



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 II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan dua penelitian sebagai acuan referensi dalam melakukan penelitian ini. Penelitian pertama berjudul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Perempuan dan Tingkat Kepuasan Komunikasi Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan (Studi pada Staf Administrasi Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia)” (2012) karya Intan Primadini, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan perempuan terhadap kepuasan komunikasi dan bagaimana kepuasan komunikasi tersebut berpengaruh pada kinerja karyawan. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh gaya kepemimpinan perempuan (demokratis, suportif, transformasional, dan partisipatif) dan tingkat kepuasan komunikasi terhadap tingkat kinerja karyawan di Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia (FK UI).

Intan selaku peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dan mempunyai prinsip yaitu prinsip positivis. Sifat penelitian ini adalah eksplanatif.

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Yang menggunakan data primer dan sekunder. Data primer didapat dari populasi yang relatif luas dengan cara menentukan sampel dengan teknik

probabilita – total *sampling* yaitu pengambilan sampel sebesar populasi yang ada. Dalam penelitian ini juga menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan. Sedangkan data sekunder penelitian ini didapat dari arsip organisasi dan studi pustaka.

Hasil penelitian yang dilakukan Intan adalah bahwa diketahui gaya kepemimpinan perempuan demokratis, suportif, transformasional, dan partisipatif berpengaruh secara langsung terhadap tingkat kepuasan komunikasi. Namun, hanya gaya kepemimpinan perempuan demokratis dan transformasional saja yang berpengaruh langsung terhadap tingkat kinerja karyawan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan komunikasi berpengaruh secara langsung terhadap tingkat kepuasan kinerja karyawan.

Terdapat perbedaan dalam penelitian Intan dan peneliti yaitu jika Intan berusaha meneliti untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan perempuan terhadap kepuasan komunikasi dan bagaimana kepuasan komunikasi tersebut berpengaruh pada kinerja karyawan, sedangkan peneliti ingin mendeskripsikan gaya komunikasi pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri.

Kelebihan di dalam penelitian ini yaitu dimana Intan sebagai peneliti menggunakan teori dan konsep yang tepat dan mendalam untuk menganalisa pengaruh gaya kepemimpinan perempuan. Namun kekurangan dari penelitian ini adalah kurangnya membahas dalam perspektif komunikasi organisasi.

Penelitian kedua berjudul “Gaya Komunikasi Kepemimpinan di PT. BLOK MEDIA GROUP” tahun 2012 karya Miftahul Farid mahasiswa Ilmu Komunikasi, Institut Agama Islam Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi dan kepemimpinan secara formal dan informal di PT Blok Media Group. Memberikan gambaran tentang bentuk gaya komunikasi pemimpin dalam organisasi yang berkembang di PT Blok Media Group, mengetahui bagaimana ciri dan keterampilan yang dimiliki oleh pimpinan PT Blok Media Group dalam upaya meningkatkan produktivitas karyawan, dan kemajuan organisasi, untuk mengetahui pendekatan apa saja yang dilakukan oleh pimpinan agar mendukung karyawannya dalam bekerja serta kendala apa yang terjadi dalam pertukaran informasi.

Miftahul selaku peneliti menggunakan teori kisi kepemimpinan dari Blake and Mouton (1991) sebagai *ground* teori yang menggambarkan bagaimana perhatian pemimpin pada tugas dan pada manusia (karyawannya) sehingga menciptakan gaya pengelolaan dan kepemimpinan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mengacu kepada bentuk studi fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan menggunakan bahan dokumentasi. Analisis data menggunakan reduksi data, display data dan verifikasi. Sedangkan pemeriksaan keabsahan data menggunakan metode triangulasi sumber data dan ketekunan pengamatan.

