

Narasi Komunikasi Pemimpin Perempuan Untuk Mencapai Posisi Puncak Dalam Dunia Kerja

Rosa Yuli Anggraini¹, Hapsari Dwiningtyas²

rosayulianggraini@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269 Telepon (024)-746407

Faksimile (024)-746504 Laman: <https://www.fisip.undip.ac.id> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The existence of gender bias in society causes women to find it difficult to achieve leadership positions, considering that leadership positions are more often associated with masculine characters associated with men. However, even so, women who occupy managerial positions, especially in companies, continue to emerge, and this incident is considered important to study as a learner about the success story of a woman leader. Therefore, this study aims to analyze how the success stories of women who occupy managerial positions in companies, especially in terms of communication.

The results show that women find it difficult to meet two expectations of society, the first is the expectation about women and the second is the expectation about the leader. Although masculine communication styles are more likely to be associated with the ideal character of the leader, women will not get a positive response if they are too masculine, so that's why they have to negotiate between masculine and feminine communication styles. Then to have a good career and open communication to support their careers, a positive and inclusive corporate culture is also an important factor for women when they want to reach higher positions, because not all companies have a positive and supportive climate that can provide equal access to all. people without exception to become leaders.

Keywords: female leader, communication style, feminine and masculine.

ABSTRAK

Adanya bias gender dalam masyarakat menyebabkan perempuan kesulitan untuk mencapai posisi kepemimpinan, mengingat posisi kepemimpinan lebih sering dikaitkan dengan karakter-karakter maskulin yang diasosiasikan dengan laki-laki. Namun walau begitu perempuan-perempuan yang menempati posisi manjerial terutama dalam perusahaan masih terus bermunculan, dan kejadian inilah yang dirasa penting untuk dikaji sebagai pembelajar tentang bagaimana kisah keberhasilan seorang pemimpin perempuan tersebut. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kisah keberhasilan para perempuan yang menempati posisi manajerial dalam perusahaan terutama dalam segi komunikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan kesulitan untuk memenuhi dua ekspektasi masyarakat, pertama ekspektasi tentang perempuan dan kedua ekspektasi tentang pemimpin. Ketika perempuan berperilaku maskulin sejak awal maka dia akan mendapat evaluasi negatif dari masyarakat karena dianggap menyalahi standar sosial yang berlaku, sehingga perempuan harus mengubah atau menyesuaikan gaya komunikasinya menjadi lebih feminin agar dapat diterima oleh masyarakat. Walaupun gaya komunikasi maskulin lebih cenderung diasosiasikan kepada karakter ideal pemimpin, namun perempuan tidak akan mendapat respon positif jika dirinya terlalu bersifat maskulin maka dari itulah ia harus menegosiasikan antara gaya komunikasi maskulin dan feminin.

Kata kunci: pemimpin perempuan, gaya komunikasi, feminin dan maskulin.

PENDAHULUAN

Jumlah pemimpin perempuan yang menempati posisi pemimpin masih jauh lebih kecil, terutama di sektor-sektor yang didominasi oleh laki-laki seperti *engineering*, konstruksi, dan keuangan. (Kark & Eagly, 2010). Minimnya jumlah perempuan yang menduduki posisi puncak menunjukkan bahwa

masih terdapat hambatan yang besar bagi perempuan. Karena jumlahnya sangat sedikit, maka keberhasilan pemimpin perempuan ini akan menjadi menarik ketika dikaji. Masyarakat sepakat bahwa tiap orang memiliki perjalanan, kesulitan dan latar belakang yang berbeda satu sama lain maka topik ini akan menarik ketika dikaji menggunakan narasi.

Narasi menunjukkan runtutan peristiwa yang mengandung sifat kausalitas dan kejadiannya berada di ruang dan waktu yang sama (Pratista, 2008). Narasi akan memunculkan keunikan sendiri karena dalam menjelaskan sesuatu tidak hanya berbicara tentang bagaimana cerita tersebut diubah menjadi narasi namun juga dapat menjelaskan bahasa yang dikatakan secara tersirat. (Meraviglia et al., 2020). Pengalaman seseorang yang diceritakan secara detil dan kronologis dalam konteks dan level tertentu dapat menjadi sebuah narasi. Penjelasan kronologi dalam urutan adegan demi adegan, lokasi terjadinya adegan, penggambaran ruang dan waktu, kemunculan tokoh, alur, konflik, dan tujuan cerita akan menjadi poin-poin penting dalam pembangunan narasi (Kustanto, 2015). Termasuk menjadi hal yang penting dalam pembangunan narasi nantinya adalah kemunculan konflik, salah satunya bagaimana hambatan-hambatan yang dialami perempuan di dalam dunia kerja ketika hendak mencapai posisi puncak.

