

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dalam penelitian ini, kesimpulan yang dapat ditarik adalah berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, yaitu adalah untuk mengetahui bagaimana penggambaran dimensi nilai budaya Hofstede negara Prancis dan Amerika Serikat dalam series “Emily in Paris” season I. Season ini terdiri dari 10 episode. Dari hasil penelitian ini, ditemukan 38 adegan yang menunjukkan dimensi nilai budaya Hofstede untuk keseluruhan adegan. Pembagian jumlah adegan yang menunjukkan dimensi nilai budaya Hofstede negara Prancis adalah sebanyak 26 adegan, sedangkan untuk negara Amerika Serikat ada sebanyak 15 adegan.

Dimensi nilai budaya Hofstede yang digambarkan untuk negara Prancis antara lain *Individualism* dengan persentase 59%, *High Power Distance* sebesar 100%, *Low Power Distance* sebesar 67%, *Femininity* sebanyak 89%, *High Uncertainty Avoidance* dengan persentase sebesar 95%, *Long Term Orientation* dengan persentase sebanyak 100%, dan *Indulgence* dengan persentase sebesar 100%. Berdasarkan temuan untuk negara Prancis dalam series “Emily in Paris” season I, hasil ini telah sesuai dengan data acuan yakni dari Hofstede Insights.

Negara Prancis memiliki mayoritas penduduk yang memiliki sifat individualis, ditunjukkan dari tokoh Sylvie, Paul, Julien, dan Luc yang beranggapan bahwa cara bekerja dan budaya mereka jauh lebih baik dibandingkan Emily. Hierarki kedudukan sangat berpengaruh dalam dunia kerja di Prancis, yang mana ditunjukkan dari Sylvie sebagai pemegang kekuasaan tertinggi di Savoie dan tidak menerima apabila keputusannya dipertanyakan. Meskipun begitu, Sylvie ternyata mampu menunjukkan sifat yang egaliter dengan para pekerjanya, dimana dia mau membaur dengan mereka pada saat istirahat dan di luar jam kerja, serta mulai terbuka kepada Emily dalam hal pembentukan keputusan. Sylvie dan tokoh Prancis lainnya tidak akan segan untuk memberikan apresiasi dan berterima kasih kepada Emily setelah mengetahui Emily banyak membantu mereka.

Dalam bekerja, orang Prancis cenderung mengandalkan pandangan dan prinsip yang telah ada sejak dahulu. Ini ditunjukkan dari pandangan Antoine dan Sylvie ketika mereka membuat iklan untuk merek Antoine yang mana iklan tersebut banyak dipengaruhi oleh pemikiran yang sudah lama berada di masyarakat. Lalu, dalam series ini, ditekankan pula bahwa orang Prancis sangat memisahkan urusan pekerjaan dari kegiatan yang bertujuan untuk relaksasi dan tidak menggantungkan kebahagiaan mereka pada pekerjaan. Pemisahan urusan kerja dan pribadi ini ditunjukkan oleh tokoh Sylvie, Luc, dan Louise yang berkali-kali mengingatkan Emily untuk tidak membicarakan soal pekerjaan di luar waktu bekerja.

Pada negara Amerika Serikat, dimensi nilai budaya Hofstede yang ditunjukkan dalam series ini yaitu sebagai berikut. *Individualism* dengan persentase sebesar 41%, *Low Power Distance* sebesar 33%, *Femininity* memperoleh persentase sebesar 11%, *High Uncertainty Avoidance* mendapat persentase sebesar 5%, *Low Uncertainty Avoidance* dengan 100%, *Short Term Orientation* memiliki persentase sebesar 100%, dan terakhir, *Restraint* dengan persentase sebesar 100%. Dari hasil temuan penelitian di atas, hasilnya telah menyesuaikan dengan data nilai tiap dimensi untuk negara Amerika Serikat berdasarkan Hofstede Insights.

Negara Amerika Serikat merupakan negara dengan penduduk yang berorientasi pada diri sendiri. Hal ini ditunjukkan oleh tokoh utama, Emily, sejak awal kedatangannya ke Paris, dia tidak menunjukkan usaha untuk berbaur dengan budaya yang ada. Emily sering menunjukkan kebanggaannya terhadap Amerika Serikat dalam berinteraksi dengan orang-orang Prancis di Savoie. Amerika Serikat jauh lebih fleksibel ketika bersosialisasi dan tidak dibatasi oleh hierarki dari perusahaan. Kategori ini ditunjukkan oleh Emily dan atasannya di Gilbert Group, Madeline, dimana Emily bisa bebas berinteraksi dengan Madeline dan sebaliknya, bahkan mereka bisa membahas soal masalah pribadi keduanya.