Hasil dari penelitian ini ditemukan komunikasi kepemimpinannya secara formal dan nonformal memiliki gaya komunikasi yang santai, yang artinya ketika dalam pengambilan keputusan, menegur karyawannya menggunakan kata-kata yang sopan dan diucapkan secara santai, dan juga ketika dalam memimpin sebuah rapat rutin perusahaan, komunikasi yang dipakai tetap dalam konteks komunikasi santai. Kepemimpinannya selain menggunakan komunikasi yang santai, memiliki tujuan yang menekankan pada keakraban dari seluruh karyawannya, hal ini diperlukan agar tidak adanya rasa malu, skat, sehingga karyawannya lebih komunikatif. Jadi bisa ambil pernyataan, bahwasanya gaya komunikasi kepemimpinan Di PT. Blok Media Group/blokbojonegoro media menggunakan perpaduan gaya tim (*Team syle*) dan gaya santai (*Contry Club Style*).

Tabel 2.1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Sumber: Olahan Peneliti

	Intan Primadini	Miftahul Farid	Staciana Hardi
Judul Penelitian	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Perempuan dan Tingkat Kepuasan Komunikasi Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan	Gaya Komunikasi Kepemimpinan di PT. BLOK MEDIA GROUP	Gaya Komunikasi Pemimpin Perempuan (studi kasus pada TSM)
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan perempuan terhadap kepuasan komunikasi dan bagaimana	Untuk mengetahui gaya komunikasi kepemimpinan di PT. Blok Media Group secara formal dan informal	Untuk mengidentifikasi gaya komunikasi pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri

	kepuasan komunikasi tersebut berpengaruh pada kinerja karyawan		
Jenis Penelitian	Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivis	Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif mengacu kepada bentuk studi fenomenologi	Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif mengacu kepada bentuk studi kasus
Metode Penelitian	Kuesioner dan studi pustaka	Wawancara, observasi dan menggunakan bahan dokumentasi	Wawancara, observasi dan menggunakan bahan dokumentasi
Teknik Analisis Data	SPSS	Reduksi data, display data dan verifikasi	Reduksi data, display data dan verifikasi
Hasil Penelitian	Diketahui gaya kepemimpinan perempuan demokratis, suportif, transformasional, dan partisipatif berpengaruh secara langsung terhadap tingkat kepuasan komunikasi.	Ditemukan komunikasi kepemimpinannya secara formal dan nonformal memiliki gaya komunikasi yang santai.	
Perbedaan Penelitian	Peneliti ingin mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan perempuan terhadap kepuasan komunikasi dan bagaimana kepuasan komunikasi tersebut berpengaruh pada kinerja karyawan	Peneliti ingin mendeskripsikan dan mengetahui gaya komunikasi kepemimpinan di PT. Blok Media Group secara formal dan informal	Peneliti ingin mendeskripsikan gaya komunikasi pemimpin perempuan di Teratech Sukses Mandiri

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 Teori *Genderlect Styles*

Penelitian ini menggunakan teori *genderlect styles* sebagai acuan dasar analisisnya. Dimana, maksud dari teori ini adalah untuk menjelaskan perbedaan gaya berkomunikasi laki-laki dengan gaya berkomunikasi perempuan karena diyakini terdapat *gap* atau jarak diantara keduanya.

Tokoh dalam teori ini adalah Deborah Tannent (dalam Griffin, 2006, h. 473) mendiskripsikan ketidakpahaman antara laki-laki dan perempuan sesuai dengan fakta bahwa fokus komunikasi perempuan adalah melalui hubungan sementara laki-laki pada adanya status dan kemandiriannya. *Genderlect styles* membahas mengenai gaya berkomunikasi bukan apa yang dikomunikasikan tetapi bagaimana mengkomunikasikannya. Tannent meyakini bahwa terdapat *gap* atau jarak antara laki-laki dan perempuan, dikarenakan masing-masing berada pada posisi lintas budaya (*cross culture*), untuk itu sangat penting dalam mengantisipasi komunikasi yang berhubungan dengan *gap* itu. Sehingga kegagalan seseorang dalam mengidentifikasi perbedaan gaya berkomunikasi antara perempuan dan laki-laki dapat membawa masalah yang besar, hal ini disebabkan karena laki-laki dan perempuan mempunyai dunia dan bahasa yang berbeda. Seperti contoh jika perempuan dengan perempuan lebih nyaman berkomunikasi

dengan tatap muka dengan topik yang bermacam-macam, berbeda dengan laki-laki yang cenderung langsung pada topik pembahasan dan tidak bertele-tele.