Ada banyak faktor mengapa jumlah pemimpin perempuan jauh lebih sedikit dari pemimpin laki-laki. Munculnya stereotip, gender *bias*, dan diskriminasi menimbulkan ekspektasi dan evaluasi yang tidak adil terhadap seorang pemimpin perempuan (Spencer et al., 2019). Tidak hanya berasal dari dalam organisasi, hambatan sosial budaya juga terjadi pada perempuan. Karena adanya konstruksi sosial yang percaya bahwa tugas utama

perempuan adalah di dalam keluarga, para perempuan terdidik di Indonesia saat ini masih mempercayai bahwa setelah mereka menikah maka aspirasi karir mereka akan menjadi nomor dua setelah peran utamanya menjadi istri dan ibu (Andajani et al., 2016). Wacana tentang kesempatan dan pemberdayaan perempuan yang setara untuk kepemimpinan publik tidak didukung dengan baik. Ketentuan perkawinan, nilai-nilai patriarki yang ada, dan domestikasi peran perempuan menjadi penghalang kuat bagi upaya pemberdayaan perempuan dalam kepemimpinan publik. Hal tersebut dipercaya sebagai “kodrat perempuan”, yaitu untuk menjadi seorang ibu dan istri (Utomo, 2015). Faktor ini juga yang dapat menghambat perempuan untuk mencapai posisi pemimpin, karena perempuan dianggap akan sulit untuk meninggalkan rumah dan keluarga dalam waktu yang lama sedangkan seorang pemimpin harus memiliki mobilitas yang tinggi.

Hambatan lainnya yaitu tentang nilai dan norma yang didominasi laki-laki, kurangnya struktur organisasi yang mendukung bagi perempuan yang bekerja dan kurangnya pengetahuan organisasi tentang perbedaan gender dalam prioritas kerja, pola dan gaya pengambilan keputusan. Pemimpin yang sukses dianggap memiliki karakter, sifat dan emosi yang sesuai dengan stereotip gender maskulin, contohnya adalah kompeten, kemampuan verbal yang vokal, bertekad tinggi, tekun dan tegas (Sczesny, 2003). Hal itulah yang membuat perempuan dievaluasi secara negatif

jika mereka terlalu feminin dalam gaya kepemimpinan mereka dan seringkali ini bermanifestasi dalam evaluasi kinerja yang bias untuk perempuan (Carli, 2006). Banyak orang yang mengasosiasikan perempuan dengan sifat-sifat feminin seperti emosional, tidak tegas, juga berkata dengan lembut. Karakter itulah yang sangat bertolak belakang dengan karakter pemimpin yang selama ini dikonstruksikan oleh masyarakat sehingga membuat perempuan lebih kesulitan untuk mencapai posisi puncak dalam suatu perusahaan. Fenomena ini juga disebut sebagai *Glass Ceiling*.

Melihat pantangan yang dialami perempuan dalam dunia kerja tentunya ada strategi-strategi tertentu yang dilakukan para pemimpin perempuan hingga akhirnya mereka bisa menjadi seorang pemimpin dan memecahkan *glass ceiling*. Inilah yang ingin diketahui oleh peneliti tentang bagaimana strategi komunikasi seorang pemimpin perempuan yang bisa berhasil mencapai posisi puncak dalam dunia kerja. Setiap perempuan tentunya memiliki cara dan ceritanya masing-masing, karena tantangan di tiap industri bisa jadi berbeda. Maka dari itulah pentingnya melihat narasi individu tiap pemimpin perempuan untuk menghargai keberagaman yang unik dari tiap ceritanya. Maka berdasarkan data-data temuan di latar belakang ini, peneliti memiliki intensi untuk menggali fenomena tentang “Narasi Seorang Women Leader Untuk Berhasil Mencapai Posisi Puncak Dalam Dunia Kerja.”

