



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap pemimpin memiliki gaya masing-masing, yang salah satunya dapat dipengaruhi oleh gender. Gaya kepemimpinan merupakan sebuah norma perilaku yang dipakai oleh seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang ia lihat. Dalam hal ini usaha menyelaraskan persepsi diantara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan orang lain yang perilakunya akan dipengaruhi menjadi amat penting kedudukannya. (Thoha, 2003, h. 191). Dapat dikatakan juga gaya kepemimpinan merupakan kombinasi yang konsisten dari keterampilan, sifat, dan sikap yang mendasari perilaku seseorang (Rivai, 2012, h. 60). Sehingga gaya kepemimpinan juga dapat menjadi penentu suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan tersebut. Apabila gaya kepemimpinan tersebut sesuai dengan karyawan yang dipimpin, otomatis akan menimbulkan dampak positif yang baik, begitu pula dengan sebaliknya. Jika karyawan merasa sesuai dengan gaya kepemimpinan tersebut, maka akan membuat karyawan memberikan hasil kerja yang maksimal pula.

Saat pemimpin mempengaruhi bawahannya, pemimpin tersebut pasti menggunakan berbagai gaya komunikasi sebagai bentuk komunikasi untuk mengarahkan dan mempengaruhi bawahannya. Dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan pada dasarnya tak dapat dipisahkan dengan gaya komunikasi karena jika gaya kepemimpinan yang diterapkan baik maka gaya komunikasi yang dilakukan akan baik pula. Gaya komunikasi akan memberikan pengetahuan tentang bagaimana perilaku orang-orang dalam suatu organisasi ketika mereka melaksanakan berbagai komunikasi dan gagasan. Gaya komunikasi seseorang sangat penting agar keefektifan organisasi berjalan lancar dan sesuai tujuan.

Namun tidak menjadi rahasia lagi bahwa pemimpin selalu distereotipekan dengan kepemimpinan yang dianggap paling cocok adalah laki-laki yang mempunyai perilaku dan sikap maskulinitas yang identik dengan “agresif” dan “kompetitif”. Masih banyak anggapan bahwa karakter pemimpin yang akan sukses dan efektif dalam memimpin adalah yang bersifat maskulin. Perempuan dianggap kurang mampu memimpin perusahaan kalau tidak menerapkan sikap dan perilaku maskulinitas (Murniati, 2004, h. 149). Sehingga kaum perempuan perlu upaya lebih untuk dapat bisa menempatkan diri sejajar dengan kaum pria karena dipandang sebelah mata. Menjadi persoalan bagi perempuan karena pada umumnya perempuan kurang sesuai dengan sifat maskulin dan cenderung dengan sifat bawaannya yang feminim.

Kepemimpinan dengan gaya perempuan masih dinilai tidak mampu memimpin perusahaan disebabkan karena beberapa hal yaitu:

1. Adanya isu gender serta budaya patriarki yang melekat di Indonesia sehingga perempuan sering dinomorduakan karena dianggap makhluk yang lemah.
2. Adanya budaya patriarki pada struktur masyarakat sehingga banyak pandangan keagamaan yang cenderung merendahkan perempuan.
3. Persepsi perempuan itu sendiri yang pasrah menerima kodratnya dipimpin dan dilindungi oleh kaum laki-laki sehingga tidak menginginkan menjadi pemimpin.

Sehingga kaum perempuan perlu upaya lebih untuk dapat bisa menempatkan diri sejajar dengan kaum pria karena dipandang sebelah mata. Menjadi persoalan bagi perempuan karena pada umumnya perempuan kurang sesuai dengan sifat maskulin dan cenderung dengan sifat bawaannya yang feminim.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2008 menunjukkan bahwa terdapat total 2.001.512 penduduk Indonesia sebagai tenaga kerja, termasuk didalamnya 1.200.241 tenaga kerja wanita dan 1.160.136 tenaga kerja laki-laki. Perempuan memang menduduki peringkat atas dalam jumlah tenaga kerja di Indonesia, namun tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan-perusahaan di Indonesia masih di dominasi oleh laki-laki sebagai pemimpin perusahaan. Dalam penelitian Organisasi Buruh

Internasional (ILO) Indonesia menduduki peringkat 81 dari 108 negara di dunia yang memiliki pemimpin perempuan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Menurut data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI), tercatat 19 CEO perempuan dari 398 CEO di Indonesia dan 155 orang direktur perempuan dari 1.289 direktur di Indonesia, yang selebihnya dipimpin oleh kaum laki-laki.

Menurut data diatas, perempuan masih sangat kurang memimpin sebuah perusahaan dibanding kaum laki-laki. Namun bila dilihat lebih dalam, data diatas menggambarkan bahwa sebetulnya peluang kaum perempuan memiliki peluang yang masih sangat terbuka, tetapi yang menjadi permasalahan yaitu bagaimana peluang tersebut digunakan oleh kaum perempuan untuk menunjukkan eksistensinya sebagai pemimpin.