Istilah dalam genderlect ini sebenarnya ini menunjukkan gaya feminim dan maskulin yang dipandang sebagai dua dialek yang berbeda. Gaya feminim lebih untuk membangun sebuah hubungan yang menunjukkan respon secara cepat, namun gaya maskulin lebih kepada menyatakan diri dan mendapatkan kekuasaan.

Tannent menyatakan bahwa gaya komunikasi perempuan lebih tertarik kepada sebuah hubungan sedangkan laki-laki memiliki hasrat untuk sebuah status. Hubungan sangat berkaitan dengan kedekatan, sedangkan status erat kaitannya dengan kekuasaan (*power*).

Perbedaan budaya linguistik yang berperan dalam komunikasi verbal antara laki-laki dan perempuan disebut *raport talk* dan *report talk*. *Raport talk* ialah istilah yang digunakan untuk menilai komunikasi perempuan yang terkesan simpatik. Sedangkan *report talk* merupakan istilah yang digunakan untuk menilai komunikasi laki-laki yang cenderung apa adanya dan langsung kepada intinya (*to the point*). Sehingga Deborah Tannent menemukan beberapa perbedaan cara berkomunikasi antara laki-laki dan perempuan: (Griffin, 2006, h. 474 – 476)

1. *Public speaking versus private speaking*

Dalam berkomunikasi perempuan lebih banyak berkomunikasi pada topik-topik pribadi. Sedangkan laki-laki lebih banyak terlibat pada topik-topik publik atau umum, laki-laki melakukan komunikasi sebagai pernyataan fungsi perintah, menyampaikan informasi dan meminta persetujuan.

2. *Telling story*

Telling story yang dilakukan laki-laki lebih banyak dengan bercerita dibanding perempuan yang khususnya dalam memberikan sebuah lelucon dalam suatu percakapan. Namun berbeda dengan perempuan, kaum perempuan lebih banyak menceritakan hal-hal lain dan biasanya menggambarkan dirinya dengan sesuatu yang bodoh daripada bertindak cerdas.

3. *Listening*

Dalam mendengarkan, kaum laki-laki melakukan "gangguan" dalam berbicara dengan lawan jenis sebagai sebuah kekuatan atau power untuk mengendalikan sebuah pembicaraan. Kaum laki-laki memandang bahwa yang dapat menghentikan lawan bicara, dia lah yang menang.

Namun berbeda dengan kaum perempuan, dalam mendengarkan kaum perempuan tidak hanya sekedar mendengarkan, namun juga melakukan eye contact, menganggukan kepala juga memberikan respon seperti hmmm, ya, oh dan sebagainya. Saat mendengarkan, perempuan juga sering memotong lawan bicara saat berbicara, hal ini sebagai bentuk persetujuan dan dukungan. "Gangguan" tersebut justru untuk menunjukkan solidaritas terhadap lawan bicaranya.

4. *Asking questions*

Kaum perempuan jika ingin bertanya dengan menyela pembicara, sebelumnya kaum perempuan akan mengungkapkan persetujuan. Tannen menyebutnya sebagai kooperatif dengan simpatik daripada kompetitif. Berbeda dengan kaum laki-laki, jika menyela dalam mengajukan pertanyaan dipandang oleh Tannen sebagai kekuasaan untuk mengendalikan pembicaraan. Dapat disimpulkan bahwa pertanyaan dipakai oleh kaum perempuan untuk sebuah hubungan dan untuk memperhalus ketidaksetujuan dengan pembicara, sedangkan kaum laki-laki memakai kesempatan dalam mengajukan pertanyaan sebagai cara untuk menjadikan pembicara jadi lemah.

