

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Judul Penulis Tahun	Afiliasi Universitas	Metode Penelitian	Kesimpulan	Saran	Perbedaan dengan penelitian ini
1	Potret Budaya Masyarakat Minangkabau Berdasarkan Keenam Dimensi Budaya Hofstede Dwi Rini Sovia Firdaus, Djuara P. Lubis, dkk Tahun 2018	Universitas Pakuan & Institut Pertanian Bogor	Metode kuantitatif	<p>Hasil penelitian ini terbagi menjadi 3 poin yaitu berdasarkan karakteristik orang tua di wilayah rural dan semi urban, tipologi keluarga, dan pengalaman merantau.</p> <p>1. Orang tua di wilayah semi urban lebih menanamkan nilai budaya Minangkabau kepada anaknya.</p> <p>2. Keluarga yang terdiri dari ayah Minang & ibu Minang, ayah Minang & ibu non-Minang, ayah non-Minang & ibu non-Minang memiliki kecenderungan untuk menerapkan nilai budaya Minangkabau kepada anaknya.</p> <p>3. Keluarga dengan orang tua yang merantau, ayah lah yang lebih giat memberikan edukasi nilai Minangkabau</p>	<p>Peneliti menyarankan agar mengadakan sosialisasi kepada orang tua untuk menyebarkan nilai budaya Minangkabau untuk anak-anaknya melalui perantara kesenian, berbahasa Minang di kehidupan sehari-hari, dan lainnya.</p> <p>Untuk peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian yang membahas akan budaya Minangkabau, namun dari sisi keberadaan seorang ibu mengingat Minangkabau menganut budaya matrilineal.</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memiliki objek dan subjek penelitian, dan metode penelitian yang berbeda dari penelitian milik peneliti.</p> <p>Objek penelitian pada penelitian ini pergeseran budaya Minangkabau dilihat dari dimensi budaya Hofstede, dengan subjek penelitian yaitu 106 responden yang berasal dari Sumatera Barat.</p> <p>Penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif.</p> <p>Pada penelitian milik peneliti, penelitian ini memiliki objek penelitian yaitu penggambaran nilai budaya Hofstede dari negara Prancis dan AS pada series "Emily in Paris", dengan subjek penelitian yaitu potongan adegan yang menunjukkan implementasi budaya Hofstede dari kedua negara tersebut.</p>

				kepada anaknya.		Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis isi kualitatif.
2	<i>Comparison Of A Hofstede's Cultural Dimensions Between Italy, Germany, & Serbia</i> Darko Milosevic Tahun 2020	Università LUM Jean Monnet	<i>Mix methods</i>	Hasil penelitian ini berdasar dari hipotesis. Hipotesis 1 sebagian terkonfirmasi kebenarannya, karena Italia memiliki tingkat individualisme paling tinggi dari ketiga negara tersebut, tetapi Jerman memiliki tingkat Gross Domestic Products (GDP) yang lebih tinggi. Hipotesis 2 terbantahkan karena lingkungan berkelanjutan yang kuat tergambar dari negara Italia dan Jerman, di mana semakin tinggi tingkat individualisme suatu negara dan semakin kecil tingkat <i>uncertainty avoidance</i> dan <i>power distance</i> mereka, maka semakin tinggi profesionalisme mereka. Hipotesis 3 terkonfirmasi benar dari tingkat profesionalisme tersebut. Hipotesis 4 sebagian terkonfirmasi karena ditunjukkan dari Jerman dengan tingkat profesionalisme yang tinggi, di	Peneli menyarankan untuk mengambil data dari lebih dari 1 sumber dan menggunakan seluruh dimensi budaya Hofstede, serta selanjutnya pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan jangkauan yang lebih luas.	Penelitian ini memiliki ssubjek penelitian yang berbeda dengan penelitian milik peneliti, di mana subjek penelitian ini berupa data dari negara Italia, Jerman, dan Serbia berdasarkan kondisi ekonomi di negara tersebut. Penelitian ini menggunakan mix methods, di mana data didapatkan berdasarkan kuesioner sampel oleh World Value Survey dan data berdasarkan website Hofstede. Sedangkan penelitian milik peneliti memiliki subjek penelitian yaitu dari negara Prancis dan Amerika Serikat berdasarkan series "Emily in Paris". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis isi kualitatif.

				mana hipotesis ini menyatakan bahwa adanya hubungan negatif dari negara dengan budaya maskulinitas dan tingkat GDP yang tinggi.		
3	Perbedaan Budaya Perusahaan Korea Selatan Dengan Indonesia Menggunakan Analisis Budaya Hofstede / Dyah Kusuma Wardani Tahun 2022	Universitas Nasional	Metode desk research	Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penelitian budaya Korea Selatan dan Indonesia memiliki kesamaan, seperti <i>power distance</i> yang tinggi, <i>masculinity</i> yang tinggi, menerapkan <i>long term orientation</i> , dan berada di budaya restraint. Sedangkan untuk perbedaannya, budaya Korea Selatan dan Indonesia berbeda dalam <i>uncertainty avoidance</i> , di mana Korea Selatan adalah negara dengan penghindaran ketidakpastian yang tinggi, sedangkan Indonesia dengan penghindaran ketidakpastian yang rendah.	Peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya untuk membuat penelitian kepada perusahaan yang menerapkan budaya Hofstede.	Penelitian terdahulu ini menggunakan metode yang berbeda sehingga sumbernya adalah berdasarkan sumber eksternal, dengan mencari Sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan data diambil berdasarkan potongan adegan yang menunjukkan nilai budaya Hofstede dari Prancis dan Amerika Serikat.
4	<i>Cross-cultural Differences in Managing Business : Applying Hofstede</i>	University of Bahrain	Metode desk research	Hasil penelitian menemukan bahwa budaya menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan	Tidak ada saran yang diberikan oleh peneliti.	Penelitian ini memiliki objek dan subjek penelitian yang berbeda dengan penelitian milik peneliti, di mana

