

GAYA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN PEREMPUAN DALAM PERUSAHAAN MEDIA

WOMEN'S LEADERSHIP COMMUNICATION STYLE IN MEDIA COMPANIES

Oktavia Permatasari^{1*}, Ulfa Alfiana²
^{1,2}Universitas Paramadina

*Korespondensi: oktavia.permatasari@students.paramadina.ac.id

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 29-11-2025)
(Ditelaah oleh Dewan Redaksi: 13-01-2026)
(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: 08-04-2026)

ABSTRACT

This study examines the communication styles of female leaders in a local print media company, the Metropolitan Daily, in Bogor, which is transforming along with current digital developments. Leadership is a fundamental element in organizations, and effective communication is key to success, especially for female leaders. This study examines the leadership communication style of the Metropolitan Daily Production Manager, Februla Sindisari. This study uses a descriptive qualitative method with a case study approach. The purpose of the study is to identify the communication styles of female leaders in the media company and the interpersonal interactions between female leaders and employees. The main theories used are leadership communication theory and gender communication theory. The results show that Sindisari's communication style tends to be equalitarian, flexible, situational, and familial, prioritizing discussion and deliberation in decision-making. The communication flow is vertical (top-down and bottom-up) and horizontal, often utilizing informal channels to absorb staff aspirations. Sindisari's leadership style is transformational and participatory, encouraging collaboration, empathy, and objectivity in problem-solving. Subordinate perceptions indicate clear communication and openness to input. Female leaders in the media industry have the potential to be agents of change in facing the challenges of the digital era.

Keywords: Organizational communication; Organizational culture; Women's leadership style.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas gaya komunikasi kepemimpinan perempuan dalam perusahaan media cetak lokal Bogor yakni Harian Metropolitan yang bertransformasi seiring perkembangan digital saat ini. Kepemimpinan merupakan elemen fundamental dalam organisasi, dan komunikasi yang efektif menjadi kunci keberhasilan, terutama bagi pemimpin perempuan. Studi ini meneliti gaya komunikasi kepemimpinan dari Manajer Produksi Harian Metropolitan, Februla Sindisari. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi gaya komunikasi kepemimpinan perempuan di perusahaan media serta interaksi interpersonal antara pemimpin perempuan dan karyawan. Teori utama yang digunakan adalah teori komunikasi kepemimpinan dan teori komunikasi gender. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Sindi cenderung equalitarian, fleksibel, situasional, dan kekeluargaan, mengedepankan diskusi dan musyawarah dalam pengambilan keputusan. Aliran komunikasi bersifat vertikal (*top-down* dan *bottom-up*) serta horizontal sering memanfaatkan saluran informal untuk menyerap aspirasi staf. Gaya kepemimpinan Sindi bersifat transformasional dan partisipatif, mendorong kolaborasi, empati, dan objektivitas dalam

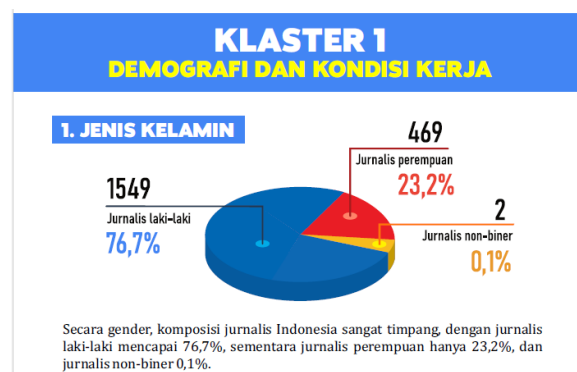
memecahkan masalah. Persepsi bawahan menunjukkan komunikasi yang jelas dan terbuka terhadap masukan. Pemimpin perempuan di industri media memiliki potensi sebagai agen perubahan dalam menghadapi tantangan era digital.

Keywords: Budaya organisasi; Gaya komunikasi; Kepemimpinan perempuan.

Oktavia Permatasari, Ulfa Alfiana. 2025. Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan dalam Perusahaan Media.