RUMUSAN MASALAH

Minimnya jumlah perempuan yang menempati posisi puncak dalam perusahaan menunjukkan masih kuatnya pantangan struktur dan budaya yang menghalangi perempuan untuk menjadi seorang pemimpin. Banyak sekali hambatan yang dapat menghalangi perempuan untuk meningkatkan karirnya dalam dunia kerja mulai dari adanya fenomena *glass ceiling*, lingkungan kerja yang *toxic*, juga nilai-nilai patriarki yang melihat perempuan sebagai “nomor dua” jika dibandingkan oleh rekan kerja laki-laki (Ryan & Haslam, 2005) terutama ketika kejadiannya dalam penentuan pemimpin perusahaan.

Seperti yang kita ketahui karakteristik ideal seorang pemimpin yang sukses selalu didasarkan dengan sifat-sifat maskulin (Andajani et al., 2016) yaitu berorientasi hasil, memiliki daya tempur, menunjukkan kekuatan, dan memiliki ketangguhan yang sangat bertolak belakang dengan karakter feminin (Ellemers et al., 2012). Fenomena keberhasilan pemimpin perempuan inilah yang harus ditelaah dan diteliti secara detail tentang bagaimana kisah perjalanannya dalam mencapai posisi puncak, terutama dalam hal komunikasi karena komunikasi menjadi kunci yang sangat penting ketika menduduki posisi pemimpin. Maka dari itu peneliti ingin meneliti bagaimana narasi komunikasi pemimpin perempuan yang berhasil mencapai posisi puncak dalam dunia kerja.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rancangan masalah di paragraf sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk ingin mengetahui narasi komunikasi pemimpin perempuan untuk mengatasi pantangan-pantangan sosial budaya yang terjadi selama perempuan berada dalam dunia kerja, yang dapat menghalangi perempuan untuk mencapai posisi pemimpin sehingga perempuan berhasil mencapai posisi puncak.

KERANGKA TEORI

Narasi Pemimpin Perempuan

Narasi adalah bentuk penyampaian cerita secara kronologis yang menyajikan sebuah fakta dan diceritakan kepada khalayak (Maulana & Nugrohso, 2018). Runtutan peristiwa dikemas dalam bentuk cerita dimana di dalamnya terdapat ideologi dan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan oleh pembuat cerita (Barker, 2008). Selain itu narasi juga akan menunjukkan hubungan kausalitas sebab akibat terjadinya sebuah peristiwa. Maka dari itu sebuah narasi tentu mempunyai hubungan timbal balik yang logis karena keberadaan subjek menghubungkan runtutan peristiwa tersebut. Pandangan lain dari (Casey et al., 2004) bahwa “*A narrative is integral to the process of storytelling*”. Hal ini menunjukkan bahwa narasi adalah bagian yang memiliki hubungan utuh serta tidak dapat dipisahkan dengan penceritaan. Seperti dalam narasi komunikasi pemimpin perempuan nantinya

yang akan disajikan secara runtut dan kronologis mulai dari saat pertama kali memasuki tempat kerja sampai pada akhirnya menjadi seorang pemimpin di kantornya, kemudian apa penyebab-penyebab terjadinya suatu kejadian dalam cerita tersebut sehingga bisa menunjukkan hubungan antar peristiwa. Harapannya hubungan antar peristiwa tersebut nantinya yang dapat dievaluasi maupun dijadikan intisari dalam penelitian ini.

Komunikasi Pemimpin Perempuan

Dalam literatur kepemimpinan, para ahli telah membedakan dua tipe komunikasi. Tipe yang pertama adalah *task oriented* yang mengacu pada aktivitas yang berhubungan langsung dengan tugas yang ada, kemudian *relations oriented*, yang mengacu pada perilaku verbal yang mengekspresikan dan mendefinisikan hubungan seseorang dengan orang lain (Abele & Bruckmuller, 2013). Karena adanya konstruksi gender tradisional tentang maskulin dan feminisme, masyarakat juga melekatkan hal tersebut dengan cara komunikasi antara perempuan dan laki-laki. Laki-laki digambarkan berkomunikasi dengan pendekatan *task oriented* sedangkan perempuan berkomunikasi dengan pendekatan *relationship oriented*. Namun laki-laki, tidak seperti perempuan, akan mendapat keuntungan ketika mereka berperilaku berbeda dari apa yang diharapkan masyarakat (Hentschel et al., 2017). Laki-laki akan dipuji ketika mereka menunjukkan sifat *relations oriented*, (baik