<p><i>Cultural Analysis in Germany, Canada, South Korea and Morocco</i> Adel Ismail Al-Alawi & Huda Jamil Alkhodari Tahun 2016</p>	<p>n sebelum melakukan ekspansi bisnis ke negara lain. Jerman, Kanada, Korea Selatan, dan Maroko memiliki perbedaan budaya yang memengaruhi cara mereka melakukan pekerjaan dan berbisnis. Sebelum melakukan ekspansi bisnis, perusahaan harus memahami dan mengenali nilai bisnis mereka sesuai dengan keseluruhan nilai-nilai budaya negara tersebut, hal berguna untuk mendukung pertumbuhan dan kelangsungan perusahaan.</p>	<p>objek penelitian ini berupa perbandingan budaya negara berdasarkan dimensi Hofstede. Subjek penelitiannya adalah negara Jerman, Kanada, Korea Selatan, dan Maroko. Penelitian ini menggunakan metode desk reseach.</p> <p>Sedangkan penelitian milik peneliti memiliki objek penelitian yaitu penggambaran nilai budaya Hofstede dari negara Prancis dan AS pada series “Emily in Paris”, dengan subjek penelitian yaitu potongan adegan yang menunjukkan implementasi budaya Hofstede dari kedua negara tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis isi kualitatif.</p>
--	--	--

Sumber : Olahan Peneliti, 2023

Dalam melakukan sebuah penelitian, peneliti membutuhkan tinjauan pustaka yang bisa didapatkan dari penelitian terdahulu. Dengan hasil temuan yang didapatkan dari penelitian terdahulu dapat membantu memberikan gambaran dan acuan tentang penelitian yang akan dilakukan. Terdapat 4 penelitian terdahulu untuk penelitian ini, antara lain :

1. Penelitian pertama berjudul “Potret Budaya Masyarakat Minangkabau Berdasarkan Keenam Dimensi Budaya Hofstede” yang ditulis dan diteliti oleh Dwi Rini Sovia Firdaus, Djuara P. Lubis, Djoko Susanto, dan

Endriatmo Soetarto tahun 2018. Penelitian ini menggunakan konsep utama yang sama yaitu dimensi nilai budaya Hofstede untuk melihat bagaimana perbedaan karakteristik dari penduduk Minangkabau seperti orang tua dan anaknya, yang dilihat berdasarkan 3 aspek yaitu wilayah tempat tinggal, tipologi keluarga, dan pengalaman hidup mereka. Penelitian ini mendapatkan 3 temuan yaitu Hasil penelitian ini terbagi menjadi 3 poin yaitu berdasarkan karakteristik orang tua di wilayah rural dan semi urban, tipologi keluarga, dan pengalaman merantau. Hasil penelitian ini menemukan bahwa orang tua Minangkabau lebih menanamkan nilai budaya Minangkabau kepada anaknya, dan ayah berperan besar dalam memberikan edukasi tentang nilai budaya Minangkabau kepada anaknya.

2. Penelitian kedua memiliki judul “*Comparison Of A Hofstede's Cultural Dimensions Between Italy, Germany & Serbia*” milik Darko Milosevic tahun 2019. Pada penelitian ini, konsep yang digunakan adalah dimensi nilai budaya Hofstede untuk membandingkan perbedaan budaya profesionalisme antara negara Italia, Jerman, dan Serbia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Italia memiliki indeks individualisme yang paling tinggi, namun dari segi profesionalisme, Jerman jauh lebih unggul. Sedangkan, Serbia memiliki indeks kolektivisme dan jarak kekuasaan yang tinggi, yang mengindikasikan bahwa profesionalisme mereka bergantung kepada kinerja seluruh anggota.
3. Penelitian ketiga berjudul “Perbedaan Budaya Perusahaan Korea Selatan Dengan Indonesia Menggunakan Analisis Budaya Hofstede” yang ditulis dan diteliti oleh Dyah Kusuma Wardani tahun 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya perusahaan Korea Selatan dan Indonesia yang dilihat berdasarkan nilai budaya Hofstede, serta apa saja perbedaan nilai budaya Hofstede dari kedua negara tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa budaya Korea Selatan dan Indonesia memiliki kesamaan, dari *high power distance*, *masculinity*, *long term orientation*, dan menganut budaya *restraint*. Sedangkan untuk perbedaannya, budaya Korea Selatan dan Indonesia berbeda dalam *uncertainty avoidance*, dimana Korea Selatan adalah negara dengan

penghindaran ketidakpastian yang tinggi, sedangkan Indonesia dengan penghindaran ketidakpastian yang rendah.

