hidup dengan bersenang-senang belaka. Secara lebih sederhana, generasi milenial di Kota Surabaya lebih menutup diri terhadap hal-hal yang berkaitan dengan pemuasan hawa nafsu. Hal ini juga linear dengan penelitian lama yang menjelaskan bahwa mengumbar hawa nafsu merupakan suatu hal yang keliru bagi orang-orang Indonesia pada umumnya (Hofstede Insights, 2020).



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

#### 4. SIMPULAN

Meneliti karakteristik budaya pada generasi milenial di Kota Surabaya merupakan suatu hal yang signifikan karena generasi milenial di kota tersebut merupakan penduduk yang pada saat ini mendominasi dan merupakan penerus karakteristik bangsa sehingga dengan mengetahui karakteristik pemuda pada saat ini, maka memungkinkan untuk 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 ternyata 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, seperti *win-win solution* dan kesenangan semua orang atau *people pleasure* belaka. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kemajuan zaman yang dicirikan dengan hadirnya teknologi serta globalisasi, memungkinkan terciptanya pengaruh yang dapat memengaruhi cara pandang generasi milenial untuk menjadi orang terbaik dengan cara mengerahkan segala upaya agar dapat menjadi pemenang dan penghargaan dibanding sekadar berfikir apakah ia akan berperilaku untuk disenangi oleh banyak orang lain.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Armia, C. (2016). 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>.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, E. S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia. In Badan Pusat Statistik (Ed.), *Badan Pusat Statistika*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. <https://www.kempppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profil-generasi-milenia.pdf>.
- Chalik, A. (2015). Sintesis Mistik dalam Kepemimpinan Politik Jawa. *JRP (Jurnal Review Politik)*, 5(2), 254–278. <http://jurnalfuf.uinsby.ac.id/index.php/JRP/article/view/1104>.
- Fernando, J., Marta, R. F., & Hidayati, R. K. (2020). Reaktualisasi Mahasiswa Diaspora Indonesia dalam Menjaga Identitas Budaya Bangsa di Benua Australia. *Jurnal Kajian Komunikasi*. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.25219>.

- Firdaus, D. R. S., Lubis, D. P., Susanto, D., & Soetarto, E. (2018). 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>.
- Gunawan, I. (2016). *Pengantar Statistika Inferensial*. Rajawali Pers.
- Hofstede, G. (1985). The Interaction Between National and Organizational Value System. *Journal of Management Studies*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1985.tb00001.x>.
- Hofstede Insights. (2020). *Country Comparison - Hofstede Insights*. Hofstede Insights. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>.
- Jones, J. L. (2021). Who are Millennials? And What They Want from Libraries, Bookstores, and Librarians. *IASL Annual Conference Proceedings*. <https://doi.org/10.29173/iasl7976>.
- Muali, C. (2017). Rasionalitas Konsepsi Budaya Nusantara dalam Mengagas Pendidikan Karakter Bangsa Multikultural. *JURNAL ISLAM NUSANTARA*. <https://doi.org/10.33852/jurnalin.v1i1.64>
- Musaffak, A. S. (2019). 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>.
- Rojo, J., Everett, B., Ramjan, L. M., Hunt, L., & Salamonson, Y. (2020). 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>.
- Sudiby, N. (2011). *Bahasa Jawa Pantura Tak Terpeta, Lagu-lagunya Merambah Nusantara*. Kongres International Bahasa Jawa, Surabaya.
- Sulastri, S. (2020). Falsafah Hidup Perempuan Jawa. *Sanjiwani: Jurnal Filsafat*. <https://doi.org/10.25078/sjf.v10i1.1635>.
- Thomas, V. F. (2020). *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>.
- Triandis, H. C., & Hofstede, G. (1993). Cultures and Organizations: Software of the Mind. *Administrative Science Quarterly*. <https://doi.org/10.2307/2393257>.