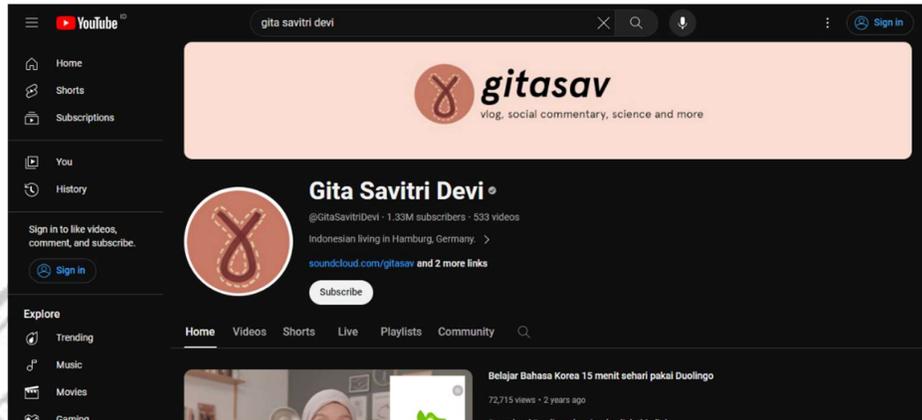


BAB IV

DESKRIPSI UMUM

IV.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian

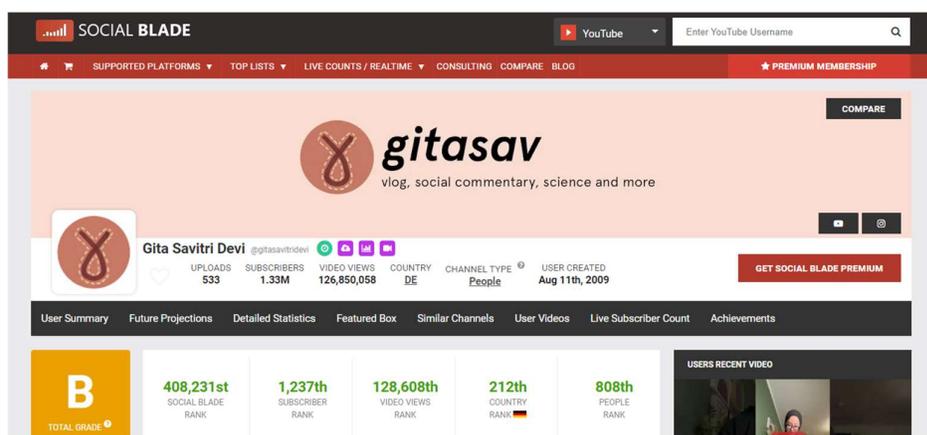
4.2.1 Deskripsi Kanal Youtube Gita Savitri Devi



Gambar 4. 1 Kanal Youtube Gita Savitri Devi (Sumber: Youtube)

Gita Savitri Devi merupakan seorang Youtuber sekaligus Influencer. Bermula dari iseng mengunggah video dirinya meng-cover lagu di Youtube sejak 17 Desember 2009. Pada Februari 2016, Gita Savitri Devi mulai membuat video-video yang mampu menginspirasi orang lain, seperti ia membagikan vlog kesehariannya selama berkuliah di Jerman. Gita pindah dari Jakarta ke Berlin pada tahun 2010 untuk belajar. Pada tahun 2017, Gita merupakan lulusan dari Freie Universitat Berlin dengan gelar Sarjana Kimia. Gita dan suaminya, Paulus Andreas Partohap, menjalin asmara sejak 2012, kemudian berakhir ke pelaminan pada 4 Agustus 2018 dengan menggelar pernikahan di Palembang, tanah kelahiran Gita. Kemudian, Gita pindah ke Hamburg pada tahun 2019 untuk bekerja di Industri Perawatan Pribadi. Selain menjadi Youtuber, Gita juga memiliki karir sebagai seorang penyanyi dan penulis buku. Karya buku yang telah ia buat adalah *Rentang Kisah* (2017) dan *A Cup of Tea* (2020). Sedangkan karya lagu yang dirilis beberapa single lagu bersama suaminya, Paulus Andreas Partohap, dengan tajuk *Seandainya* (2017), *Merindukanmu* (2019), dan *Memilihmu* (2021).