4. Penelitian terakhir memiliki judul “*Cross-cultural Differences in Managing Business : Applying Hofstede Cultural Analysis in Germany, Canada, South Korea and Morocco*” yang merupakan hasil penelitian dari Adel Ismail Al-Alawi1 & Huda Jamil Alkhodari tahun 2016. Berdasarkan penelitian ini, tujuan penelitiannya adalah untuk memberikan gambaran terkait potensi yang dimiliki negara Jerman, Kanada, Korea Selatan, dan Maroko dari segi bisnis, dengan menggunakan dimensi nilai budaya Hofstede untuk memetakan bagaimana karakteristik tiap negara. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa budaya menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan sebelum melakukan ekspansi bisnis ke negara lain. Negara Jerman, Kanada, Korea Selatan, dan Maroko memiliki perbedaan budaya yang memengaruhi cara mereka melakukan pekerjaan dan berbisnis.

Dari pemaparan penelitian terdahulu ini, peneliti dapat menarik hal-hal dan konsep penting yang dapat diaplikasikan dalam penelitian ini yaitu penggunaan konsep dimensi nilai budaya Hofstede, dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana penggambaran dari dua budaya yang berbeda. Dari hasil penelitian terdahulu, dimensi nilai budaya Hofstede dapat menjadi acuan untuk melihat dan membandingkan budaya negara yang berbeda-beda.

2.2. Teori dan Konsep

2.2.1. Komunikasi Massa

Menurut Bittner (Romli, 2016), komunikasi massa adalah konsep komunikasi yang menyampaikan pesan melalui saluran media massa yang ditujukan kepada khalayak luas. Berdasarkan pengertian menurut Meletzke (Romli, 2016), komunikasi massa dikenal dengan penyaluran pesan yang bersifat satu arah serta tidak langsung, sehingga memungkinkan khalayak untuk menerima pesan dari tempat yang berbeda-beda. Merujuk dari kedua pengertian dari para ahli,

komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang membutuhkan media untuk mentransmisikan pesan kepada khalayak luas yang bersifat satu arah.

Saluran yang digunakan dalam kegiatan komunikasi massa disebut media massa. Menurut Canggara, media massa merupakan alat yang berperan dalam mentransmisikan pesan dari komunikator kepada khalayak, di mana beberapa contoh dari media massa yaitu surat kabar, majalah, televisi, radio, dan film (Habibie, 2018). Media massa memiliki jangkauan yang lebih luas, tidak terbatas, dan dapat diterima oleh semua kategori masyarakat.

Menurut Effendy (Qudratullah, 2018, p. 44), media massa memiliki beberapa fungsi bagi khalayak, antara lain :

1. Fungsi Informasi

Media massa dapat menjadi sumber informasi bagi audiensnya tentang suatu peristiwa atau kabar, terutama di masa sekarang. Informasi berkembang dengan sangat cepat dan untuk mengakses informasi, audiens akan mencari media massa yang mereka percaya untuk mengetahui informasi tertentu (Qudratullah, 2018).

2. Fungsi Pendidikan

Media massa dianggap dan terbukti menjadi sumber pendidikan, karena media massa mampu menampilkan pesan edukatif yang bisa dijangkau oleh masyarakat luas. Media massa seperti film, series, dan cerita novel dapat mengajarkan audiens terkait hal-hal tertentu di masyarakat, sehingga mereka mendapatkan pembelajaran dari mengonsumsi media tersebut (Qudratullah, 2018).

3. Fungsi Memengaruhi

Media massa memiliki kekuatan untuk memengaruhi audiens melalui apa yang ditampilkan pada media tersebut. Audiens yang mengonsumsi sebuah media yang pesannya repetitif lama kelamaan akan terpengaruh dengan pesan itu, meskipun terkadang pesan disampaikan secara implisit (Qudratullah, 2018).

4. Fungsi Hiburan

Media massa menjadi sumber hiburan memungkinkan audiens untuk melepas penat dan relaksasi sementara dari urusan kehidupannya. Selain itu,

media massa dapat menghibur audiensnya untuk sekedar mengisi waktu luang mereka. Fungsi ini merupakan fungsi tambahan yang disepakati dan diyakini oleh pemilik media maupun masyarakat sebagai audiensnya (Qudratullah, 2018).

2.2.2. Film

Menurut Javadalani, film adalah serangkaian gambar yang bergerak yang dapat mengubahnya menjadi kesatuan utuh yang disebut dengan cerita (Alfathoni & Manesah, 2020). Film dikenal juga sebagai media berbentuk audio visual yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang dikemas dalam sebuah narasi. Menurut Wibowo, film merupakan sebuah alat yang diperuntukkan untuk menyampaikan pesan melalui metode cerita dan dapat menjadi wadah untuk menyalurkan gagasan yang dimiliki oleh pembuatnya (Shabrina, 2019).

Film termasuk ke dalam salah satu bentuk komunikasi massa, dikarenakan terkandung pesan yang ingin disampaikan kepada banyak orang. Pesan dalam film dikemas dengan mengikuti aturan dan konsep filmis di mana perlu memahami adanya latar belakang film, fungsi film, dan efek terhadap para penonton (Asri, 2020). Namun pesan komunikasi yang disampaikan melalui film dapat dimaknai dengan berbeda-beda oleh tiap penontonnya, karena manusia memiliki cara untuk memaknainya berdasarkan budaya dan kepercayaan sendiri.