dalam agen maupun komunal) dan mereka akan mendapat nilai lebih tinggi dalam kepemimpinan (Schlamp et al., 2021). Sebaliknya, perempuan diharapkan untuk lebih peduli tentang hubungan dalam sebuah tim.

Social Role Theory

Dalam memahami pantangan yang dialami perempuan untuk mencapai posisi puncak, *social role theory* (Eagly, 1997) dapat menjelaskan kerangka berpikir dalam penelitian ini. Menurut *Social Role Theory*, masyarakat memiliki ekspektasi yang jelas terhadap bagaimana seseorang harus berperilaku dan bertindak untuk menyesuaikan diri dengan peran sosialnya. *Social role theory* juga menjelaskan perbedaan antara perilaku agen dan komunal bahwa laki-laki diharapkan menjadi penyedia sedangkan perempuan diharapkan menjadi orang yang dapat memberi kasih sayang. Ekspektasi ini tertanam dalam peran gender tradisional dimana laki-laki dilihat sebagai *independent* dan kuat, sedangkan perempuan dilihat sebagai orang yang bergantung dan suportif. Stereotip tersebut bisa bersifat deskriptif (apa yang perempuan dan laki-laki suka) dan preskriptif (bagaimana perempuan dan laki-laki harus bertindak) (Heilman, 2001).

Tipe-tipe Perempuan	Komunikasi	Pemimpin
Kanter mengklasifikasikan	(1993) beberapa	juga tipe

komunikasi pemimpin, terutama pemimpin perempuan. Teori ini akan digunakan untuk memetakan strategi yang digunakan pemimpin perempuan ketika berinteraksi dengan rekan kerjanya (Handford, 2010). Kanter mengklaim bahwa ada empat 'perangkap peran' yang digunakan untuk pemimpin perempuan terutama di tempat kerja yaitu *Mother, Pet, Seductress* dan *Iron Maiden*, yang didasarkan pada pandangan familiar historis tentang perempuan yang memegang kuasa.

Feminist Standpoint Theory

Untuk melihat realitas ini terutama dalam konteks gender, kita dapat menggunakan *Feminist Standpoint Theory*. Formulasi dari *standpoint theory* berpendapat bahwa sudut pandang muncul ketika seorang individu mengakui dan menantang nilai-nilai budaya dan hubungan kekuasaan yang berkontribusi pada subordinasi atau penindasan kelompok tertentu. Menurut (Littlejohn & Foss, 2009) tujuan dari *feminist standpoint theory* adalah mengidentifikasi nilai-nilai budaya dan dinamika kekuasaan yang menyebabkan subordinasi perempuan serta menyoroti pengetahuan berbeda yang dihasilkan dari kegiatan-kegiatan yang biasanya ditugaskan untuk perempuan. *Feminist standpoint theory* menekankan pada ideologi sosial seperti seksisme dan peran gender yang menjelaskan mengapa perempuan

ditugaskan untuk kegiatan tertentu dan mengapa kegiatan tersebut kurang dihargai daripada kegiatan biasanya ditugaskan untuk anak laki-laki. Teori ini bergantung pada kesadaran bahwa kondisi dan pengalaman yang umum bagi perempuan sifatnya tidak alami, tetapi merupakan hasil dari kekuatan sosial dan politik yang terjadi di masyarakat (Zhao, 2020).