4.2.2 Deskripsi Analisis Statistik kanal Youtube Gita Savitri Devi



Gambar 4. 2 Analisis statistik kanal Youtube Gita Savitri Devi (Sumber: Social Blade)

Dalam penelitian skripsi ini, peneliti menemukan video yang menjadi objek penelitian dari media konten dalam channel Youtube Gitasav. Peneliti telah menganalisis kanal Youtube Gitasav melalui Social Blade. Hasil dari analisis statistik tersebut adalah kanal Gitasav dibuat sejak 11 Agustus 2009 saat ini memiliki 1 juta subscribers dengan total unggahan 553 video dan jumlah *views* sebanyak 126 juta kali. Di dalam kanal Youtube-nya, Gita membedakan konten-konten yang sering diunggah dengan judul kontennya mulai dari Videonya Gita (vlog), Beropini, *Beauty*, Pagipagi with Paul & Gita, Tentang Jerman, Kapan Paul Lulus, Covers, Q&A, dan Coolyah!, dimana setiap judulnya memiliki rasa konten tersendiri.

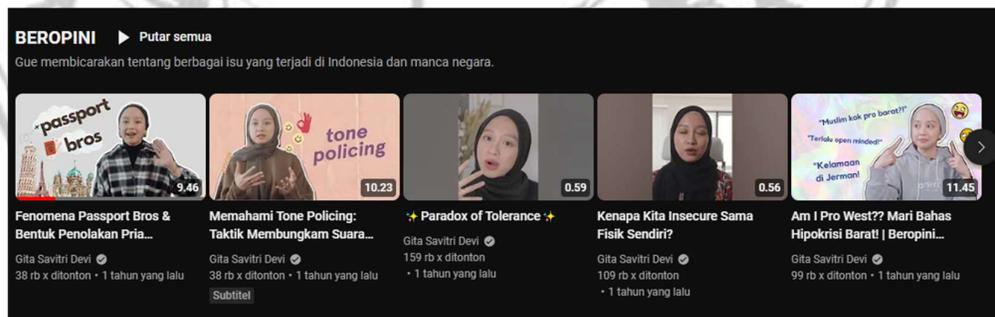
Dari observasi yang peneliti lakukan dari kanal Gita Savitri Devi, kanal ini banyak memproduksi dan mengunggah video jenis personal blog atau lifestyle. Kategori ini mencakup beragam konten yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, opini pribadi, tutorial, dan gaya hidup secara umum. Dengan kombinasi daily vlog, opini pribadi tentang patriarki, dan make-up tutorial, channel tersebut menawarkan konten yang menarik dan beragam bagi penonton yang tertarik dengan gaya hidup, keseharian, dan pandangan pribadi. Personal blog merupakan sebuah kegiatan dalam membuat situs milik pribadi yang digunakan untuk memposting semua jenis tulisan, foto, dan video. Pada foto sampul kanal Gita Savitri Devi, terdapat logo nama gitasav dan tulisan kecil dibawahnya yaitu *vlog, social commentary, science and more*.

Sejak kemunculannya sebagai *social commentary* di Instagram dan Youtube, Gita Savitri Devi juga mulai aktif sebagai seorang Youtuber yang membuat konten-konten *lifestyle*, daily vlog, dan konten beropini. Video populernya berjudul "Tips Belajar Bahasa

Inggris” yang diunggah sekitar 4 tahun yang lalu dengan ditonton sebanyak 3 juta *viewers*. Sejak saat itu, Gita Savitri Devi mulai konsisten memproduksi video-video serupa. Nama Gita Savitri Devi muncul kembali di media berita ketika keputusannya dan suami Paul Andre Partohap untuk tidak punya anak dengan istilah *child-free*. Dalam keputusannya menjawab pertanyaan dari warganet terkait jika suatu saat ia dan suami dianugerahi buah hati, di Instagram Story di akun pribadinya tersebut Gita menyebutkan bahwa ia memutuskan untuk *child-free* dikaitkan dengan cara alami mencegah anti penuaan (Liputan6.com, 2023).