5. *Conflict*

Kaum perempuan memandang konflik sebagai ancaman dan cenderung menghindari terjadinya konflik. Berbeda dengan kaum laki-laki yang nyaman dengan adanya konflik dan biasanya sering memulai konflik.

Dalam kaitannya dengan teori ini, *genderlect theory* digunakan untuk melihat karakteristik komunikasi dalam gender perempuan yang terdapat pada pemimpin perempuan Teratech Sukses Mandiri.

2.2.2 Komunikasi Organisasi

Definisi komunikasi organisasi Pace dan Faules dalam (Rohim, 2009, h. 110-111) mengemukakan definisi komunikasi organisasi dari dua perspektif yang berbeda. Pertama, perspektif tradisional (fungsional dan objektif), mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Kedua, perspektif *interpretif* (subjektif) memaknai komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan makna atas interaksi yang merupakan organisasi. Atau menurut perspektif ini adalah “perilaku pengorganisasian” yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu berinteraksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. Sehingga dalam pengertian ini komunikasi organisasi dapat

dimaknai dari dua perspektif yang berbeda yaitu sebagai penafsiran pesan di antara unit-unit dan sebagai proses penciptaan makna atas interaksi.

Menurut Pace dan Faules (dalam Mulyana, 2009, h. 30) komunikasi organisasi merupakan suatu proses penciptaan makna atas interaksi yang memelihara, membentuk, dan mengubah organisasi. Maka secara sederhana, komunikasi organisasi dapat disimpulkan yaitu suatu komunikasi yang mempunyai tujuan untuk meraih suatu tujuan organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. (Mulyana, 2009, h. 13)

Komunikasi organisasi sering melibatkan komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi *horizontal*, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk selentingan dan gosip (Mulyana, 2009, h. 13)

Dalam komunikasi organisasi ada beberapa arah aliran informasi seperti yang dikemukakan oleh Pace dan Faules (2010, h. 184):

1. Komunikasi ke bawah (*downward communication*)

Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah.

Ada 5 jenis informasi yang biasanya dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan: (Pace dan Faules, 2010, h. 185)

- a) Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan
- b) Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan
- c) Informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi
- d) Informasi mengenai kinerja pegawai
- e) Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas

2. Komunikasi ke atas (*upward communication*)

Komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang lebih rendah (bawahan) ke tingkat yang lebih tinggi (atasan).

Pentingnya komunikasi dari bawah ke atas seperti yang dikemukakan Planty dan Machaver dalam (Pace dan Faules, 2010, h. 190) bahwa komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas ke pada organisasi dengan memberi kesempatan kepada

pegawai untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbang gagasan serta saran-saran mengenai operasi organisasi.

3. Komunikasi *horizontal* (*horizontal communication*)

Komunikasi *horizontal* terdiri dari penyampaian informasi diantara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi dan mempunyai atasan yang sama.

Komunikasi *horizontal* bertujuan untuk memperkuat ikatan dan hubungan antarpersonal, membina hubungan antar pegawai dan menciptakan unit kerja yang satu (Pace dan Faules, 2010, h. 196).

2.2.3 Gaya Komunikasi dalam Gaya Kepemimpinan

2.2.3.1 Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*) (Rohim, 2009, h. 115).

Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, yang merupakan gaya khas seseorang didalam berkomunikasi. Sehingga gaya komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kepribadian yang terdapat didalam diri setiap manusia yang sukar untuk diubah. Untuk memahami gaya berkomunikasi maka setiap orang harus berusaha menciptakan dan mempertahankan gaya komunikasi personal sebagai ciri khas pribadinya. Gaya itu sendiri merupakan suatu kepribadian yang terdapat pada setiap diri manusia. Sehingga kata sulit sangatlah pas ketika dihadapkan untuk mengubah gaya komunikasi itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan memaksa seseorang untuk mengubah gaya komunikasi yang dimilikinya tidaklah gampang karena gaya komunikasi itu sendiri telah melekat pada kepribadian seseorang. Seorang pemimpin akan memiliki sekumpulan gaya yang digunakan untuk mempengaruhi bawahan agar sasaran organisasi tercapai. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang pemimpin disini menggambarkan kombinasi perilaku antara gaya yang telah menjadi kepribadiannya dan gaya seorang pemimpin yang memiliki tiga pola dasar yakni mementingkan hubungan kerja sama, mementingkan pelaksanaan tugas dan hasil yang dapat dicapai, yang merupakan gaya dasar yang pada dasarnya harus dilakukan oleh seorang pimpinan dalam suatu organisasi (Gilang, 2013, h. 503-504).