Menurut Widharma dalam (Panuju, 2019), terdapat tiga jenis film yang sering dibuat oleh para sineas film antara lain film dokumenter, film fiksi, dan film eksperimental. Pertama, film dokumenter adalah jenis film yang menunjukkan kejadian yang berupa fakta atau benar-benar terjadi, dengan tokoh dan latar yang sesuai dengan peristiwa sebenarnya. Kedua, film fiksi dikenal sebagai jenis film yang diangkat berdasarkan imajinasi, bersifat fiksional, dan terkadang terinspirasi dari kejadian nyata. Meskipun fiksional, tetapi akan terdapat beberapa unsur yang mengadaptasi dari kehidupan manusia yang sesungguhnya (Panuju, 2019). Terakhir, film eksperimental adalah jenis film yang berbeda dari film pada umumnya, karena tidak mengikuti ketentuan dan struktur film sehingga jenis film

ini tidak memiliki alur dan mengandalkan subjektifitas dari sang pembuatnya (Panuju, 2019).

Seiring berkembangnya teknologi dan inovasi dalam dunia perfilman, industri perfilman pun meluas dengan membuat produk film baru seperti *series* dan *web series*. *Series* adalah karya berupa cerita yang menunjukkan adanya kesatuan alur dari cerita satu ke lainnya karena terdapat keterkaitan (Hamzah, 2018). Dalam satu series akan memuat banyak cerita yang membangun sebuah alur utama. Sedangkan, *web series* adalah karya cerita yang berseri, namun ditayangkan melalui platform online. Baik series maupun web series, keduanya memiliki kesamaan yakni konsep ceritanya yang saling berkaitan satu sama lain (Hamzah, 2018). Sehingga apabila satu cerita dari series terlewatkan, maka dapat membuat penonton kesulitan untuk memahami alur utamanya. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan series berjudul “Emily in Paris” dimana tiap episode memiliki keterkaitan alur.

2.2.3. Film Sebagai Konstruksi Sosial

Film sering menjadi pilihan orang-orang untuk mencari sumber hiburan, namun film memiliki fungsi tidak hanya untuk menghibur saja. Film dapat menggambarkan dan mengkonstruksi kehidupan sosial yang berkembang di masyarakat (Dewi, 2017). Film menjadi refleksi atas fenomena dan kondisi sosial yang tumbuh dan berkembang di tengah masyarakat, yang mana realita sosial sering ditunjukkan dalam bentuk simbolik yang mengandung makna tersirat mengenai realitas sosial. Oleh karena itu, penonton sering kali larut dalam tontonannya karena adanya kesamaan yang dirasakan oleh penonton dengan yang digambarkan dalam film. Penonton memiliki kebebasan untuk memilih film sebagai sebatas sarana hiburannya, ataupun menjadikan film sebagai sarana edukasi akan suatu hal (Asri, 2020).

Penggambaran realita sosial dalam film dapat berganti mengikuti dengan tujuan dan bagaimana pembuat film tersebut ingin sejauh mana dan seperti apa menggambarkan realita tersebut terjadi. Seorang pembuat film sering menggunakan pengalaman pribadinya yang berasal dari realita sosial sebagai ide

awal untuk menggarap filmnya (Asri, 2020). Film memiliki kelebihan sebagai media penyebar pesan yang efektif dan menjangkau berbagai kalangan karena disampaikan dalam bentuk gambar dan audio, dengan unsur intrinsik dan estetika yang membuat film mudah diterima oleh khalayak (Asri, 2020). Dalam kata lain, film dapat menjadi sarana edukasi, karena dapat merefleksikan bagaimana realita sosial di masyarakat.

2.2.4. Komunikasi Antar Budaya

Menurut Andrea Rich dan Dennis Ogawa dalam Karmilah & Sobarudin (2019), komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang dengan latar belakang yang berbeda, sebagai contoh berbeda suku bangsa, etnik, ras, dan kelas sosial. Berdasarkan pengertian dari Chaley H. Dood dalam Karmilah & Sobarudin (2019), komunikasi antar budaya memiliki arti sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan individu, antar individu, dengan kelompok, atau antar kelompok dengan tekanan pada perbedaan latar belakang budaya yang memengaruhi perilaku komunikasi mereka. Apabila disimpulkan dari para ahli tersebut, maka komunikasi antar budaya adalah proses komunikasi yang dilakukan oleh peserta komunikasi dengan latar belakang budaya yang berbeda-beda, bersifat kontekstual, dinamis, dan interaktif karena akan selalu berubah bergantung dengan konteks dan situasi, serta perilaku, gaya komunikasi, dan pesan yang ditangkap oleh komunikan akan dipengaruhi oleh budaya yang dianut (Karmilah & Sobarudin, 2019).

Komunikasi antar budaya adalah bentuk komunikasi yang tidak bisa dihindarkan oleh manusia ketika mereka berada dalam suatu kelompok masyarakat. Budaya merupakan seperangkat unsur-unsur obyektif dan subyektif buatan manusia yang muncul di masa lampau, dengan tujuan untuk bertahan hidup, memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Sebuah budaya muncul dari sekelompok individu yang memiliki kesamaan secara ekologis, hingga akhirnya budaya dibagikan menjadi lebih luas dari satu ke lainnya, karena memiliki kesamaan bahasa dan hidup di waktu dan tempat yang sama (Samovar dkk, 2017).