PENDAHULUAN

Industri media di Indonesia saat ini telah mengalami perubahan akibat adanya disrupsi media. Fenomena ini memaksa media tradisional melakukan transformasi dari cetak ke digital. Perkembangan teknologi digital tersebut berdampak besar pada industri media sehingga memunculkan media online yang akan menggeser media konvensional. Guna menghadapi transformasi besar tersebut, sejumlah media mulai berupaya menyesuaikan diri dengan beralih ke platform digital atau tetap merilis edisi cetak sembari menghadirkan versi digitalnya (Marhamah, 2021). Data dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI) 2025 dalam buku Potret Jurnalis Indonesia menunjukkan realitas yang kontras: dunia media masih sangat maskulin dengan komposisi jurnalis laki-laki mencapai **76,7%**, sementara perempuan hanya **23,2%** (Masduki et al., 2025). Jurnalis dan pekerja pers bukanlah pekerjaan yang diperuntukkan hanya untuk kaum laki-laki. Semua orang, baik berjenis kelamin laki-laki atau perempuan dengan latar pendidikan yang berbeda, bisa menjadi jurnalis dan bahkan menjadi pimpinan redaksi. Meski peluang untuk menjadi jurnalis hingga pimpinan redaksi terbuka lebar, kenyataan menunjukkan bahwa perempuan masih menjadi kelompok minoritas di lingkungan redaksi, baik dalam skala nasional maupun internasional. Penelitian yang dilakukan oleh (O'Brien, 2017) terdapat sedikit perempuan yang memiliki posisi pengambilan keputusan dalam industri media.



Sumber: Aliansi Jurnalis Independen. 2025. Potret Jurnalis Indonesia 2025. Jakarta: AJI Indonesia

Gambar 1. Demografi dan Kondisi Kerja Jurnalis Indonesia (Masduki et al., 2025)

Saat ini kehadiran perempuan di industri media telah dianggap biasa. Namun sedikit dari mereka yang menduduki posisi strategis dan manajerial di ruang redaksi karena masih banyak didominasi oleh laki-laki. Mengutip dari hasil penelitian yang dilakukan Forum Jurnalis Perempuan Indonesia (FJPI) di tahun 2019, menyoroti masih minimnya jumlah perempuan yang memegang kendali di industri media. Dari survei yang dilakukan terhadap 105 jurnalis perempuan di delapan wilayah provinsi (termasuk Sumatera, Jawa, hingga Papua), ditemukan bahwa mayoritas responden belum menyentuh level pimpinan. Secara statistik, hanya sekitar 35% atau 37 jurnalis yang telah menduduki jabatan di tingkat manajemen, yang mengindikasikan adanya tantangan bagi jurnalis perempuan untuk menembus hierarki atas dalam ekosistem media nasional. (Furqonita dkk, 2024).

Tidak hanya itu penelitian (Stellarosa & Silaban, 2020) mengungkapkan bahwa sektor media masih didominasi oleh laki-laki. Hal ini terlihat dari rendahnya representasi perempuan

yang berhasil menduduki posisi manajemen puncak di industri tersebut.

Jumlah jurnalis perempuan yang minim ini berdampak pada proses produksi berita yang bias gender. Dominasi di level manajemen turut berdampak pada kebijakan media yang sering kali kurang berpihak pada perempuan. Hal ini terlihat dari adanya kesenjangan upah dengan jurnalis laki-laki, serta minimnya fasilitas pendukung seperti ruang laktasi, tempat penitipan anak, dan ketidakpastian hak cuti haid bagi karyawan (Furqonita et al., 2024)

Di Indonesia, semangat kesetaraan gender telah diakomodasi melalui berbagai instrumen hukum, termasuk Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, dan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1984 tentang Ratifikasi Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi Terhadap Perempuan. Regulasi ini secara eksplisit menegaskan hak perempuan untuk berpartisipasi penuh dalam kehidupan politik, ekonomi, sosial, dan budaya, termasuk hak untuk menduduki posisi kepemimpinan.

Kepemimpinan merupakan elemen fundamental dalam setiap organisasi yang menentukan arah, kualitas, dan keberhasilan pencapaian tujuan bersama. Efektivitas seorang pemimpin tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis, tetapi juga kepiawaiannya dalam memengaruhi, mengarahkan, dan memotivasi para anggota organisasi. Keberhasilan suatu organisasi dalam meraih prestasi tertinggi sangat bergantung pada kemampuan pemimpin dalam mengelola aspek psikologis karyawan, seperti motivasi, kegairahan kerja, serta kenyamanan di lingkungan operasional. Pemimpin berfungsi sebagai katalisator yang membantu sinkronisasi antara tujuan pribadi anggota dengan visi besar organisasi. Sebagai pribadi yang dibekali dengan kapabilitas dan keahlian di atas rata-rata, pemimpin memanfaatkan otoritas dan pengaruhnya untuk mengarahkan perilaku orang lain. Proses ini bertujuan

untuk menyatukan langkah dalam serangkaian aktivitas terencana guna memastikan visi dan misi organisasi dapat terwujud dengan efektif. (Fitriani, 2015).