Jika dilihat 50 tahun lalu pada Indonesia, dimana perempuan tidak diperbolehkan setara dengan kaum laki-laki karena perempuan dididik untuk mengurus rumah tangga dan tunduk dibawah kaum laki-laki. Perempuan tidak mementingkan pendidikan, Perempuan pada 50 tahun lalu beranggapan tidak perlu berpendidikan yang tinggi, karena bagi dirinya tempatnya hanyalah di dalam rumah. "Setinggi-tingginya pendidikan perempuan tetap hanya mengurus rumah" suatu semboyan yang salah besar dalam masyarakat Indonesia. Namun pada abad ke-21 ini, posisi dan status perempuan di Indonesia sudah jauh lebih baik bila dibandingkan 50 tahun lalu. Status yang melekat pada diri perempuan di dunia, dan Indonesia khususnya, tidak lagi hanya sebagai seorang ibu

rumah tangga yang dulu tidak mempunyai wewenang dalam pengambilan keputusan dalam keluarga termasuk anak apalagi untuk memimpin.

Di zaman modern ini juga bahkan perempuan bisa menjadi penopang perekonomian keluarga. Pemilihan-pemilihan profesi juga beragam dan tidak terpaku dengan profesi bidang perempuan saja yang tidak jauh-jauh dari pekerjaan rumah tangga seperti perawat, guru, tukang masak, dan sebagainya. Namun dapat beralih profesi pada bidang-bidang laki-laki seperti pada dunia kepolisian, angkatan bersenjata, otomotif, media dan lain-lain. Bahkan bisa menempati posisi tertinggi seperti direktur maupun manajer pada sebuah organisasi tersebut.

Perempuan sebagai pemimpin, baik di sebuah organisasi maupun bidang politik tidak menjadi hal yang langka di era modern seperti sekarang ini. Tetap tidak bisa dipungkiri bahwa untuk menjadi seorang pemimpin, perempuan banyak memiliki tantangan-tantangan yang harus dihadapi di depan sehingga sebagai pemimpin perempuan harus mempunyai strategi tersendiri.

Menurut Noni S.S. Purnomo, presiden direktur Blue Bird Group yang memiliki 35.000 pekerja laki-laki ini pada acara Leadership Forum: Indonesia's Most Inspiring Women Accelerating Success yang diadakan Forbes Indonesia "Wanita harus bisa *think like a man but act like a lady*" Maksudnya kita kalau berpikir, benar-benar secara rasional. Tapi saat dikeluarkan, cara penyampaian harus lebih halus dan dengan empati. Jadi

menurut saya keuntungan perempuan di situ, kita punya empati.”  
(Hestianingsih, 2013, Para 4).

Padahal, bukan sesuatu yang mustahil perempuan dapat sukses menjadi pemimpin yang sama bagusnya dengan kaum laki-laki. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu, ada beberapa hal yang harus dimiliki wanita untuk menjadi pemimpin yang baik, yaitu:

1. Pertama, harus punya visi dan melakukan aksi nyata untuk mewujudkannya.
2. Kedua, kemampuan *me-manage* orang lain, khususnya bawahan.
3. Ketiga harus fleksibel yang peka terhadap perubahan bahkan jika itu harus ‘memakan’ ucapan sendiri. Seperti contoh usulan yang kita tolak, mungkin saja bisa berguna di kemudian hari. Jadi bukanlah sesuatu yang mutlak dan harus bisa berubah demi sesuatu yang baik.
4. Keempat adalah tidak mudah menyerah, berani mengambil risiko dan terakhir bisa beradaptasi. Perempuan sebenarnya memiliki kelebihan yang tidak dimiliki pria, dan itu dapat menjadi keuntungan dalam memimpin. Perempuan memiliki jiwa pengayom, memerhatikan detail dan cenderung lebih *multitasking*. (Hestianingsih, 2013, Para 5)

Terbukti dari banyaknya sosok perempuan sukses di Indonesia yaitu seperti pendiri Martha Tilaar Group Martha Tilaar, pendiri dan CEO Yayasan Cinta Anak Bangsa Veronica Colondam, *Chief Executive Office* Highscope Indonesia Antarina S.F. Amir dan Presiden Direktur Susi Air Susi Pudjiastuti. (Hestianingsih, 2013, Para 9). Dalam bidang politik, Tri Rismaharini sebagai walikota Surabaya yang sukses memimpin kota Surabaya dengan disiplin dan ketegasan sehingga masuk dalam daftar deretan 50 pemimpin terbaik di dunia. (Mohammad, 2015, Para 1)

Termasuk dengan pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri yang merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi komponen gas dan oil pada mesin bubut. Sehingga menarik untuk diteliti karena pemimpin perusahaan Teratech Sukses Mandiri sebelumnya merupakan laki-laki sebagai *owner* dari Teratech selama 6 bulan lalu digantikan dengan pemimpin perempuan yang tentu saja memiliki tantangan sendiri karena perusahaan yang Ia pimpin adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang mesin-mesin bubut dan memiliki karyawan (bawahan) dominan laki-laki. Pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri ini merupakan tantangan baru karena sebelumnya Ia tidak pernah mempunyai pengalaman memimpin sebuah perusahaan terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang maskulin. Sehingga perlu dianalisa mengenai gaya komunikasi pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri.



## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan permasalahan penelitian diatas adalah bagaimanakah gaya komunikasi pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, pengujian teori-teori komunikasi khususnya dalam hal studi tentang studi komunikasi organisasi.
2. Di masa yang akan datang dapat dijadikan referensi bagi penelitian komunikasi organisasi selanjutnya, khususnya dalam kegiatan berorganisasi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan komunikasi organisasi sebagai bahan pertimbangan untuk pembuatan kebijakan dan perencanaan SDM selanjutnya dalam rangka pengembangan

perusahaan secara keseluruhan khususnya bagi Teratech Sukses Mandiri dan dapat membantu dalam menyelesaikan masalah-masalah organisasi.