Budaya adalah hasil dari proses interaksi manusia dengan sekitarnya. Ini mengindikasikan bahwa budaya adalah buatan manusia, karena budaya tidak muncul secara biologis. Budaya memiliki konsep-konsep subyektif, yang terdiri dari : nilai, kepercayaan, sikap, norma, dan adat istiadat (Samovar dkk, 2017). Subyektif dalam budaya memiliki arti bahwa setiap individu memiliki interpretasi yang berbeda dalam memandang suatu hal. Hal ini dipengaruhi oleh keanggotaan seseorang pada budaya tertentu, di mana mereka akan menginterpretasikan hal-hal berdasarkan nilai, kepercayaan, norma yang ditanamkan oleh budayanya

Budaya memiliki beberapa elemen yang membentuk budaya seutuhnya, antara lain :

1. Pandangan Terhadap Dunia

Pandangan terhadap dunia dilihat dari bagaimana individu memahami dan menginterpretasikan setiap kejadian yang terjadi di dunia, termasuk bagaimana mereka memandang diri sendiri dan cara untuk berinteraksi dengan sekitarnya. Pandangan terhadap dunia adalah menggunakan persepsi untuk menilai dan mengatur cara hidup manusia. Sehingga sangat wajar apabila muncul perbedaan opini akan suatu hal, karena tiap budaya akan memandang suatu hal berdasarkan persepsinya masing-masing (Samovar dkk, 2017).

2. Agama

Agama memiliki keterkaitan yang erat dengan manusia. Agama tidak akan bisa lepas dari manusia, karena seluruh aspek kehidupan manusia dapat dipengaruhi oleh adanya ajaran agama. Dalam ajaran agama, manusia akan mengetahui cara untuk berinteraksi dengan sesama manusia dan alamnya. Agama menyediakan kontrol sosial dan solusi terhadap konflik yang terjadi di tengah manusia, yang mendukung peran agama dalam fungsi dasar dari kehidupan manusia (Samovar dkk, 2017).

3. Sejarah

Budaya merupakan hasil interaksi manusia di masa lampau, maka sejarah menjadi faktor penting yang menjadi petunjuk manusia di kehidupan sekarang. Generasi terdahulu berperan dalam membagikan budaya kepada

generasi sekarang sebagai pengenalan identitas, pembelajaran, dan pembimbing kehidupan (Samovar dkk, 2017).

4. Nilai

Nilai adalah standar keinginan dan kebaikan yang digunakan manusia untuk menentukan cara bertindak dan bertingkah laku sebagai seorang makhluk hidup. Sama halnya dengan persepsi terhadap dunia, nilai tiap budaya juga berbeda-beda. Nilai memiliki sifat yang mendalam dan sering diandalkan untuk membangun persepsi terhadap dunia tanpa disadari oleh manusia (Samovar dkk, 2017).

5. Organisasi Sosial

Setiap harinya, manusia melakukan komunikasi dengan sekitarnya yang dikenal dengan sebutan organisasi sosial. Organisasi sosial terdiri dari struktur sosial yang menjadikan manusia sebagai anggota dari institusi sosial tertentu seperti keluarga, sekolah, lingkup pertemanan, pemerintah, dan lainnya. Dengan adanya struktur sosial ini, manusia akan mengetahui cara untuk berkomunikasi dan bertingkah laku dengan sesama lingkungannya dan apabila berbeda lingkungannya (Samovar dkk, 2017).

6. Bahasa

Bahasa adalah perantara manusia untuk menyampaikan pemikiran, perasaan, dan pendapat dengan orang lain. Bahasa menjadi perantara utama bagi manusia untuk membagikan budaya dari generasi ke generasi. Setiap budaya memiliki bahasanya sendiri, karena manusia dapat tumbuh dan berkembang melalui pembelajaran yang disampaikan melalui bahasa, dan membuat seluruh anggota budaya terhubung satu sama lain (Samovar dkk, 2017).

2.2.4.1. Identitas Budaya

Elemen-elemen budaya dapat memberikan dampak pada pengembangan identitas dari suatu kelompok, sehingga mendorong munculnya sebuah identitas budaya. Identitas budaya merupakan sebuah tata perilaku yang bersifat simbolik dan dibagikan kepada anggota dari suatu kelompok budaya melalui proses

komunikasi secara verbal dan non verbal, sehingga berpotensi untuk memunculkan saling memiliki dengan budaya sendiri dengan kesamaan pada norma, tradisi, warisan, dan bahasa (Samovar dkk, 2017). Identitas budaya adalah sebuah bentuk dari konstruksi sosial, karena identitas dapat berubah sesuai dengan keadaan dan pengalaman hidup yang dialami kelompok di masa tertentu.