Para ahli komunikasi telah membagi tipe gaya komunikasi dalam 6 tipe menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss, yaitu: (Rohim, 2009, h. 115-117)

1. *The Controlling Style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*.

Pihak-pihak yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau *feedback* tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan-pandangannya.

Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha 'menjual' gagasan agar dibicarakan bersama namun

lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya. Gaya komunikasi ini sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif, dan pada umumnya dalam bentuk kritik. Namun demikian, gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, tidak jarang bernada negatif sehingga menyebabkan orang lain memberi respons atau tanggapan yang negatif pula.

2. *The Equalitarian Style*

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Jadi, setiap anggota organisasi dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang

baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. *The equalitarian style* ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi di antara para anggota dalam suatu organisasi.

3. *The Structuring Style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan (*sender*) lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi tersebut.

4. *The Dynamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada

tindakan (*action-oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun supervisor yang membawa para wiraniaga (*salesmen* atau *saleswomen*).

Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah memstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.

5. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.

Pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau sender sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebarkannya.

6. *The Withdrawal Style*

Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.

Dalam deskripsi yang kongkrit adalah ketika seseorang mengatakan: "Saya tidak ingin dilibatkan dalam persoalan ini". Pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindari berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, gaya ini tidak layak dipakai dalam konteks komunikasi organisasi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *the equalitarian style of communication* merupakan gaya komunikasi yang ideal. Sementara tiga gaya komunikasi lainnya: *structuring*, *dynamic* dan *relinquishing* dapat digunakan secara strategis untuk menghasilkan efek yang bermanfaat bagi organisasi. Dan dua gaya komunikasi terakhir: *controlling* dan *withdrawal* mempunyai kecenderungan menghalangi berlangsungnya interaksi yang bermanfaat dan produktif.

2.2.3.2 Gaya Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan ialah sekumpulan ciri yang dipakai pimpinan untuk mempengaruhi dan membimbing bawahan agar tujuan organisasi tercapai dan bisa juga dikatakan bahwa gaya kepemimpinan adalah pola perilaku dan strategi yang diterapkan oleh seorang pemimpin. 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.

Ada 5 gaya kepemimpinan, yaitu: (Siagian, 2003, h. 27)

1. Gaya kepemimpinan yang otokratis

- a. Gaya kepemimpinan ini menganggap organisasi sebagai miliknya sendiri,
- b. Tidak bisa menerima kritikan ataupun saran bahkan pendapat,
- c. Membuat tujuan pribadi sebagai tujuan organisasi,

- d. Menganggap bawahan adalah mesin atau alat dari organisasi dan menggunakan cara paksaan untuk mengikuti keinginan dari pemimpin tersebut.

2. Gaya kepemimpinan yang karismatik

Gaya kepemimpinan ini biasanya mempunyai pengikut dalam jumlah yang banyak karena mengangumi sosok kepemimpinan seseorang. Gaya kepemimpinan karismatik ini tidak dapat dijelaskan secara teoritis karena tidak dapat diukur dari hal materi, pendidikan, fisik maupun latar belakang lainnya. Pemimpin ini dapat memikat hati bawahannya dengan cara tersendiri dan pengikut pemimpin tersebut biasanya juga tidak dapat menjelaskan mengapa mereka menjadi pengikut, mereka tidak mempermasalahkan nilai, gaya, sikap maupun perilaku pemimpin tersebut.