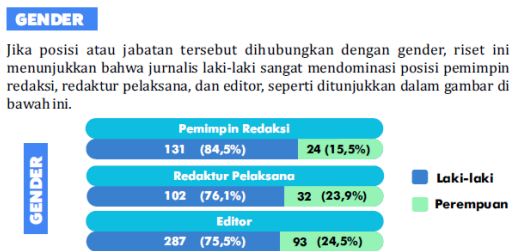
Aspek komunikasi memainkan peran besar dalam mengelola organisasi. Iklim komunikasi yang terbangun dalam suatu organisasi menentukan bagaimana para anggotanya dapat termotivasi dan produktif memberikan kontribusi positifnya kepada keberhasilan tujuan organisasi. Perbedaan masing-masing individu yang ada di dalam organisasi tidak lagi menjadi persoalan bila mereka mampu mengelola komunikasi bersama, mengurangi ketidakpastian dengan memastikan komunikasi yang baik agar berada pada satu frekuensi kerja mencapai tujuan bersama. (Purbaningrum et al., 2023).

Keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi sering kali berakar pada kualitas komunikasi internal maupun eksternalnya. Dalam ekosistem kerja, setiap interaksi, proses kerja, dan pola perilaku SDM merupakan refleksi dari bagaimana komunikasi dikelola. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan sekadar sarana pertukaran pesan, melainkan instrumen strategis yang mengintegrasikan seluruh sumber daya manusia untuk bergerak selaras dengan visi organisasi, sehingga maju mundurnya organisasi sangat ditentukan oleh kelancaran arus informasi ini. (Irawan et al., 2023).

Setiap individu dibekali dengan karakter dan ciri khas yang unik, termasuk dalam cara mereka berinteraksi. Sama halnya dengan dengan berkomunikasi, setiap diri pada manusia memiliki gaya komunikasi yang sifatnya personal. Hal ini penting agar apa yang disampaikan bisa dipahami oleh orang lain. Gaya komunikasi yang bersifat personal ini sangat krusial guna memastikan pesan tersampaikan secara efektif. Dalam ranah politik, aspek ini menjadi semakin vital karena setiap pemimpin membawa gaya kepemimpinan dan komunikasi yang berbeda satu sama lain (Nur Ratih Devi Affandi et al., 2022).

Pemimpin perempuan di industri media juga menghadapi tantangan khusus dalam mengelola komunikasi organisasi, terutama ketika harus memimpin tim yang mayoritas terdiri dari laki-laki. Mereka harus mampu membangun kredibilitas dan otoritas melalui komunikasi yang asertif namun tidak kehilangan karakteristik feminin yang menjadi kekuatan mereka.

Ketegasan menjadi elemen kunci dalam kepemimpinan; hal ini berfungsi untuk memberikan kepastian kepada bawahan bahwa tindakan yang dilakukan selaras dengan kebenaran dan tujuan organisasi (Kusuma et al., 2016).



Sumber: Aliansi Jurnalis Independen. 2025. Potret Jurnalis Indonesia 2025. Jakarta: AJI Indonesia

Gambar 1. Posisi pemimpin redaksi, redaktur pelaksana, dan editor berdasarkan gender (Masduki et al., 2025)

Industri media merupakan sektor yang menarik untuk mengkaji kepemimpinan perempuan. Industri ini dikenal sangat dinamis, kompetitif, dan menuntut mobilitas serta adaptasi yang cepat terhadap perubahan teknologi. Transformasi digital telah mengubah lanskap media secara fundamental, dari model bisnis hingga cara produksi dan distribusi konten. Dalam konteks ini, kepemimpinan yang adaptif dan visioner sangat dibutuhkan untuk menavigasi kompleksitas tersebut. Stereotip bahwa profesi jurnalis dan pemimpin media lebih cocok untuk laki-laki karena tuntutan kerja yang tinggi, jam kerja tidak teratur, dan mobilitas yang tinggi di lapangan, masih kerap dijumpai.

Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana pemimpin perempuan dapat menembus batasan ini dan bagaimana gaya komunikasi mereka mempengaruhi keberhasilan transformasi organisasi di tengah perubahan yang masif.

