

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai bias gender pada proses rekrutment pekerja di Hotel Grand Keisha Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Identitas gender yang ada dalam diri seorang individu dapat dipengaruhi oleh lingkungan, konstruksi masyarakat dan budaya. Seorang individu menilai dirinya sendiri serta menentukan perilaku yang akan diambil melalui cerminan orang lain dan asumsi-asumsi yang telah diyakini di masyarakat. Seorang individu tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya pengaruh konstruksi sosial, karena seorang individu membutuhkan pengakuan dari lingkungannya dan hal tersebut berlaku di dunia kerja juga di perhotelan.
2. Peran gender laki-laki dan perempuan telah dikotak-kotakkan di masyarakat. Pekerjaan-pekerjaan yang dinilai sesuai untuk laki-laki atau perempuan menjadi salah satu akibat dari pengkotak-kotakkan peran gender yang terjadi di masyarakat, dan sulit untuk diubah karena masyarakat sulit menerima perbedaan.
3. Bias gender di perhotelan terlihat dari beberapa hal seperti keadaan fisik yang dimiliki laki-laki dan perempuan, sikap dan sifat perempuan dan laki-laki

dalam pandangan umum yang berpengaruh pada pembagian kerja dan jalan karir seseorang. Kemudian derajat bias gender yang paling tinggi ditunjukkan oleh pekerja dengan posisi sebagai staff dan supervisor, sedangkan derajat bias gender yang lebih rendah ada pada pekerja dengan posisi manajer.

4. Bias terhadap gender pada proses rekrutmen Hotel Grand Keisha Yogyakarta sulit untuk dilihat hanya dari satu sisi saja, yaitu pada saat proses rekrutmen pekerja saja, tetapi juga harus melihat banyak faktor di balik itu semua. Keadaan di dalam perusahaan juga dapat menunjukkan bias gender yang terjadi di dalam perusahaan itu sendiri. Bias gender dapat terjadi di awal rekrutmen saja, terjadi pada saat sudah bekerja dan bersosialisasi, atau bahkan bias gender itu berlangsung secara bertahap. Ada ketidakseimbangan dari hasil wawancara dan hasil observasi peneliti, karena bertabrakan dengan peraturan-peraturan yang harus diikuti oleh pihak hotel.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan pada hasil penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

1. Penelitian ini tidak melihat pada proses belajar dari para pekerja terkait dengan pandangan gender yang ada di masyarakat, sehingga bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan kaitannya dengan proses belajar setiap individu tentang pandangan gender di masyarakat atau lingkungan dengan menggunakan teori belajar sosial.

2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menambahkan jumlah departemen yang akan diteliti di perhotelan sehingga ruang lingkup penelitian menjadi lebih besar. Akan lebih baik lagi, jika penelitian selanjutnya dapat membandingkan beberapa hotel dengan konsep yang berbeda-beda, sehingga dapat mempermudah untuk melihat keberadaan bias gender dalam pekerjaan di perhotelan.



DAFTAR PUSTAKA

- Albawaba. (May 15th, 2006). *Gender Bias A Major Problem In Middle East Recruitment Says Bayt.Com*. <https://www.albawaba.com/business/gender-bias-major-problem-middle-east-recruitment-says-baytcom>
- Arif, M. (2018). Analisis Rekrutmen dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Hotel Oase. *Al-Hikmah: Jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan*, 15(1), 42-63.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *[IDG] Distribusi Manager Menurut Jenis Kelamin, 2016-2018*. Diakses pada 2 Desember 2019, dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/06/05/1426/distribusi-jabatan-manager-menurut-jenis-kelamin-2016---2018.html>
- _____. (2018). *[IDG] Keterlibatan Perempuan di Parlemen Menurut Provinsi, 2010-2018*. Diakses pada 2 Desember 2019, dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/08/15/1570/-idg-keterlibatan-perempuan-di-parlemen-menurut-provinsi-2010-2018.html>
- _____. (2018). *[IDG] Perempuan Sebagai Tenaga Profesional Menurut Provinsi, 2010-2018*. Diakses 2 Desember 2019, dari <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/08/15/1571/-idg-perempuan-sebagai-tenaga-profesional-menurut-provinsi-2010-2018.html>
- Christofiana, R. D. L. R. (2014). *Objektivitas Berita Bias Gender Dalam Media Online (Analisis Isi Kuantitatif Objektivitas Berita Kecelakaan Novi Amilia Dalam Portal Berita Detik.Com Periode 11 Oktober – 11 November 2012)*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta: Indonesia.
- Fakih, M. (2013). *Analisis Gender Dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Grand Keisha Yogyakarta. (2019). *Filosofi dan Culture*. Dokumen Internal.

- Idrus, N. I. (2006). Antropologi Feminis: Etnografi, Relasi Gender dan Relativisme Budaya di Indonesia. *Jurnal Antropologi Indonesia* Vol.30(3). 272-296.
- Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dengan Badan Pusat Statistik. (2018). *Pembangunan Manusia Berbasis Gender*. Jakarta: Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. .
- Mukhotib, M. D. (1998). *Menggagas Jurnalisme Sensitif Gender*. Yogyakarta: PMII Komisariat IAIN Sunan Kalijaga.
- Muslimah, M. (2019). Rekrutmen Strategi Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *At-Ta'lim: Kajian Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 31-47.
- Mustari, M., & Rahman, M. T. (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Narsa, I. M. (2007). Sex-Role Stereotype Dalam Rekrutmen Pegawai Akuntansi Dan Keuangan: Observasi Terhadap Pola Rekrutmen Terbuka di Media Masa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 99-106.
- Nurhidayah, Y, Nurhayati, E. (2018). *Psikologi Komunikasi Antar Gender*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Palmer, G. dan Kandasami, T. (1997). Gender in Management: A Sociological Perspective, *The international Journal of Accounting and Business Society*, Agust, (5).1. 67-99.
- Raco, J. (2010). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Rahmawati, Q. (2015). *Bias Gender Di Dalam Pencitraan Pt Tempo Scan Pada Corporate Advertising" Tempo Scan 60th"*. Disertasi. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Surabaya: Indonesia.
- Sejati, V. A. (2019). *Penelitian Observasi Partisipatif Bentuk Komunikasi Interkultural Pelajar Internasional Embassy English Brighton, United Kingdom*. *Jurnal Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 21-24.
- Sewakkotama, Ananda Ditya (2012) *Representasi Bias Gender Pada Iklan Sabun Khusus Perempuan (Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih Di Televisi)*. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta: Indonesia.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sinaga, D.A.P. (2009). *Strategi Banquet Departemen Dalam Meningkatkan Pendapatan di JW Marriot Hotel Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Sumatera: Indonesia.
- Sutrisna, E. (2011). *Problematika Perempuan Bekerja di Sektor Pariwisata (Studi Kasus Perhotelan)*. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 1(2), 97-102.
- Tibyan, Muhammad. (2015). *Peran Komunikasi Organisasi Pada Loyalitas Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Perusahaan Otobus Blue Star Salatiga)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yogyakarta: Indonesia.
- Tim Publikasi Katadata. (July, 7th, 2019). *Memajukan Perhotelan di Era Digital untuk Pemberdayaan Ekonomi Daerah*.
<<https://katadata.co.id/analisisdata/2019/07/03/memajukan-perhotelan-di-era-digital-untuk-pemberdayaan-ekonomi-daerah>>
- West, R, Turner, L.H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Buku 1, 3rd ed.. Jakarta: Salemba Humanika.