Gender Role Congruity Theory

Gender role congruity theory memprediksi bahwa perempuan akan memiliki kemungkinan lebih kecil dibandingkan laki-laki untuk muncul sebagai pemimpin karena harapan atau karakteristik ideal untuk peran pemimpin tidak sesuai dengan stereotip gender perempuan (Ritter & Yoder, 2016). Jadi, bahkan ketika perempuan memiliki kualitas agen agen dominasi yang konsisten dengan peran pemimpin, ketidaksesuaian antara tuntutan tugas maskulin dan stereotip gender mengurangi munculnya kepemimpinan perempuan. Teori ini membentuk prasangka terhadap pemimpin perempuan dengan menyatakan bahwa adanya ketidaksesuaian yang dirasakan antara stereotip gender perempuan dan stereotip peran kepemimpinan mengarah pada dua bentuk prasangka yaitu yang pertama menganggap perempuan kurang menguntungkan daripada laki-laki sebagai orang yang akan menduduki peran kepemimpinan dan yang kedua adalah

melalui evaluasi perilaku yang dapat memenuhi harapan ideal peran kepemimpinan yang lebih tidak menguntungkan bila pelakunya adalah seorang perempuan (Eagly & Karau, 2002). Maka dari itu menimbulkan konsekuensi salah satunya adalah sikap negatif terhadap perempuan ketika dibandingkan dengan laki-laki yang menjadi calon pemimpin.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang memiliki gagasan bahwa makna dikonstruksi secara sosial oleh individu dalam interaksi dengan dunianya. Dunia, atau realitas tidak bersifat tetap, tunggal, disepakati, atau terukur seperti yang diasumsikan dalam paradigma positivisme (Merriam & Sharan, 2004).

Untuk mencapai tujuan penelitian, analisis narasi Todorov adalah alat yang dipakai dalam penelitian ini. Analisis narasi merupakan metode yang berusaha melakukan sebuah analisis terhadap narasi, gambar, peristiwa, teks, pertunjukan, maupun artefak kultural yang mengandung sebuah kisah (Kustanto, 2015). Metode analisis dapat membantu peneliti untuk mendapat pemahaman dan evaluasi dari berbagai macam narasi, untuk mengetahui makna lebih dalam dari sebuah narasi. Kemudian untuk melakukan analisis secara lebih terstruktur kita dapat mendasarkan pada analisis narasi dari Todorov.

Berdasarkan Todorov, narasi memiliki susunan struktur yang berkesinambungan mulai dari awal, tengah, hingga akhir. Rangkaian ini yang nantinya juga akan menggambarkan peristiwa pemimpin perempuan mulai dari saat ia pertama kali bekerja hingga pada akhirnya berhasil mencapai posisi puncak.

Mengacu pada (Kitto et al., 2008) dalam penelitian kualitatif data-data yang dikumpulkan harus mengandung beberapa kriteria untuk memastikan kualitas dari penelitian, salah satunya adalah *clarification and justification* di mana kejelasan tujuan penelitian sangat penting untuk mengevaluasi hasil dan interpretasinya sehingga dapat dilihat kesinambungan antara masalah penelitian dan hasil temuannya. Berkaitan dengan itu maka perlu penekanan bahwa penelitian ini bertujuan ingin mengetahui strategi komunikasi perempuan dalam mengatasi hambatan untuk mencapai posisi puncak untuk berhasil menjadi pemimpin, maka hasil temuan penelitian ini harus menjawab seperti apa hambatan yang dialami dan bagaimana strategi-strategi komunikasi yang dilakukan pemimpin perempuan untuk mencapai posisi puncak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Pada Pekerjaan Pertama

Ketika para narasumber menempati pekerjaan pertama tentunya para

narasumber akan berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungan perusahaan, terlebih lagi ini adalah pekerjaan *full time* pertama yang dimiliki para narasumber setelah mereka lulus kuliah. Artinya, bisa jadi ini pengalaman profesional sungguhan pertama yang dialami oleh narasumber. Pada tahap ini biasanya narasumber akan membawa gaya komunikasi yang mereka miliki ketika kuliah atau sebelum kerja. Gaya komunikasi itu adalah natural yang dimiliki narasumber yang sudah terbentuk sekian lama dan dibawa ke lingkungan pekerjaan. Karena pengalaman tiap orang berbeda, maka setiap narasumber pun memiliki gaya komunikasi alami yang berbeda-beda. Pada narasi Vera, ia adalah orang yang memiliki gaya komunikasi tegas dan vokal sejak dini dan itulah yang ia terapkan ketika pertama kali bekerja. Kemudian pada narasi Deasy, ia adalah orang yang memiliki gaya komunikasi keibuan yaitu lembut dan suka berkomunikasi secara interpersonal untuk menjalin hubungan personal. Terakhir pada narasi Wina, ia adalah orang yang tidak berkomunikasi secara interpersonal dan hanya didominasi komunikasi formal yang transaksional untuk membicarakan tentang pekerjaan saja.