Penelitian dari (Adolph, 2016) menunjukkan bahwa realitas kepemimpinan perempuan diwarnai oleh tantangan peran gender, termasuk kesulitan menyeimbangkan pekerjaan dengan urusan rumah tangga serta adanya keraguan publik atas kompetensi mereka. Kondisi ini diperparah oleh konstruksi sosial yang cenderung melekatkan atribut kepemimpinan pada karakteristik maskulin, seperti aspek rasionalitas, ketegasan, dan otoritas. Harian Metropolitan merupakan salah satu media lokal di Kota Bogor yang menghadapi transformasi perubahan media cetak ke media digital. Di tengah transisi tersebut, kepemimpinan Sindi selaku Manager Produksi atau Pemimpin Redaksi menarik untuk dikaji.

Penelitian ini memperkaya kajian komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks kepemimpinan perempuan di industri media lokal yang sedang mengalami disrupsi digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana gaya komunikasi kepemimpinan Febriula Sindisari sebagai Manajer Produksi Harian Metropolitan dalam memimpin timnya di tengah transformasi digital?, 2) Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan Febriula Sindisari dalam proses pengambilan keputusan di Harian Metropolitan?, 3) Bagaimana efektivitas komunikasi antara Febriula Sindisari dan bawahannya menurut persepsi?, 4) Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi kepemimpinan perempuan yang dialami Febriula Sindisari di Harian Metropolitan?

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut: 1) Untuk mengidentifikasi dan

mendeskrripsikan gaya komunikasi kepemimpinan Febriula Sindisari sebagai Manajer Produksi Harian Metropolitan dalam memimpin timnya di tengah transformasi digital, 2) Untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan Febriula Sindisari dalam proses pengambilan keputusan di Harian Metropolitan, 3) Untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi antara Febriula Sindisari dan bawahannya berdasarkan persepsi bawahan, 4) Untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi kepemimpinan perempuan yang dialami Febriula Sindisari di Harian Metropolitan.

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Febriula Sindisari dan bawahannya, observasi non partisipan, dan analisis dokumen internal Harian Metropolitan.

MATERI DAN METODE

Penelitian yang berjudul Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan dalam Perusahaan Media Studi Kasus pada Harian Metropolitan menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif berfokus pada upaya menjaga keaslian bentuk serta substansi perilaku manusia guna mengkaji kualitasnya, tanpa harus mengonversi data tersebut ke dalam variabel-variabel kuantitatif. (Mulyana, 2003).

Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu studi kasus. Studi kasus merupakan penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2021). Menurut (Yin, 2021) pendekatan studi kasus dipandang sebagai desain penelitian yang sangat relevan ketika pertanyaan inti penelitian berfokus pada eksplanasi mengenai bagaimana (*how*) dan mengapa (*why*) suatu fenomena terjadi. Strategi ini menjadi pilihan utama apabila peneliti dihadapkan pada keterbatasan kendali

terhadap peristiwa-peristiwa yang sedang diamati. Selain itu, kekuatan utama metode ini terletak pada kapasitasnya untuk mengeksplorasi fenomena kontemporer secara mendalam serta kemampuannya dalam menelusuri jejak peristiwa yang sedang berlangsung dalam konteks kehidupan nyata. (Nur'aini, 2020).

Penelitian ini dilaksanakan di kantor Harian Metropolitan, sebuah perusahaan media yang berlokasi di Kota Bogor. Waktu pelaksanaan penelitian adalah tahun 2025 sesuai dengan periode penyusunan karya ilmiah ini.

Informan utama dalam penelitian ini adalah Febriula Sindisari, Manajer Produksi Harian Metropolitan, yang dipilih karena posisinya sebagai pemimpin perempuan yang menjadi fokus utama studi. Selain itu, beberapa bawahan langsung Febriula Sindisari juga menjadi informan pendukung, dipilih berdasarkan relevansi mereka dalam memberikan informasi tentang komunikasi dan kepemimpinan Sindi dari perspektif staf.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interviews*): Dilakukan secara semi-terstruktur dengan Febriula Sindisari dan bawahan terpilih untuk menggali pengalaman, dan persepsi mereka mengenai gaya komunikasi, pengambilan keputusan, serta efektivitas kepemimpinan.
2. Observasi Non-Partisipan: Peneliti mengamati langsung interaksi komunikasi dan perilaku kepemimpinan di lingkungan kerja Harian Metropolitan, termasuk dinamika rapat dan komunikasi sehari-hari, tanpa terlibat langsung dalam aktivitas.
3. Analisis Dokumen: Melibatkan penelaahan dokumen internal relevan seperti struktur organisasi dan kebijakan komunikasi, guna memperoleh konteks tambahan dan triangulasi data.