Penduduk Amerika Serikat memiliki kecenderungan pada sifat-sifat maskulin. Namun, dalam penelitian ini, tidak ditemukan kategori *Masculinity* disebabkan oleh kurangnya tokoh pendukung yang berasal dari Amerika Serikat untuk menunjukkan nilai-nilai maskulin, serta tokoh Emily justru menunjukkan pendekatan pada sifat feminin. Amerika Serikat memiliki penduduk yang tidak masalah jika berada di tengah ambiguitas dan ketidakjelasan. Hal ini ditunjukkan

ketika Emily dihadapkan dengan pada masalah dengan Pierre Cadault, dia percaya bahwa bisa keluar dari situasi ini dan membuat keputusan yang spontan.

Penduduk Amerika Serikat memiliki kepekaan dan perhatian yang tinggi terhadap isu dan tren yang berkembang di masyarakat, jadi pandangan dan opini mereka akan berdasarkan pada isu yang tengah ramai. Emily ditunjukkan sebagai sosok dengan kepekaan sosial yang tinggi, terutama dalam isu feminisme, sehingga mendorongnya berani untuk menolak pandangan Antoine terkait iklannya. Kehidupan penduduk Amerika Serikat ditunjukkan banyak dikendalikan oleh faktor eksternal, seperti pencapaian dan pekerjaan yang mampu memberikan mereka kebahagiaan. Emily sangat menunjukkan bahwa dirinya menikmati bekerja dan pencapaian yang didapatkan, sehingga kebahagiaannya pun berasal dari bekerja.

Terdapat temuan menarik yang didapatkan dari hasil penelitian ini yaitu nilai dimensi nilai budaya Hofstede yang diteliti oleh G. Hofstede diambil secara kolektif, sehingga tidak sepenuhnya sesuai dengan individu yang tergabung ke dalam suatu negara. Negara Prancis yang ditunjukkan sebagai negara dengan jarak kekuasaan yang tinggi, namun dalam series ini, tokoh Sylvie mampu menunjukkan fleksibilitas dengan bawahannya ketika berada di luar kantor, dan perlahan Sylvie menunjukkan keterbukaan diri soal kehidupan pribadinya kepada Emily.

Meskipun Prancis mendapatkan perolehan persentase 100% dalam kategori *High Power Distance*, tetapi seiring berkembangnya alur dari “Emily in Paris”, terjadi perubahan sedikit demi sedikit tanpa menghilangkan ciri khasnya sebagai seorang warga negara Prancis. Tokoh Sylvie sebagai orang Prancis menunjukkan perubahan dalam berinteraksi dengan hierarki di bawahnya, dimana sebelumnya Sylvie menunjukkan sifat kepemimpinan yang otoriter. Namun seiring berkembangnya interaksi dengan Emily, Sylvie menunjukkan sifat kepemimpinan yang egaliter melalui pembukaan diri kepada Emily dalam proses pembuatan keputusan, tetapi tidak meninggalkan posisinya sebagai hierarki tertinggi di Savoir.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media massa seperti film dan series berperan penting dalam menkonstruksi realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Pada series “Emily in Paris” ini, penonton dapat mengetahui bagaimana budaya pada negara Prancis dan Amerika Serikat, terutama budaya bekerja. Series ini menunjukkan adegan-adegan yang menggambarkan budaya suatu negara yang

sesuai dengan penelitian dimensi nilai budaya yang dilakukan oleh G. Hofstede. Konstruksi sosial yang ditunjukkan dalam series ini dapat memberikan gambaran akan bagaimana budaya Prancis dan Amerika Serikat.

5.2. Saran

Temuan pada penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana penggambaran dimensi nilai budaya Hofstede negara Prancis dan Amerika Serikat. Untuk saran yang dapat diberikan untuk tujuan selanjutnya adalah sebagai berikut :

5.2.1. Saran Akademis

Peneliti mengharapkan adanya penelitian selanjutnya dengan metode yang berbeda, misalnya seperti metode analisis resepsi berdasarkan pemaknaan terhadap series “Emily in Paris”. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengambil topik mengenai hubungan pertemanan dan hubungan romantis dalam series ini, karena dalam kedua hubungan tersebut, terdapat perbedaan latar belakang budaya yang ditunjukkan oleh para tokoh di “Emily in Paris” seperti budaya Asia.

5.2.2. Saran Praktis

Mengingat series memiliki peran dalam menggambarkan realitas sosial di masyarakat, diharapkan para pembuat karya melalui media massa memahami akan pentingnya riset terhadap budaya yang akan digambarkan dalam karyanya. Riset terhadap budaya diperlukan agar tidak bias dalam menggambarkan budaya yang ada, sekaligus sebagai bentuk menghargai dan kepekaan terhadap kehidupan berbudaya.