2.2.5. Dimensi Budaya Hofstede

Hofstede pernah membuat penelitian dengan subjek penelitiannya yaitu kepada lebih dari 100.000 manajer dari berbagai perusahaan internasional yang lokasinya tersebar di 50 negara dan 3 bagian geografis. Sebagai hasil dari penelitian ini, Hofstede mendapatkan temuan baru berupa kategori-kategori yang mampu menunjukkan karakteristik dari suatu budaya. Pada awalnya, Hofstede mengemukakan 4 kategori terlebih dahulu. Kemudian Hofstede melakukan penelitian lanjutan yang serupa namun kepada 23 negara, lalu sebagai hasil penelitiannya, dia menemukan 2 kategori baru untuk menyempurnakan dimensi budaya temuannya (Samovar dkk, 2017). Hofstede menambahkan bahwa dimensi budaya yang dia rumuskan ini adalah berdasarkan kolektif, jadi tidak dapat menggambarkan seorang individu. Keenam dimensi budaya tersebut antara lain :

1. *Individualism/Collectivism*

Dimensi ini adalah yang paling mendasar, karena dapat membedakan tiap individu di kehidupan sosialnya. Dimensi individualisme dan kolektivisme dapat memunculkan variasi di antara organisasi sosial, misalnya dari cara bekerja sama di kelas, mengurus pekerjaan di kantor, dan cara berinteraksi di masyarakat. Sikap individualisme menunjukkan bahwa seseorang lebih nyaman dengan urusan pribadinya, hak privasi, berani untuk mengemukakan opininya, menjunjung tinggi kebebasan, dan menyukai inovasi untuk diri sendiri. Sikap individualisme dimiliki oleh orang-orang yang independen dengan pilihannya dan memahami bahwa kenyamanan bagi diri sendiri adalah yang harus diperhatikan terlebih dulu (Samovar dkk, 2017).

Sedangkan, kolektivisme lebih menekankan kepentingan bersama, kehidupan komunitas, kolaborasi, saling berbagi, menjunjung tinggi tradisi dan harmoni. Orang-orang yang memiliki sifat kolektivisme biasanya tertanam pada hubungan kekeluargaan, suku, klan, dan organisasi. Kolektivisme banyak menekankan pada pandangan, kebutuhan, dan tujuan dari kelompok daripada kebutuhan pribadi, menjaga norma dan adat istiadat yang berlaku di dalam kelompok, dan suka melakukan hal-hal secara bersama-sama (Samovar dkk, 2017).

2. *Power Distance*

Dimensi jarak kekuasaan dapat menunjukkan seberapa jauh suatu masyarakat menerima bahwa kekuasaan dalam hubungan, institusi, dan organisasi didistribusikan secara seimbang atau tidak seimbang. Artinya, dimensi ini berguna untuk menemukan seberapa jauh pengaruh kekuasaan dari hierarki yang ada di tengah masyarakat dalam kehidupan sosial. Kelompok dengan jarak kekuasaan yang tinggi menyadari bahwa ada perbedaan posisi antar individu, mulai dari yang paling tinggi dan rendah. Pada kelompok dengan jarak kekuasaan tinggi, akan terjadi pemusatan kekuasaan, sistem terstruktur, dan dapat menciptakan pola komunikasi yang kaku (Samovar dkk, 2017).

Sedangkan kelompok dengan jarak kekuasaan yang rendah memahami bahwa penggunaan hierarki dapat membuat ketidaknyamanan. Kelompok dengan jarak kekuasaan yang rendah lebih memandang setiap manusia adalah sama, dan tidak membatasi siapa pun untuk berinteraksi satu sama lain. Meskipun dalam jarak kekuasaan yang rendah tetap ada hierarki yang berlaku, tetapi hierarki ini tidak mengekang mereka dalam berinteraksi (Samovar dkk, 2017).

3. *Masculinity/Femininity*

Dimensi ketiga ini berguna untuk melihat tingkat sifat maskulinitas dan femininitas yang dimiliki oleh suatu budaya. Konsep maskulin dalam dimensi ini berorientasi pada nilai dominan yang berkaitan dengan pria,

seperti menggunakan rasionalitas, ambisius, kompetitif, mengejar prestasi dan pencapaian, dan berorientasi untuk mendapatkan penghargaan dalam bentuk materi (Samovar dkk, 2017). Sedangkan, konsep feminin mengarah kepada nilai perempuan yang menjunjung kesetaraan gender dalam berinteraksi, memikirkan kualitas hidup yang baik, dan mengutamakan kebajikan dalam bekerja (Firdaus, Lubis dkk, 2018).

4. *Uncertainty Avoidance*

Dimensi ini berperan untuk melihat seberapa jauh seseorang dari suatu budaya merasa terancam dan tidak nyaman dengan berada di tengah ambiguitas atau situasi yang tidak memiliki kejelasan. Penghindaran ketidakpastian mengacu kepada keinginan untuk mengurangi situasi yang tidak jelas dan berusaha untuk mengubahnya dengan membuat peraturan atau regulasi (Firdaus, Lubis dkk, 2018).

Budaya dengan penghindaran ketidakpastian yang tinggi memiliki kecenderungan untuk membuat regulasi, peraturan, dan tata tertib, serta sangat memikirkan hal-hal seperti persiapan secara mendetail. Hal ini dikarenakan ketidakjelasan dapat menimbulkan kegelisahan dan memicu stress bagi mereka. Sedangkan, budaya dengan penghindaran ketidakpastian yang rendah akan lebih menanggapi perbedaan dengan lebih santai, memahami adanya perbedaan cara berperilaku seseorang, tidak begitu menyukai regulasi yang mengekang, dan mengandalkan inisiatif yang datang pada saat terjadi ambiguitas (Samovar dkk, 2017).

5. *Long Term Orientation/Short Term Orientation*

Dimensi ini berguna untuk mengetahui seberapa jauh sebuah kelompok memikirkan tentang kepentingan yang akan muncul di masa depan. Kelompok dengan orientasi jangka panjang membuat kebijakan yang berorientasi pada keberlangsungan di masa depan, contohnya dengan melakukan penghematan. Sedangkan, orientasi jangka pendek mengutamakan keputusan untuk di masa kini, misalnya dengan memenuhi kewajiban sosial (Samovar dkk, 2017).