Prosedur analisis data dilakukan melalui tahapan yang umum dalam penelitian kualitatif, yaitu:

1. Reduksi Data: Mengidentifikasi, memilih, dan menyederhanakan data mentah dari transkrip wawancara dan catatan observasi, dengan memfokuskan pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. Penyajian Data: Mengorganisir data yang telah direduksi dalam bentuk narasi, deskripsi, atau kategori tematik untuk memudahkan pemahaman pola dan hubungan.
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi: Menarik kesimpulan berdasarkan pola dan tema yang muncul dari data. Kemudian memverifikasi keabsahan temuan melalui triangulasi (penggunaan berbagai sumber dan metode data) untuk memastikan reliabilitas dan validitas penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Harian Metropolitan dan Konteks Transformasi Digital

Harian Metropolitan merupakan salah satu perusahaan media lokal Bogor yang telah lama berkecimpung dalam industri jurnalistik Indonesia. Sebagaimana banyak media cetak lainnya, Harian Metropolitan kini dihadapkan pada gelombang disrupsi digital yang masif. Era digital telah mengubah lanskap konsumsi berita secara fundamental, dari model cetak tradisional menuju platform daring. Penurunan tiras koran cetak, pergeseran minat pembaca ke media daring, serta munculnya berbagai platform berita digital dan media sosial, telah memaksa Harian Metropolitan untuk melakukan transformasi digital secara agresif (www.harianmetropolitan.id).

Transformasi ini bukan sekadar migrasi konten dari kertas ke layar, melainkan restrukturisasi menyeluruh yang mencakup model bisnis, proses produksi konten, strategi distribusi, serta perubahan budaya organisasi. Akselerasi teknologi

digital yang diiringi oleh ekspansi jaringan internet secara masif telah menciptakan transformasi signifikan dalam pola interaksi masyarakat global. Fenomena ini memberikan aksesibilitas yang nyaris tanpa batas bagi khalayak luas, sehingga memungkinkan setiap individu untuk mendistribusikan serta membagi informasi secara instan, efisien, dan melampaui sekat-sekat geografis yang sebelumnya menjadi penghambat komunikasi konvensional.

Perusahaan media tentunya dituntut untuk tidak hanya hadir secara daring, tetapi juga membangun ekosistem digital yang kuat, mampu menarik dan mempertahankan audiens digital, serta mencari sumber pendapatan baru melalui iklan digital, langganan daring, atau model monetisasi lainnya. Proses adaptasi ini penuh dengan tantangan, mulai dari investasi teknologi yang besar, pengembangan sumber daya manusia dengan keterampilan digital, hingga mengatasi resistensi terhadap perubahan dari internal organisasi yang telah lama nyaman dengan rutinitas media cetak.

Dalam konteks ini, peran kepemimpinan menjadi sangat vital, terutama kepemimpinan yang adaptif, visioner, dan mampu mengkomunikasikan arah perubahan dengan jelas kepada seluruh anggota organisasi.

Profil Febriula Sindisari (Sindi)

Febriula Sindisari, yang akrab disapa Sindi, menjabat sebagai Manajer Produksi di Harian Metropolitan. Posisinya sangat strategis karena ia berada di jantung operasional produksi konten, baik untuk platform cetak maupun digital. Sebagai Manajer Produksi, Sindi bertanggung jawab memastikan bahwa seluruh proses dari perencanaan, produksi, hingga finalisasi konten berjalan lancar dan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

Di era transformasi digital, tanggung jawabnya meluas ke manajemen konten untuk situs web Harian Metropolitan, akun media sosial, serta adaptasi format berita

agar sesuai dengan preferensi audiens digital.

Sindi selaku manager produksi harus mengkoordinasikan tim redaksi, desain grafis, hingga tim IT untuk memastikan sinergi antara berbagai divisi dalam menghasilkan produk media yang relevan dan menarik. Peran ganda Sindi sebagai manajer di media cetak dan digital menempatkannya sebagai salah satu pemimpin kunci dalam upaya Harian Metropolitan beradaptasi dengan perubahan.

Ia harus mampu memimpin tim yang mungkin memiliki pola pikir berbeda antara yang terbiasa dengan ritme cetak dan yang berorientasi digital, serta mengatasi tantangan teknis dan kreatif yang muncul dari konvergensi dua platform ini. Gaya komunikasi kepemimpinannya diteliti karena relevan untuk memahami bagaimana seorang perempuan memimpin di tengah tekanan transformasi dalam industri yang didominasi oleh laki-laki dan menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi.