Target audiens penelitian ini adalah pemirsa blog video atau video beropini dari kanal Youtube Gita Savitri. Oleh karena itu, yang menjadi informan penelitian ini adalah para penonton atau viewer dan subscriber atau pelanggan kanal YouTube Gita Savitri. Pada bab ini, peneliti menganalisis dan menjelaskan interpretasi informan terhadap tema permasalahan *glass ceiling* atau langit-langit kaca terkait pengembangan karir perempuan. Hasil analisis tersebut kemudian dikategorikan berdasarkan posisi informan menurut teori Stuart Hall. Penelitian Pemaknaan Perempuan Pekerja tentang Isu 'Glass Ceiling' Pada Konten Youtube Gita Savitri Devi dalam Pengembangan Karier, dalam unggahan video konten Beropini di YouTube ini berfokus pada isu *glass ceiling*. Sebab itu, khalayak menjadi fokus utama dalam kajian analisis penerimaan khalayak ini. Kelompok sasaran yang menjadi perhatian penelitian ini adalah para penonton video vlog Gita Savitri Devi dan pekerja perempuan yang mengalami isu *glass ceiling* atau langit-langit kaca di tempat kerja.

4.2.3 Deskripsi Segmen ‘Beropini’ dalam kanal Youtube Gita Savitri Devi



Gambar 4. 3 Segmen ‘Beropini’ di kanal Youtube Gita Savitri Devi

Melalui segmen ‘Beropini’ ini sangat berbeda dengan segmen lainnya, karena segmen ini membahas tentang berbagai topik yang Gita Savitri ulas sesuai dengan opininya. Isi dalam segmen ‘Beropini’ ini merupakan konten-konten seperti isu sosial,

senioritas, rasismus, dan isu lainnya yang terjadi di Indonesia dan manca negara. Dilihat dari jumlah penonton untuk setiap video, segmen ‘Beropini’ merupakan segmen dengan penonton terbanyak dibandingkan segmen lainnya, dengan penayangan secara konsisten melebihi 100 ribu kali ditonton. Selain itu, di segmen ‘Beropini’, Gita Savitri Devi juga berbagi pendapat kepada mereka tentang kampanye positif terkait kepositifan tubuh (*body positivity*), standar kecantikan, bentuk cinta diri (*self love*), dan membahas cita-cita. Dari konten tersebut, penonton Vlog Gita berasal dari banyak kalangan seperti pelajar, mahasiswa masa kini, generasi muda muslim Indonesia, masyarakat apatis, dan orang-orang yang peduli terhadap masalah sosial di Indonesia dan di dunia.

4.2.4 Deskripsi Video YouTube Gitasav “Glass Ceiling: Ketimpangan Gender di Tempat Kerja”



Gambar 4. 4 Thumbnail video Glass Ceiling: Ketimpangan Gender di Tempat Kerja. (Sumber: Youtube)

Dari segmen ‘Beropini’, peneliti mengambil salah satu video yang menjadi bahan objek untuk penelitian ini yaitu video Gitasav yang berjudul ‘Glass Ceiling: Ketimpangan Gender di Tempat Kerja’. Video ini berdurasi sembilan menit sembilan belas detik di kanal Gita Savitri Devi yang diunggah pada 17 Februari 2021 dan telah mencapai 132 ribu *views*, 10 ribu *likes*, dan 582 komentar. Konten video tersebut berisikan opini dari Gita yang berpendapat tentang isu ketimpangan gender dengan istilahnya yaitu *Glass Ceiling* atau Langit-langit Kaca. Dalam video *social commentary* ini, ditampilkan mengenai isu *glass ceiling* pada perempuan di perusahaan atau organisasi tempat ia bekerja. Permasalahan *glass ceiling* telah terjadi di dunia, seperti di Eropa, Jerman dan Indonesia.

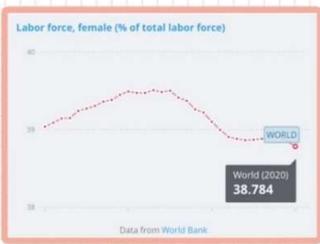
Gita juga menjelaskan bahwa Di aspek pekerjaan, dapat diketahui stereotipe yang disematkan pada laki-laki cenderung positif. Karena peran laki-laki di dalam pekerjaan itu lebih tegas, lebih bisa memimpin, menggunakan logika dengan rasional untuk berpikir, dan

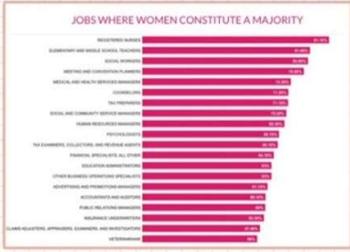
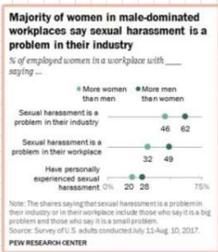
membuat keputusan yang tepat. Hal ini yang membuat industri pekerjaan di dominasi oleh laki-laki. Maka dari itu, perempuan kurang profesional untuk menyaingi mereka. Dalam unggahan video ini, Gita memberikan presentasi tentang asal usul *glass ceiling*, presentase daftar perusahaan terkenal yang mengalami *glass ceiling*, presentase beberapa negara terkenal yang mengalami *glass ceiling*, pengalaman perempuan di tempat kerja dengan dominan laki-laki dan pengalaman laki-laki di tempat kerja dengan dominan perempuan.