3. Gaya kepemimpinan paternalistis

- a. Gaya kepemimpinan ini menganggap bawahan sebagai pribadi yang tidak dewasa bahkan cenderung terlalu melindungi,
- b. Jarang untuk memberikan kesempatan kepada bawahan dalam mengambil suatu keputusan,
- c. Sering berperilaku serba tahu,
- d. Jarang memberikan kesempatan kepada bawahannya untuk mengambil inisiatif,

- e. Jarang member kesempatan bawahan untuk mengembangkan daya imajinasinya.

Namun tidak dapat dipungkiri jika gaya kepemimpinan ini terkadang dibutuhkan.

4. Gaya kepemimpinan militeristis

- a. Gaya kepemimpinan ini paling suka dengan formalitas,
- b. Pemimpin tipe ini sulit untuk menerima kritikan maupun saran dari bawahannya,
- c. Cenderung mengarahkan dan mendorong bawahannya dengan menggunakan sistem perintah yang bergantung pada tingkatan jabatan yang diduduki,
- d. Menuntut disiplin yang tinggi dan kaku dari bawahan

5. Gaya kepemimpinan demokratis

Gaya kepemimpinan demokratis merupakan tipe yang paling cocok memimpin perusahaan modern, dikarenakan sebagai berikut:

- a. Gaya kepemimpinan ini senang menerima saran maupun kritik,
- b. Mementingkan kerja sama untuk mencapai tujuan organisasi,
- c. Berusaha untuk membuat bawahannya menjadi sukses juga,
- d. Selalu menyatukan tujuan pribadi bawahannya dengan tujuan organisasi,

- e. Memberikan kebebasan kepada bawahannya untuk melakukan kesalahan lalu diperbaiki agar bawahan tersebut tidak berbuat kesalahan yang sama dan belajar dari kesalahan tersebut,
- f. Selalu berusaha mengembangkan kapasitas diri pribadinya sebagai pemimpin.

2.2.4 Kepemimpinan Perempuan

2.2.4.1 Kepemimpinan

Pengertian pemimpin dan kepemimpinan berbeda, namun banyak kalangan yang mengartikannya dengan sama. Pemimpin adalah orang yang bertugas untuk memimpin. Pemimpin adalah seseorang yang menggunakan wewenang dan kepemimpinannya untuk mengarahkan orang lain dan juga bertanggung jawab atas pekerjaan orang tersebut dalam mencapai suatu tujuan (Hasibuan, 2011, h. 157). Pemimpin juga dapat dikatakan seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan, sehingga mampu mempengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi tercapainya satu atau beberapa tujuan. (Arifin, 2012, h. 1).

Kepemimpinan ialah sifat dan perilaku yang wajib dimiliki seorang pemimpin. Sedangkan kepemimpinan ialah kekuasaan untuk mempengaruhi dan mengarahkan seseorang atau bawahan untuk mengerjakan sesuatu dalam pencapaian organisasi.

