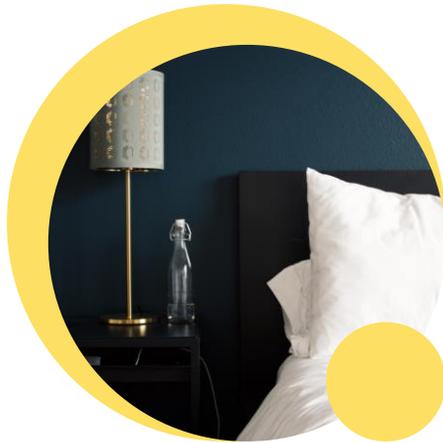


Lanskap Organisasi yang Berubah

Disajikan oleh:
Nathaniel Antonio Parulian, S.Psi., M.I.Kom.
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Humaniora dan Bisnis
Universitas Pembangunan Jaya

AGENDA PEMBELAJARAN



01

- Pengantar
- Komunikasi global di tempat kerja
- Faktor pemicu terjadinya globalisasi
- Efek globalisasi



02

- Globalisasi × komunikasi organisasi
- Tantangan dan hasil globalisasi pada praktik komunikasi organisasi



03

- Komunikasi di era pergeseran identitas
- Komunikasi dalam ekonomi jasa
- Komunikasi di usia pekerja “sekali pakai”
- Isu sosial pada usia pekerja “sekali pakai”

Pengantar

- Revolusi Industri mengantarkan era modern organisasi dan masyarakat yang efisien.
- Namun, Revolusi Industri telah mengantarkan era *post-modern* -- segala sesuatu bergerak cepat, kehidupan lebih ter-fragmentasi dan kurang konsisten.
- Masalah-masalah ini telah diperburuk oleh efek berkelanjutan dari Resesi Hebat tahun 2008-2010, yang terjadi di AS.
- Efeknya berpotensi mengubah jalan hidup dan karakter generasi dewasa muda.
 - Dunia *post-modern* ini rumit.
 - Perlu melihat kehidupan masa sekarang dan masa depan, serta mempertimbangkan isu-isu yang ada, yang dapat memengaruhi pengalaman kerja seseorang.
 - Bagaimana pekerjaan itu sendiri secara langsung dipengaruhi oleh ekonomi global dan perubahan sosial terkait.



KOMUNIKASI GLOBAL DI TEMPAT KERJA

- Globalisasi atau proses **inter-koneksi** yang kompleks berkembang pesat di antara masyarakat, budaya, institusi dan individu di seluruh dunia.
- Globalisasi mampu meruntuhkan banyak batasan yang dianggap dapat memecah belah negara, termasuk **perubahan praktik bisnis**.
- Banyak negara yang dulunya dianggap tidak mampu bersaing di pasar global telah mengembangkan program **modernisasi** yang dapat membantu mereka menghadapi tantangan baru.
- Perusahaan di negara maju mulai membuka cabang dan pabrik manufaktur di seluruh dunia, sebagai bentuk upaya **mencari cara untuk bersaing** di pasar ekonomi.





FAKTOR PEMICU TERJADINYA GLOBALISASI

Kapitalisme Laissez-faire

- Sistem ekonomi pasar bebas
- Memiliki pengawasan dan keseimbangan
- Memastikan bahwa kepentingan semua anggota masyarakat terpenuhi
- Meminimalkan peran pemerintah
- Memberi kebebasan dalam penciptaan kekayaan melalui perdagangan bebas

Demokratisasi di banyak pemerintahan dunia

- Demokratisasi adalah perjuangan yang berkelanjutan
- Dorongan ekonomi dan politik menuju globalisasi telah dibantu oleh banyak faktor teknologi.
- Adanya kemudahan perjalanan dan munculnya teknologi komunikasi
- Melalui perjalanan udara berbiaya rendah, momentum bagi perusahaan untuk mempekerjakan angkatan kerja untuk menjangkau dunia.