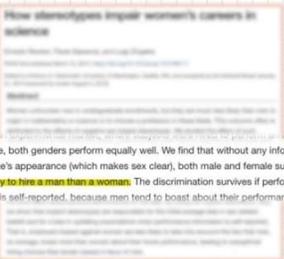
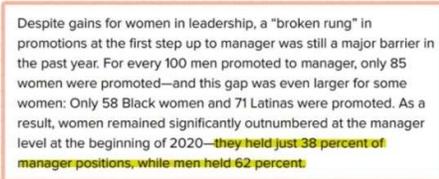
Gita Savitri Devi juga memberikan pemaparan terkait isu *glass ceiling* berdasarkan buku-buku yang ia baca dan pengalaman yang ia observasi. Ia juga menuliskan beberapa buku-buku yang menyangkut terkait permasalahan ketimpangan gender di bio kanal videonya. Bahasa yang digunakan dalam konten beropini atau *social commentary* ini cenderung semiformal, menggunakan campuran bahasa baku dan bahasa non-baku. Namun, masih menggambarkan kesopanan dan mudah dimengerti oleh audiens.

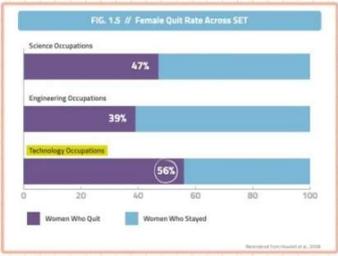
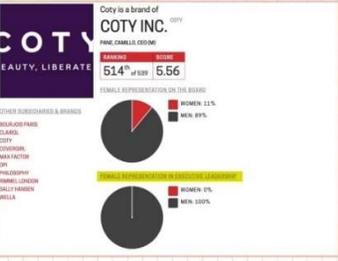
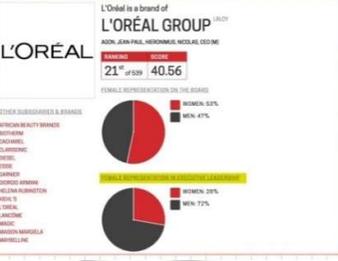
4.2.5 Deskripsi Pembahasan Video YouTube Gitasav Mengenai Glass Ceiling

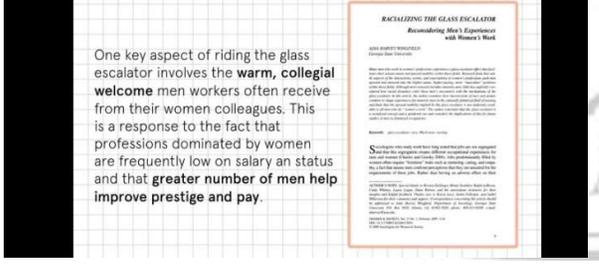
Tabel 4.1 Potongan Scene Pembahasan Video di Kanal Youtube Gitasav

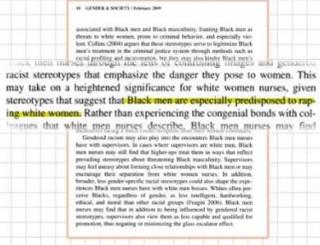
Gambar Cuplikan	Pembahasan
<p>0:54</p> 	<p>Dialog :</p> <p>“Menurut sumber World Bank, di dunia terdapat 38,8% perempuan yang berada pada posisi ketenagakerjaan.”</p> <p>Sumber : World Bank</p>
<p>1:00</p> 	<p>Dialog :</p> <p>“Sedangkan di Indonesia tidak beda jauh yaitu sekitar 39,4% yang mengambil posisi ketenagakerjaan.”</p> <p>Sumber : World Bank</p>
<p>1:17</p>	<p>Dialog :</p>