Berbagai macam gaya komunikasi yang dibawa oleh masing-masing narasumber itu pun juga mendatangkan respon yang berbeda-beda. Respon yang

berbeda ini dapat ditentukan oleh bagaimana lingkungan yang ada di sekitar para narasumber pada waktu itu serta bagaimana ekspektasi masyarakat terhadap situasi tersebut. Ada yang mendapat penolakan dan ada juga yang mendapat penerimaan dari masyarakat, serta reaksi yang diberikan oleh masing-masing narasumber pun juga berbeda terutama ketika terjadi penolakan dari lingkungan sekitar.

Komunikasi di Manajemen Menengah

Dari ketiga narasumber dalam penelitian ini, semuanya menempati lebih dari satu perusahaan sepanjang perjalanan karirnya. Tidak ada narasumber yang hanya bertahan dalam satu perusahaan dari awal bekerja hingga mencapai posisi kepemimpinan tertinggi. Kecuali dalam narasi Deasy, ia kembali lagi ke perusahaan pertamanya setelah sempat bekerja di perusahaan lain. Maka dari itulah setelah berada di perusahaan pertama, para narasumber berpindah ke perusahaan selanjutnya dengan menempati posisi yang lebih tinggi. Pada perusahaan kedua inilah para narasumber akan menempati posisi manajemen menengah, karena mereka pertama kalinya memimpin sebuah tim di dalam perjalanan karirnya. Artinya mereka memiliki anak buah yang dipimpin namun masih memiliki atasan yang mereka harus berikan laporan. Posisi manajemen

menengah inilah yang memiliki kurun waktu paling lama dari keseluruhan perjalanan karir para narasumber, karena mereka sering berganti posisi, diberikan mutasi, atau mengalami promosi dalam kurun waktu ini. Karena waktunya yang panjang itulah maka ada beberapa tantangan dan pengalaman yang dialami oleh para narasumber.

Komunikasi di Manajemen Teratas

Setelah menempati posisi manajemen menengah, akhirnya para narasumber berhasil menduduki posisi manajemen teratas yaitu *C-Level*. Dalam posisi manajemen teratas ini para narasumber telah memimpin seluruh perusahaan atau memimpin satu unit divisi dalam perusahaan, maka dari itu mereka memiliki anggota yang sangat banyak serta berlapis. Tentu tantangan dan komunikasi yang dilakukan akan berbeda, terlebih lagi dalam posisi ini para narasumber sudah menempati perusahaan yang berbeda dari ketika mereka menempati posisi manajemen menengah. Dalam tahap ini lebih banyak tantangan yang dihadapi berupa persepsi dan komentar negatif dari masyarakat tentang posisi kepemimpinan yang dimiliki narasumber, serta bagaimana para pemimpin perempuan ini juga perlu membuktikan kepada orang-orang tentang kemampuannya sehingga mereka dapat membuktikan bahwa mereka pantas untuk

berada dalam posisi kepemimpinan tersebut.

Dalam narasi yang dialami beberapa narasumber, ditemukan bahwa penyesuaian gaya komunikasi yang dilakukan di awal masih terbawa dan masih diterapkan hingga sekarang. Contohnya pada narasi Vera yang tadinya berkomunikasi dengan sangat vokal dan kuat, kemudian menyesuaikan dirinya dengan ekspektasi masyarakat dengan cara mengubah gaya penyampaiannya menjadi lebih halus. Kejadian tersebut juga dialami oleh Wina, di mana ia tadinya hanya berkomunikasi secara transaksional atau sebatas *task oriented*, namun kemudian ia menyadari pentingnya menjalin komunikasi interpersonal dan itulah yang kemudian diterapkan Wina hingga saat ini. Sampai saat ini ketika sudah berada di posisi kepemimpinan tertinggi, Vera menjadi orang yang tetap berkomunikasi secara kuat dan vokal dalam substansi namun lembut dalam penyampaian, sedangkan Wina menjadi orang yang menjalankan dua komunikasi yaitu komunikasi *task oriented* dan komunikasi *relation oriented*.