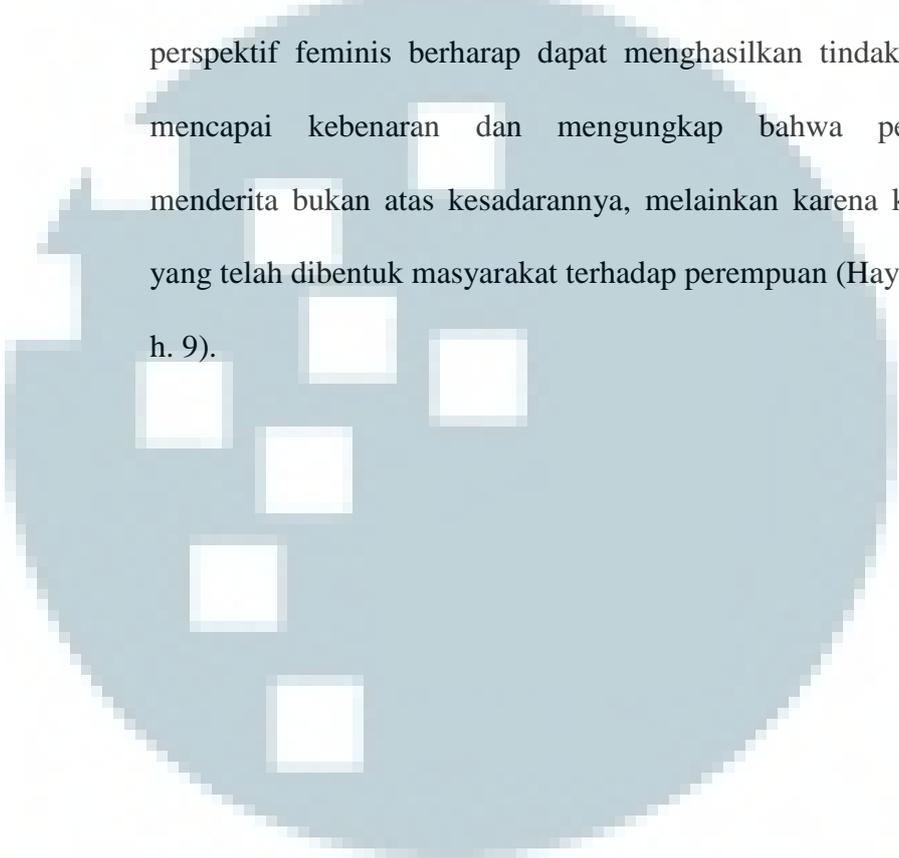
Pemimpin juga memiliki tanggung jawab untuk membuat program kerja, membuat aturan-aturan dan pengambilan keputusan. (Umam, 2010, h. 270). George Terry (dalam Thoha, 2007, h. 5) juga menyatakan bahwa kepemimpinan adalah sebuah aktivitas untuk mempengaruhi orang-orang agar diarahkan dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Jadi secara sederhana kepemimpinan adalah suatu kemampuan yang dilakukan oleh pemimpin suatu organisasi untuk mempengaruhi anggotanya dalam mencapai suatu tujuan.

2.2.4.2 Perempuan

Maraknya berbagai isu terkait ketidaksetaraan kedudukan antara laki-laki dan perempuan telah melahirkan berbagai perspektif pada ilmu psikologi. Psikologi feminis merupakan salah satu kubu yang meneliti sekaligus mengkaji mengenai kedudukan antara laki-laki dan perempuan di mata sosial. *Feminist perspective* atau pendekatan feminis yaitu perspektif yang didasarkan pada suatu kerangka yang mengusulkan bahwa dalam kegiatan penelitian, perempuan perlu diterima dan dihargai sebagai sesama manusia yang memiliki potensi atau kemampuan untuk berkembang (Sadli, 2002, h. 5). Karakteristik perempuan yang dianggap tidak kompeten, lemah, dan tidak mandiri lebih merupakan produk budaya yang meremehkan. Pandangan