Gambar Cuplikan	Pembahasan																																								
 <p>JOBS WHERE WOMEN CONSTITUTE A MAJORITY</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Job Category</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Administrative Support</td><td>84%</td></tr> <tr><td>Education</td><td>78%</td></tr> <tr><td>Healthcare</td><td>75%</td></tr> <tr><td>Arts, Design, Creative, and Media</td><td>72%</td></tr> <tr><td>Business and Financial Operations</td><td>68%</td></tr> <tr><td>Community and Social Services</td><td>65%</td></tr> <tr><td>Food and Beverage</td><td>62%</td></tr> <tr><td>Healthcare Support</td><td>58%</td></tr> <tr><td>Human Resources</td><td>55%</td></tr> <tr><td>Information Technology</td><td>52%</td></tr> <tr><td>Legal Services</td><td>48%</td></tr> <tr><td>Management</td><td>45%</td></tr> <tr><td>Manufacturing</td><td>42%</td></tr> <tr><td>Professional, Scientific, and Technical</td><td>38%</td></tr> <tr><td>Transportation and Material Moving</td><td>35%</td></tr> <tr><td>Construction</td><td>32%</td></tr> <tr><td>Installation, Maintenance, and Repair</td><td>28%</td></tr> <tr><td>Production</td><td>25%</td></tr> <tr><td>Other</td><td>22%</td></tr> </tbody> </table>	Job Category	Percentage	Administrative Support	84%	Education	78%	Healthcare	75%	Arts, Design, Creative, and Media	72%	Business and Financial Operations	68%	Community and Social Services	65%	Food and Beverage	62%	Healthcare Support	58%	Human Resources	55%	Information Technology	52%	Legal Services	48%	Management	45%	Manufacturing	42%	Professional, Scientific, and Technical	38%	Transportation and Material Moving	35%	Construction	32%	Installation, Maintenance, and Repair	28%	Production	25%	Other	22%	<p>“Rata-rata perempuan bekerja sebagai perawat, guru SD dan SMP, dan pekerja sosial.”</p>
Job Category	Percentage																																								
Administrative Support	84%																																								
Education	78%																																								
Healthcare	75%																																								
Arts, Design, Creative, and Media	72%																																								
Business and Financial Operations	68%																																								
Community and Social Services	65%																																								
Food and Beverage	62%																																								
Healthcare Support	58%																																								
Human Resources	55%																																								
Information Technology	52%																																								
Legal Services	48%																																								
Management	45%																																								
Manufacturing	42%																																								
Professional, Scientific, and Technical	38%																																								
Transportation and Material Moving	35%																																								
Construction	32%																																								
Installation, Maintenance, and Repair	28%																																								
Production	25%																																								
Other	22%																																								
<p>1:42</p>  <p>Rosabeth Moss Kanter</p> <p>“Tokenism emerges in groups that are highly skewed, with a preponderance of one type worker over another up to a ratio of 85 (dominants) : 15 (tokens). Tokens appear to operate under a number of handicaps in work settings. Their possible social isolation may exclude them from situations in which important learning about task is taking place and may also prevent them from being in a position to look good in the organization.”</p>	<p>Dialog :</p> <p>“Menurut teori <i>tokenism</i> dari Rosabeth Moss Kanter, perempuan secara umum menjadi token di tempat kerjanya. Terlebih seorang minoritas sangat rentan menjadi subjek diskriminasi dan sering dialami oleh perempuan.”</p>																																								
<p>2:08</p>  <p>Majority of women in male-dominated workplaces say sexual harassment is a problem in their industry</p> <p>% of employed women in a workplace with _____</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>More women than men</th> <th>More men than women</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sexual harassment is a problem in their industry</td> <td>46</td> <td>62</td> </tr> <tr> <td>Sexual harassment is a problem in their workplace</td> <td>32</td> <td>49</td> </tr> <tr> <td>Have personally experienced sexual harassment</td> <td>20</td> <td>28</td> </tr> </tbody> </table> <p>Note: The shares saying that sexual harassment is a problem in their industry or in their workplace include those who say it is a big problem and those who say it is a small problem. Source: Survey of U.S. adults conducted July 13-Aug. 10, 2017. PEW RESEARCH CENTER</p>	Category	More women than men	More men than women	Sexual harassment is a problem in their industry	46	62	Sexual harassment is a problem in their workplace	32	49	Have personally experienced sexual harassment	20	28	<p>Dialog :</p> <p>“Ada banyaknya artikel yang membahas tentang perempuan yang bekerja di <i>male-dominated industry</i>, seperti terjadinya pelecehan seksual, tidak dipercaya kemampuannya secara profesional, tidak dianggap menjadi pemimpin dan masih banyak lagi.”</p>																												
Category	More women than men	More men than women																																							
Sexual harassment is a problem in their industry	46	62																																							
Sexual harassment is a problem in their workplace	32	49																																							
Have personally experienced sexual harassment	20	28																																							
<p>2:23</p>  <p>Stereotype threat: Situational predicament in which people are or feel themselves to be at risk of conforming to stereotypes about their social group.</p>	<p>Dialog :</p> <p>“Hal ini dapat terjadi karena perempuan mengalami tekanan tambahan dari <i>stereotype threat</i>, yaitu ketakutan bahwa mereka mengonfirmasi stereotipe negatif terhadap kelompok sosialnya mereka sebagai perempuan.”</p>																																								
<p>2:53</p>	<p>Dialog :</p> <p>“Hambatan perempuan di pekerjaan adalah sering terbentur <i>glass ceiling</i>. Dari Merriam-Webster, <i>glass ceiling</i> adalah penghalang tak kasat mata dalam hirarki</p>																																								