Sedikit berbeda dengan Vera dan Wina, pada narasi Deasy justru gaya komunikasi yang diterapkan sedikit berbeda ketika pada masa awal bekerja dengan masa di kepemimpinan menengah. Pada masa awal bekerja, Deasy sudah

menjadi orang yang dominan berkomunikasi secara *relation oriented* yang suka menjalin hubungan. Hal tersebut didukung pula dengan budaya di perusahaan nya yang juga melakukan hal serupa. Namun ketika berada di kepemimpinan menengah, Deasy terpaksa merubah gaya komunikasinya menjadi lebih fokus ke komunikasi yang *task oriented* karena budaya perusahaannya yang mengharuskan bertindak demikian. Walaupun ketika berada di posisi kepemimpinan tertinggi Deasy kembali lagi ke tipe komunikasinya yang pertama, lagi-lagi karena budaya perusahaan yang juga mendukung untuk melakukan hal tersebut

KESIMPULAN

Dua dari tiga narasumber memiliki gaya komunikasi yang bertentangan dengan standar sosial masyarakat tentang komunikasi perempuan, yang mengatakan bahwa perempuan diharapkan berkomunikasi secara lembut, halus, dan berusaha menjalin hubungan personal dengan orang-orang sekitarnya. Maka dari itu karena mereka bertindak tidak sesuai dengan standar sosial masyarakat dua narasumber tersebut mengalami penolakan dan respon negatif sehingga mereka harus mengubah gaya komunikasinya tersebut dan lebih menyesuaikan dengan ekspektasi yang ada. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa ketika seorang perempuan bertindak

sesuai dengan ekspektasi atau standar dari masyarakat maka mereka akan memiliki kemungkinan lebih besar untuk mendapat penerimaan. Namun ternyata pada akhirnya semua narasumber menerapkan kedua jenis komunikasi yang ada yaitu komunikasi orientasi tugas dan juga orientasi hubungan, karena pada akhirnya kedua jenis komunikasi tersebut dibutuhkan untuk menjadi seorang pemimpin.

Selain untuk menjadi seorang pemimpin, perempuan dituntut untuk mau dan bisa berkompromi dengan budaya perusahaan yang tidak akomodatif dengan kebutuhan perempuan. Dalam hal ini perempuan harus mengalah dan tunduk kepada sistem yang sudah ada dengan cara mengorbankan rasa tidak nyaman yang dirasakan untuk bisa memuaskan harapan dari atasannya di tempat kerja, contohnya dengan tetap bekerja walaupun rasa sakit atau tidak nyaman yang dialami pasca melahirkan.

SARAN

Hasil dari penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu peneliti belum bisa menentukan formula yang tepat mengenai ciri dan karakteristik seperti apa yang menyebabkan perusahaan tertentu dapat bersikap suportif atau tidak suportif terhadap pemimpin perempuan. Walaupun ada kecenderungan perusahaan-perusahaan multinasional yang berasal dari Eropa

cenderung memiliki budaya yang lebih positif dan inklusif terhadap perempuan daripada perusahaan lokal atau multinasional yang berasal dari Asia, namun hal tersebut belum dapat dipastikan secara mutlak. Maka dari itu akan sangat bermanfaat jika penelitian selanjutnya dapat mengkaji faktor-faktor apa saja yang menciptakan budaya yang aman bagi perempuan untuk mengembangkan karirnya.

Selain itu, penelitian ini juga masih terbatas kepada kisah narasumber yang terjadi hanya pada setting di perusahaan tempatnya bekerja, tanpa mengkaji bagaimana latar belakang para narasumber tersebut dibesarkan dan dilahirkan karena tentu hal tersebut akan dapat memberikan gambaran yang lebih kaya tentang bagaimana para pemimpin ini bisa mencapai ke titik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A.H. Eagly, W. W. A. D. (2012). Social Role Theory of Sex Differences and Similarities : A Current Appraisal. *The Developmental Social Psychology of Gender*, 137–188. <https://doi.org/10.4324/9781410605245-12>
- Abele, A. E., & Bruckmuller, S. (2013). *Social Cognition and Communication - Google Buku* (P. F. Joseph, V.