Hasil dari perubahan ini:

- Terdapat campuran organisasi domestik, organisasi multikultural, organisasi multinasional, organisasi internasional, dan organisasi global.
- Perbedaan tidak hanya dalam identitas geografis, tetapi juga dalam cara mereka mengelola kepentingan, perhatian karyawan, pelanggan, dan klien mereka.

Efek Globalisasi

- ❑ Globalisasi akan terus meningkat, mentransfer teknologi, mendekatkan budaya dan masyarakat, dan menciptakan komunitas warga negara yang cinta damai dan cerdas.
- ❑ Globalisasi akan mendorong **kerjasama antar bangsa** dan menciptakan niat baik.
- ❑ Globalisasi akan menjadi: instrumen **perdamaian, pertumbuhan, kemajuan dan kemakmuran.**
- ❑ Organisasi yang terlibat dalam proses global didorong dalam praktik tanggung jawab sosial perusahaan (CSR)
- ❑ Bisnis berusaha untuk memberikan **dampak positif** pada berbagai pemangku kepentingan termasuk: lingkungan, konsumen, pemerintah, dan masyarakat.

❑ Gambaran dari efek globalisasi di wilayah Asia berbeda:

- Kehidupan seorang pekerja individu yang mengalami tekanan shift malam, bekerja berulang-ulang, kerja keras layaknya '**identitas Amerika**'
- Lulusan perguruan tinggi baru tampak menganggur atau setengah menganggur dan terpaksa hidup dalam kondisi kumuh.



GLOBALISASI × KOMUNIKASI ORGANISASI

- Globalisasi mengakibatkan kompresi ruang dan waktu, **perubahan** pola dan persepsi komunikasi.
- Di tempat kerja menerapkan cara bekerja global, semuanya **bergerak dengan cepat**.
- Ruang dan waktu tidak lagi terhubung langsung.
- Globalisasi mampu meningkatkan kesadaran global.
- Ketika seseorang bekerja di sebuah organisasi: global, multinasional, atau multikultural, hendaknya **menyadari kehadiran** dan peran budaya orang lain termasuk sikap, keyakinan, dan perilaku diri kita sendiri.
- Globalisasi menyebabkan organisasi dan orang-orang **tercerai berai**.
- Dalam masyarakat global, perilaku dan interaksi seringkali terjadi **melintasi ruang dan waktu**.

TANTANGAN DAN HASIL GLOBALISASI PADA PRAKTIK KOMUNIKASI ORGANISASI

- **Konvergensi** – pendekatan yang menekankan kebutuhan organisasi untuk **menyesuaikan** praktik bisnis dengan pasar global.
- Bagaimana organisasi dapat menyesuaikan praktiknya dengan **sistem global**
- Sistem global membutuhkan: fleksibilitas, daya tanggap, kecepatan, produksi pengetahuan dan penyebaran pengetahuan
- **Komunikasi** - komunikasi dipandang sebagai "saluran" untuk memperoleh sumber daya, modal, informasi dan keahlian.
- Tujuannya adalah untuk **meningkatkan kinerja** organisasi di pasar dunia.
- **Divergensi** - pendekatan divergensi ke tempat kerja yang mengglobal menekankan **kekhasan budaya** yang **ditemukan di seluruh dunia**.
- Perspektif divergensi kurang berhasil dalam mengeksplorasi strategi keberhasilan organisasi.
- Organisasi dibangun dalam berbagai pengaturan budaya.
- **Efek manusia** - semakin banyak individu yang bekerja dengan orang-orang **berbudaya asing** yang memiliki nilai dan tujuan yang berbeda.
- Tantangan bagi pekerja teknologi tinggi dalam membangun dan mempertahankan **hubungan saling percaya** dalam organisasi global.
- Sebagian besar mereka **dipisahkan** oleh jarak yang jauh dan bekerja di bawah kendala waktu yang berbeda.