Gambar Cuplikan	Pembahasan
 <p>Merriam-Webster glass ceiling noun Save Word Definition of <i>glass ceiling</i> : an intangible barrier within a hierarchy that prevents women or minorities from obtaining upper-level positions</p>	<p>yang menghalangi perempuan atau minoritas untuk mendapat posisi yang lebih tinggi di tempat kerja.”</p>
<p>3:03</p>  <p>The term "glass ceiling" refers to the sometimes invisible barrier to success that many women (and people of color) face in their careers. The term was coined by Marilyn Loden in the 1970s. Loden called the phrase almost 40 years ago but says it is still as relevant as ever. I first used the phrase "glass ceiling" in 1978 during a panel discussion about women's aspirations. As I listened, I noted how the female panelists focused on the differences in women's qualifications, the self-deprecating ways in which women behaved, and the poor self-image that many women allegedly carried.</p>	<p>Dialog : “Istilah <i>glass ceiling</i> pertama kali diciptakan oleh Marilyn Loden pada tahun 1978.”</p>
<p>3:12 – 3:15</p>  <p>How stereotypes impair women's careers in science Ernesto Reardon, Paula Saiz-Roca, and Luigi Zingales First published March 10, 2014. doi:10.1038/nrn358111 Edited by Anthony S. Greenwald, University of Washington, Seattle, WA, and accepted by the Editorial Board January 30, 2014. Received for review August 9, 2013. Abstract Women outnumber men in undergraduate enrollments, but they are much less likely than men to major in mathematics or science or to choose a profession in these fields. This outcome often is attributed to the effects of negative sex-based stereotypes. We studied the effect of such stereotypes in an experimental market, where subjects were hired to perform an arithmetic task that, on average, both genders perform equally well. We find that without any information other than a candidate's appearance (which makes sex clear), both male and female subjects are hired more likely to hire a man than a woman. The discrimination survives if performance on the arithmetic task is self-reported, because men tend to boast about their performance, whereas women generally underreport it. The discrimination is reduced, but not eliminated, by providing full information about previous performance on the task. By using the Implicit Association Test, we show that implicit stereotypes are responsible for the initial average bias in sex-related beliefs and for a bias in updating expectations when performance information is self-reported. That is, employers biased against women are less likely to take into account the fact that men, on average, boast more than women about their future performance, leading to suboptimal hiring choices that remain biased in favor of men.</p>  <p>that, on average, both genders perform equally well. We find that without any information other than a candidate's appearance (which makes sex clear), both male and female subjects are twice more likely to hire a man than a woman. The discrimination survives if performance on the arithmetic task is self-reported, because men tend to boast about their performance, whereas</p>	<p>Dialog : “Di perusahaan laki-laki lebih mudah dipekerjakan daripada perempuan. <i>Glass ceiling</i> merupakan fenomena yang benar-benar tidak terlihat namun terjadi.”</p>
<p>3:18</p>  <p>Despite gains for women in leadership, a “broken rung” in promotions at the first step up to manager was still a major barrier in the past year. For every 100 men promoted to manager, only 85 women were promoted—and this gap was even larger for some women: Only 58 Black women and 71 Latinas were promoted. As a result, women remained significantly outnumbered at the manager level at the beginning of 2020—they held just 38 percent of manager positions, while men held 62 percent.</p>	<p>Dialog : “Laki-laki sekitar 38% memiliki kesempatan lebih banyak untuk mencapai posisi manajer.”</p>
<p>3:45</p>	<p>Dialog :</p>