6. *Restraint/Indulgence*

Dimensi terakhir ini akan menunjukkan seberapa jauh seseorang dapat mengikuti keinginan mereka atau membatasi diri mereka untuk mengikuti keinginan tersebut. Kelompok dengan sifat restraint akan berusaha untuk menekan keinginannya agar lebih memprioritaskan kewajiban lainnya, sedangkan kelompok dengan sifat indulgence lebih terbuka untuk mengikuti keinginannya dan menikmati hidup dengan lebih baik (Firdaus, Lubis dkk, 2018).

2.2.6. Budaya Prancis

Masyarakat Prancis cenderung identik dengan sifat individualisme dan harga diri yang tinggi. Orang Prancis kerap dikaitkan pula dengan ketidakramahan yang sering disalah artikan. Orang Prancis akan menunjukkan ketidak sukaannya akan suatu hal apabila terdapat perbedaan (Scroope, 2017). Dalam hal ini, orang Prancis sering digambarkan menunjukkan perilaku kurang ramah dengan orang-orang di luar Prancis seperti turis dan pendatang (Scroope, 2017). Perbedaan yang ditunjukkan oleh turis dan pendatang di Prancis sering dikategorikan sebagai '*faux pas*'. '*Faux pas*' adalah istilah dalam bahasa Prancis yang memiliki arti "tindakan ceroboh atau memalukan yang ditunjukkan oleh seseorang ketika berinteraksi sosial". '*Faux pas*' adalah segala tindakan yang tidak sesuai dengan nilai dan budaya di Prancis. Meskipun tindakan tersebut adalah hal yang terkesan sepele, namun bagi orang Prancis, tindakan itu dapat mengganggu dan kurang pantas untuk dilakukan (Jones, 2020).

Berdasarkan data dari Hofstede Insights mengenai dimensi budaya Prancis, negara ini memiliki tingkat *power distance* sebesar 68, tingkat individualism sebesar 71, tingkat masculinity sebesar 41, tingkat uncertainty avoidance pada 86, tingkat long term orientation berada pada 63, dan tingkat *indulgence* sebesar 48 (Hofstede Insights, 2023). Dalam lingkup pekerjaan, budaya Prancis termasuk tinggi dalam jarak kekuasaan, meskipun mereka mematuhi hierarki yang ada, tetapi ketika sudah berada di luar urusan tersebut, orang Prancis akan melakukan hal yang

menurut mereka baik baginya. Skor *individualism* yang tinggi sangat menggambarkan Prancis dilihat dari prioritas mereka adalah diri sendiri dan kelompok terdekatnya (Scroope, 2017). Prancis juga dikenal dengan budaya yang feminin yang dilihat dari cara bekerja mereka yang menekankan pada kesetaraan gender, memberikan apresiasi dan validasi kepada para pekerjanya atas apa yang telah mereka lakukan meskipun itu adalah hal yang kecil (Miller, 2022). Budaya Prancis memberikan waktu libur lebih panjang kepada para pekerjanya pada hari-hari besar dan awal musim (Lebowitz, 2018). Dalam budaya kerja Prancis, keputusan yang dibuat oleh hierarki teratas sebisa mungkin diikuti tanpa mempertanyakannya. Namun orang Prancis dapat membuka diri mereka kepada hierarki di bawahnya apabila mereka telah membangun hubungan yang cukup akrab (Lebowitz, 2018).

Prancis memiliki skor *uncertainty avoidance* yang tinggi, karena mereka menggunakan kode etik formal dalam bertindak, serta akan merasa nyaman dengan hal yang sudah terstruktur dan jelas untuk mengurangi ketidakpastian. Orang Prancis memiliki orientasi jangka panjang dengan menunjukkan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi yang mudah berubah, kecenderungan yang kuat untuk menabung dan berinvestasi, dan ketekunan untuk mencapai hasil yang lebih baik. Terakhir, skor *indulgence* Prancis berada di posisi tengah, yang mengartikan mereka berada di posisi *restraint* karena sebenarnya orang Prancis cukup rileks dengan kehidupannya dan tidak mau mengekang diri sendiri (Hofstede Insights, 2023).