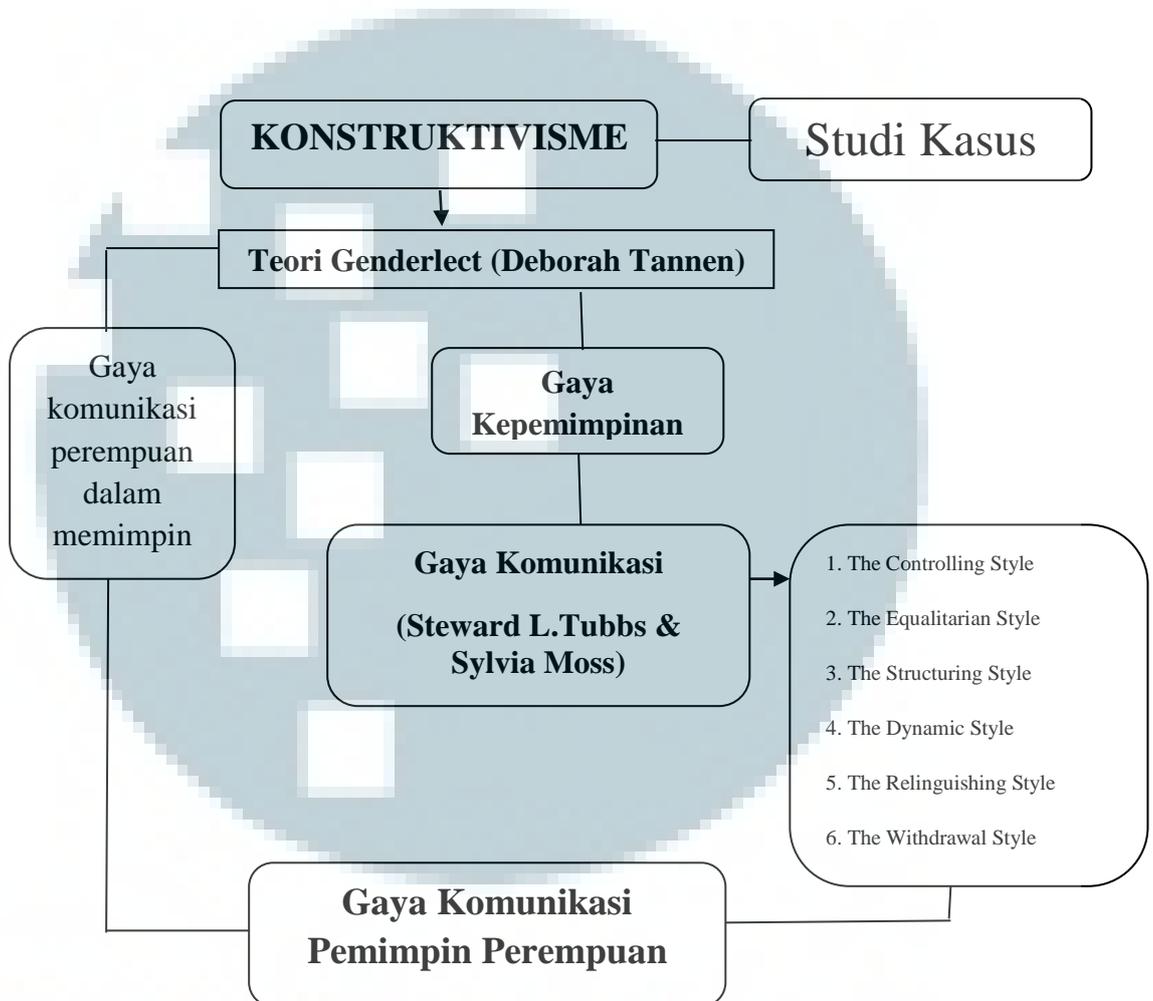
semacam ini perlu diimbangi dengan adanya gambaran tentang perempuan yang pintar, mandiri, cerdas, berani, mampu mengambil keputusan, sukses, serta etis. Selaras dengan itu, perspektif feminis berharap dapat menghasilkan tindakan untuk mencapai kebenaran dan mengungkap bahwa perempuan menderita bukan atas kesadarannya, melainkan karena kesadaran yang telah dibentuk masyarakat terhadap perempuan (Hayati, 2006, h. 9).



UMMN

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.3 Alur Pikir Penelitian



Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivime dan jenis penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penelitian ini ingin mengkaji dari fenomena gaya komunikasi perempuan dalam memimpin. Penelitian ini menggunakan teori genderlect dari Deborah Tannen sebagai teori utama untuk mengkaji gaya kepemimpinan. Gaya kepemimpinan tentu tidak bisa lepas dari gaya komunikasi. Gaya komunikasi terdiri dari 6 tipe gaya komunikasi. Sehingga penelitian ini menghasilkan gaya komunikasi pemimpin perempuan.