Gambar Cuplikan	Pembahasan
	<p>“Selain itu, studi yang dilakukan oleh Harvard Business School menemukan bahwa, terutama karena budaya yang dianggap "paling seksi", lebih dari separuh (56%) perempuan yang bekerja di industri teknologi sering berhenti di tengah jalan.”</p>
<p>3:57</p> 	<p>Dialog : “Diantara perempuan yang ada di daftar S&P 500, cuman 26,5% perempuan yang menjadi CEO.”</p>
<p>4:14</p> 	<p>Dialog : “Industri Kecantikan juga memiliki basis konsumen yang didominasi perempuan, dan produknya ditujukan untuk perempuan. Namun, pemimpinnya tetap laki-laki.”</p>
<p>4:19</p> 	<p>Dialog : “Ada lebih sedikit pekerja perempuan di posisi yang lebih rendah, karena semakin tinggi jabatannya.”</p>
<p>4:51</p>	<p>Dialog : “Seolah-olah perempuan harus memilih antara tanggung jawab menjadi ibu, istri, atau wanita karir. Namun, pertanyaan itu tidak ditujukan kepada laki-laki. Dimana perempuan harus memilih pekerjaan yang</p>

Gambar Cuplikan	Pembahasan
	<p>fleksibel dan membuat aturan di kantor yang memungkinkannya mengatur antara pekerjaan, anak, dan rumah. karena itu sulit untuk naik ke posisi kepemimpinan.”</p>
<p>5:30</p> 	<p>Dialog : “Di era sekarang mulai bermunculan cowo-cowo yang melakukan <i>pink collar job</i> atau pekerjaannya perempuan.”</p>
<p>5:59</p> 	<p>Dialog : “Christine L. Williams menjelaskan bahwa laki-laki yang bekerja di industri yang didominasi perempuan cenderung menerima manfaat seperti lebih besar kemungkinan untuk dipromosikan dan menerima gaji yang lebih tinggi. Dia menyebut kejadian ini disebut sebagai <i>glass escalator</i>.”</p>
<p>6:24</p> 	<p>Dialog : “Laki-laki biasanya disambut baik di pekerjaan perempuan, berbeda dengan pengalaman perempuan. Ini mungkin karena jumlah laki-laki lebih sedikit dan pekerjaan tersebut lebih dihormati dan dibayar lebih tinggi ketika didominasi oleh laki-laki.”</p>
<p>6:36</p>	<p>Dialog : “Laki-laki lebih cenderung menjalin hubungan dengan rekan kerja dan mentor</p>

Gambar Cuplikan	Pembahasan
<p>Men who do women's work frequently have supervisors of the same sex, thus they can enjoy the gendered bond with their supervisor. These factors facilitate them to reach higher status positions.</p> 	<p>yang juga laki-laki, serta tidak mengasingkan mereka dari jaringan sosial.”</p>
<p>6:58</p>	<p>Dialog :</p> <p>“Selain itu, fenomena <i>glass escalator</i> juga terjadi di industri teknologi, terutama di perusahaan Silicon Valley, laki-laki dua kali lebih mendapat kesempatan dibandingkan perempuan untuk diangkat menjadi wakil presiden atau manajer teknik senior.”</p>
<p>7:25</p> 	<p>Dialog :</p> <p>“Subjek penelitian Williams adalah laki-laki kulit putih dalam artikelnya, "<i>The Glass Escalator: Hidden Advantages for Men in the 'Female' Professions</i>". Pada akhirnya, <i>glass escalator</i> menunjukkan bagaimana rasisme, homofobia, dan bahkan ketidaksetaraan kelas pada akhirnya menguntungkan beberapa kelompok laki-laki sambil melakukan diskriminasi terhadap kelompok lain.”</p>
<p>7:53</p> 	<p>Dialog :</p> <p>“Laki-laki kulit hitam tidak memiliki hak istimewa untuk menjadi laki-laki, terutama ketika mereka bekerja dengan rekan kerja berkulit putih. Stigma negatif bahwa laki-laki kulit hitam adalah predator seksual yang membahayakan perempuan kulit putih terus berlanjut.”</p>