2.2.7. Budaya Amerika Serikat

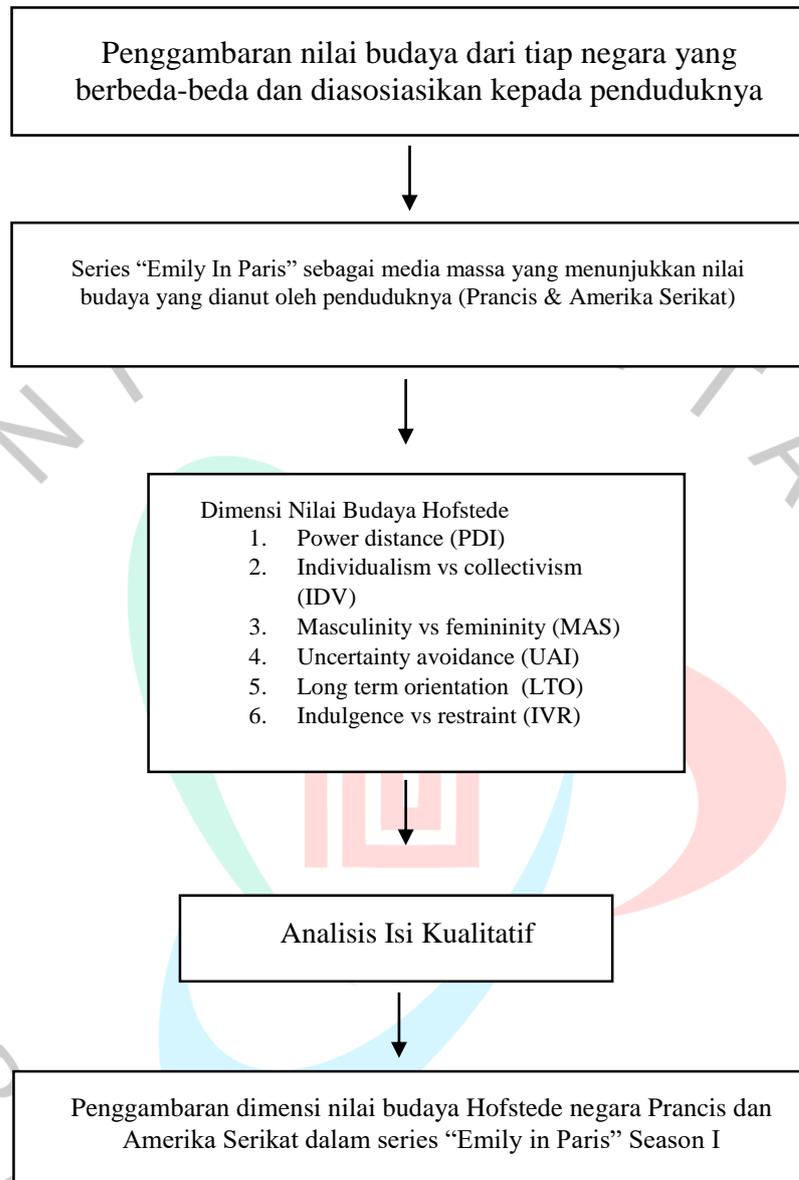
Amerika Serikat dikenal dengan warganya yang bersifat individual dan memegang erat nilai-nilai penting seperti kebebasan, keadilan, dan kesetaraan. Amerika Serikat menjadi negara yang sangat menjunjung tinggi kebebasan bagi siapapun, yang mendukung sebutan bagi Amerika Serikat sebagai “*free country*” (Evason, 2021). Hal ini membuat Amerika Serikat dinobatkan sebagai negara paling bebas, dilihat dari kebebasan sipil dan politik berdasarkan survei yang dilakukan oleh Freedom House tahun 2021 (DailyHive.com, 2021). Amerika

Serikat juga memiliki rasa bangga yang besar terhadap negaranya, di mana penggunaan atribut dan simbol kenegaraan sering ditunjukkan secara terang-terangan.

Dimensi budaya Hofstede pada negara Amerika Serikat menunjukkan tingkat *power distance* sebesar 40, tingkat *individualism* sebesar 91, tingkat *masculinity* sebesar 62, tingkat *uncertainty avoidance* pada 46, tingkat *long term orientation* berada pada 26, dan tingkat *indulgence* sebesar 68. Amerika Serikat memiliki jarak kekuasaan yang lebih rendah dibandingkan Prancis, dilihat dari otoritas yang memegang kekuasaan akan berusaha untuk tidak terlihat kuat dan mendominasi, serta memahami kesetaraan adalah hak semua orang (Liang, 2022). Amerika Serikat dikenal dengan masyarakat yang individualis, di mana orang-orang hanya akan peduli dan memprioritaskan kepentingan pribadi, fokus pada pekerjaan dan orang-orang terdekatnya saja. Budaya bekerja di Amerika Serikat yang mendukung dan mengagumi hasil kerja keras dan pencapaian, membuat AS dikenal memiliki budaya maskulin yang tinggi (Liang, 2022).

Budaya Amerika Serikat dengan skor *uncertainty avoidance* yang tergolong rendah, dimana mereka mengutamakan pekerjaan yang berorientasi pada hasil daripada proses, sehingga tidak memerlukan regulasi atau ketentuan yang terlalu mengekang (Hofstede Insights, 2023). Masih dalam ranah pekerjaan, perusahaan Amerika suka mengukur kinerja mereka dalam jangka pendek, dengan laporan keuangan yang diterbitkan setiap tiga bulan atau bahkan setiap bulan. Hal ini mendorong individu untuk memproses hasil yang cepat di tempat kerja. Orang Amerika selalu ingin menghargai diri mereka atas kerja keras yang dilakukan, yang mana merefleksikan ungkapan populer "*work hard, play hard*" (Liang, 2022).

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir didasari oleh adanya penggambaran budaya dari suatu negara yang berbeda-beda. Budaya adalah identitas yang tidak bisa dipisahkan dari warga negaranya, sehingga penggambaran budaya sering ditampilkan dalam media massa yang menggunakan latar berdasarkan realita sosial. Dalam series "Emily in Paris" terdapat penggambaran dimensi nilai budaya dari negara Prancis dan Amerika Serikat yang ditunjukkan oleh para tokohnya. Nilai budaya yang dipilih

sebagai konsep dari penelitian ini mengambil dari Hofstede, yang terdiri dari 6 dimensi budaya.