- Orsolya, & L. János (eds.)).
Psychology Press.
- Bleiker, J., Morgan-Trimmer, S., Knapp, K., & Hopkins, S. (2019). Navigating the maze: Qualitative research methodologies and their philosophical foundations. *Radiography*, 25, S4–S8. <https://doi.org/10.1016/J.RADI.2019.06.008>
- Carli, L.L. (2006), “Gender and social influence”, *Journal of Social Issues*, Vol. 57 No. 4, pp. 725-741.
- Catalyst. (2021). Women in the Workforce: Global (Quick Take). <https://www.catalyst.org/research/women-in-the-workforce-global/>
- Eagly, A. H. (1997). Sex differences in social behavior: comparing social role theory and evolutionary psychology. *The American Psychologist*, 52(12), 1380–1383. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.12.1380.B>
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002a). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 3, 573–598.
- Ellemers, N., Rink, F., Derks, B., & Ryan, M. K. (2012). Women in high places: When and why promoting women into top positions can harm them individually or as a group (and how to prevent this). *Research in Organizational Behavior*, 32, 163–187. <https://doi.org/10.1016/J.RIOB.2012.10.003>
- Gillespie, M. (2005). Television drama and audience ethnography in Gillespie, M. *Media Audience, Maidenhead: Open University Press*.
- Kanter, R. M. (1993). *Men and Women of the Corporation Revisited - ProQuest*. Sagepub. <https://proquest.proxy.undip.ac.id/docview/206686132/E30DEDA31CEC4649PQ/2?accountid=49069>
- Keohane, N. O. (2020). Women, power & leadership. *Daedalus*, 149(1). https://doi.org/10.1162/DAED_a_01785
- Kitto, S. C., Chesters, J., & Grbich, C. (2008). Quality in qualitative research Criteria for authors and assessors in the submission and assessment of qualitative research articles for the Medical Journal of Australia. *REVIEWS The Medical Journal of Australia*, 188, 243–246. www.mja.com.au
- Newcomb, H. (2004). *Narrative and Genre*.
- Rudman, L. A., & Glick, P. (2001).

- Prescriptive Gender Stereotips and Backlash Toward Agentic Women. *Journal of Social Issues*, 57(4), 743–762. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00239>
- Ryan, M. K., & Haslam, S. A. (2005). The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions. *British Journal of Management*, 16(2), 81–90. <https://doi.org/10.1111/J.1467-8551.2005.00433.X>
- Schlamp, S., Gerpott, F. H., & Voelpel, S. C. (2020). Same talk, different reaction? Communication, emergent leadership and gender. *Journal of Managerial Psychology*, 36(1), 51–74. <https://doi.org/10.1108/JMP-01-2019-0062>
- Schlamp, S., Gerpott, F. H., & Voelpel, S. C. (2021). Same talk, different reaction? Communication, emergent leadership and gender. *Journal of Managerial Psychology*, 36(1), 51–74. <https://doi.org/10.1108/JMP-01-2019-0062>
- Sczesny, S. (2003). A Closer Look Beneath the Surface: Various Facets of the Think-Manager–Think-Male Stereotyp. *Sex Roles* 2003 49:7, 49(7), 353–363. <https://doi.org/10.1023/A:1025112204526>
- Todorov, T., & Weinstein, A. (1969). *Structural Analysis of Narrative Author (s): Tzvetan Todorov and Arnold Weinstein Source : NOVEL : A Forum on Fiction , Autumn , 1969 , Vol . 3 , No . 1 (Autumn , 1969) , pp . Stable URL : https://www.jstor.org/stable/1345003. 3(1), 70–76.*
- Vinkenburg, C. J., van Engen, M. L., Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2011). An exploration of stereotypical beliefs about leadership styles: Is transformational leadership a route to women’s promotion? *The Leadership Quarterly*, 22(1), 10–21. <https://doi.org/10.1016/J.LEAQUA.2010.12.003>
- Wood, W., & Eagly, A. H. (2002). A cross-cultural analysis of the behavior of women and men: Implications for the origins of sex differences. *Psychological Bulletin*, 128(5), 699–727. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.128.5.699>