- ❖ Ketika sistem ekonomi mengalami globalisasi menyebabkan nama-nama perusahaan telah dikenal di seluruh dunia --
Samsung, Disney, Ford, Nike, dan CNN
- ❖ Penyebaran perusahaan ini ke seluruh dunia menunjukkan semakin pentingnya **identitas organisasi** -- berhubungan dengan perhatian khalayak.

KOMUNIKASI DI ERA PERGESERAN IDENTITAS

- ❖ Alasan meningkatkan akan pentingnya identitas organisasi:
 - ❖ Fenomena **merger dan akuisisi** yang meluas.
 - ❖ Menyebabkan kebingungan bagi banyak individu dan organisasi, sehingga menimbulkan perdebatan.
 - ❖ Terkait dengan: masalah **reputasi organisasi**.
 - ❖ **Solusi:** memberikan “sentuhan” lain yang menarik pada gagasan citra organisasi selama proses merger terjadi.
 - ❖ Berusaha untuk menciptakan dan memelihara citra positif untuk mencapai tujuan jangka panjang.
 - ❖ Citra positif ini akan menimbulkan dukungan publik termasuk keputusan kebijakan yang diputuskan di tingkat pemerintahan.

KOMUNIKASI DI ERA PERGESERAN IDENTITAS

- Citra organisasi tidak selalu diciptakan dan dipelihara melalui kampanye.
- Anggota lingkungan organisasi membentuk persepsi citra organisasi berdasarkan beragam pesan.
- Gaya atau sarana komunikasi berpotensi lebih menarik perhatian daripada pesan yang sebenarnya.
- Bagaimana organisasi mampu melakukan dan mengkonstruksi pesan sesuai dengan **kekhasannya** yang memungkinkan organisasi untuk **menciptakan dan melegitimasi dirinya sendiri**.
 - Contoh: kampanye iklan Samsung memposisikan ponselnya lebih canggih daripada Apple dengan menunjukkan sosok mahasiswa muda, cantik dan tampan.
- Citra organisasi menjadi sangat penting selama masa **krisis organisasi**.
- Pesan yang dikirim oleh perwakilan organisasi dalam menghadapi peristiwa krisis dapat menciptakan citra jangka pendek, namun dapat menjamin kelangsungan hidup organisasi dalam jangka panjang.
- Ketika individu melihat organisasi dipengaruhi oleh: perubahan-perubahan yang terjadi di tempat kerja khususnya yang memiliki implikasi terhadap **kesejahteraan kerja**.
- Lanskap organisasi yang berubah menunjukkan adanya pergeseran identitas organisasi dan individu.



KOMUNIKASI DALAM EKONOMI JASA

- Pada tahun-tahun setelah revolusi industri terjadi: sebagian besar organisasi menganggap penciptaan "sesuatu" sebagai **tujuan utama**.
- Pada perkembangannya sampai dengan hari ini mengalami pergeseran radikal -- sebagian besar organisasi menganut sistem **ekonomi jasa** -- ritel, jasa keuangan, transportasi, perawatan kesehatan, dan konstruksi.
- Pergeseran ekonomi jasa juga telah memicu **pertumbuhan pesat** pada ekonomi global.
- Hal ini terjadi akibat pentingnya pelayanan dalam kehidupan kita sehari-hari. Pelayanan kepada pelanggan **semakin meluas** dengan berbagai bentuk interaksi *online*.
- Layanan pelanggan berteknologi tinggi, **menunjukkan tren** dalam layanan pelanggan termasuk keinginan dan kepuasan pelanggan.
- Organisasi dapat menerima skor pengalaman pelanggan apakah "sangat baik" - "baik" atau "buruk" – "sangat buruk".
- Di sisi lain: pekerjaan pada ritel memiliki perbedaan pemberian upah - upah rendah, sehingga menyebabkan masa kerja rendah dan prospek pekerjaan yang sangat terbatas.



KOMUNIKASI DALAM EKONOMI JASA

- Dalam lingkungan yang bergejolak, sebuah organisasi dapat memilih untuk **mengorbankan layanan pelanggan**.
- Langkah tersebut akan meningkatkan keuntungan dan menjaga perusahaan tetap **kompetitif** secara ekonomi.
- Masalah layanan terletak pada jenis layanan yang diberikan dan **kesesuaian komunikasi** layanan dengan **kebutuhan** pelanggan.



- Bentuk-bentuk layanan ini dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap **kepuasan dan perilaku pelanggan**.
- Stres pekerja bisa berujung pada pelayanan yang kurang maksimal.
- Pelanggan **sangat tidak toleran** terhadap tampilan emosi negatif, dan norma "melayani dengan senyuman".
- Salah satu aspek terpenting dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan adalah **membangun rasa percaya**.

- Di masa lalu, banyak orang **bertahan** dengan satu atau mungkin dua organisasi selama masa kerja mereka.
- Dan kebanyakan orang yang bekerja di perusahaan tertentu adalah karyawan tetap dan penuh waktu dari organisasi tersebut.
- Menciptakan:
 - **Hubungan yang kuat** antara individu dan perusahaan tempat dia bekerja.
 - Menempatkan kepentingan organisasi **di atas** tujuan dan prioritas individu.
- Pada pergantian abad kedua puluh satu terjadi: ekonomi global, peningkatan teknologi, serikat pekerja yang melemah” dan lingkungan organisasi yang sangat kompetitif – terjadi peristiwa ”akhir dari pekerjaan”.
- Menciptakan kondisi **”usia pekerja sekali pakai“** yakni: individu tanpa koneksi permanen dan penuh waktu ke organisasi.
- **Dampaknya:**
 - Penurunan pengaruh serikat pekerja
 - Teknik manajemen baru
 - Perubahan peraturan yang mampu mengikis kedudukan ekonomi para pekerja.



KOMUNIKASI DI USIA PEKERJA ”SEKALI PAKAI”

- Individu dapat memilih untuk bekerja sebagai pekerja temporer, tele-commute, atau bekerja paruh waktu.
- Pekerja memiliki keinginan untuk **menikmati kebebasan**.
- Motivasi seseorang untuk memilih kehidupan **kerja yang tidak pasti**:
 - Mencari keseimbangan kerja
 - Mencari kehidupan yang lebih baik
 - Ingin menciptakan atau merancang karier mereka sendiri
 - Dapat memilih jenis pekerjaan atau proyek yang menciptakan seperangkat keterampilan yang unik.
- **Tantangan**:
 - Dari sisi pekerja: menuntut pembelajaran terus-menerus.
 - Dari sisi organisasi: perlu menghormati independensi, menunjukkan lebih banyak cinta—dalam bentuk undangan ke pertemuan sosial serta adanya pengakuan yang lebih besar.

KOMUNIKASI DI USIA PEKERJA "SEKALI PAKAI"



ISU SOSIAL PADA USIA PEKERJA "SEKALI PAKAI"



- Pengusaha semakin mengandalkan “pekerja sementara” untuk menurunkan biaya dan mendapatkan fleksibilitas.
- Tren ini terjadi pada: pekerja di hampir semua tingkat organisasi, di berbagai sektor pekerjaan, dan untuk jangka waktu yang lebih lama.
- Status pekerjaan yang tidak pasti, tidak dapat diprediksi, dan berisiko dari sudut pandang pekerja.

- **Implikasi keuangan** (pendapatan secara finansial) bagi pekerja sekali pakai.
- Pengaruh pada **tunjangan kerja**.
- Pekerja tidak tetap berada pada risiko yang lebih tinggi untuk: cedera, penyakit, dan kematian terkait pekerjaan.
- sebagai tenaga kerja sekali pakai berdampak pada faktor sosial dan psikologis: kurang koneksi ke organisasi dan sebaliknya.

- Menimbulkan **konflik peran dan kebutuhan** pekerja temporer untuk memilih antara keinginan organisasi dan kebutuhannya sebagai “pekerja lepas”
- Kurang termotivasi dan kurang peduli dengan manajemen.

THANK • YOU

nathaniel.antonio@upj.ac.id