Aliran Komunikasi Organisasi

Keberlangsungan dan keberhasilan sebuah organisasi dalam merealisasikan visi serta target strategis yang telah ditetapkan sangat bergantung pada mekanisme aliran informasi yang berjalan di dalamnya. Aliran informasi yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi organisasi serta menciptakan hubungan kerja yang baik antar anggota organisasi.

Pada Harian Metropolitan, aliran Komunikasi dilakukan secara vertikal yaitu komunikasi *top-down* (komunikasi ke bawah) atau *bottom-up* (komunikasi ke atas). Komunikasi *upward* atau *bottom-up* dilakukan oleh Sindi untuk berkomunikasi dengan level Direksi. Sedangkan komunikasi *downward* atau *top-down*, dilakukan Sindi dalam membangun komunikasi dengan para staf.

Aliran komunikasi di Harian Metropolitan bersifat vertikal dan horizontal.

Vertikal ke bawah atau komunikasi ke bawah. Komunikasi ini menunjukkan arah komunikasi dari para atasan atau pimpinan kepada bawahannya. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum (Mahmud & Swarnawati, 2020). Sindi bertanggung jawab langsung kepada direktur. Ia mengkoordinir empat platform (cetak, online, dan empat akun media sosial: Instagram, Facebook, TikTok, YouTube). Ia memberikan garis besar dan tujuan utama, kemudian mendelegasikannya kepada para penanggung jawab di bawahnya, seperti pemimpin redaksi (pimred).

Vertikal ke Atas. Sindi menyerap keinginan dan masukan dari teman-teman di bawahnya untuk disampaikan kepada atasan atau manajemen.

Komunikasi horizontal Sindi berkoordinasi dengan pimred yang memiliki Tingkat level yang sama. Selain itu, juga koordinasi dengan departemen lain dalam rapat manajemen mingguan, seperti keuangan, pemasaran, dan iklan.

Melalui Saluran Informal, Sindi sering melakukan komunikasi secara informal, seperti ngopi bareng di luar kantor, untuk menyelipkan keinginan kantor dan juga menyerap aspirasi staf. Ia juga sering menjadi jembatan bagi staf yang ingin menyampaikan keluhan atau masalah terkait tunjangan kepada manajer keuangan karena di Harian Metro belum ada HRD khusus.

Gaya Komunikasi Kepemimpinan Febriula Sindisari

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Damayanti (2018) dalam melakukan komunikasi, pemimpin memiliki ciri khas masing-masing dalam memimpin organisasinya. Ada enam gaya komunikasi yang dilakukan oleh seorang pimpinan yaitu gaya komunikasi *The Controlling Style*, *The Equalitarian Style*, *The Structuring Style*, *The Dynamic Style*, *The Relinquishing Style*, dan *The Withdrawal Style*.

Hasil wawancara dengan Febriula Sindisari selaku Manager Produksi Harian Metropolitan mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan dalam organisasi bersifat terbuka di mana setiap anggota organisasi diberikan ruang untuk dapat mengungkapkan gagasan atau pendapat dalam suasana yang santai dan informal.

Kemampuan komunikasi tersebut pun perlu dikombinasikan dengan gaya kepemimpinan yang efektif sehingga dapat menciptakan suasana berorganisasi yang dapat memotivasi para pegawainya untuk memberikan kinerja terbaiknya (Mahmudah, 2015).

"Karena kan gini ya, di Metropolitan itu mungkin belum seprofesional media mainstream lainnya gitu ya, pada saat pendiriannya. Jadi memang di Metro itu kami belum ada HRD yang secara khusus menangani soal SDM. Sehingga memang masing-masing dari kita itu berlapis-lapis begitulah kerjanya. Jadi yang ngurusin soal produksi, yang ngurusin hal-hal yang berkaitan dengan, bukan kesejahteraan teman-teman ya, hal-hal yang berkaitan dengan kemaslahatan teman-teman mau nggak mau harus menampung gitu Mbak, untuk disampaikan ke atasan atau ke teman yang satu rekan. Seperti saya di produksi ya ketika ada masalah di bagian masalah tunjangan, seperti itu biasanya mereka lebih nyaman bicaranya kepada saya untuk masalah-masalah itu. Nanti saya yang akan meneruskan ke bagian manajer keuangannya gitu," tutur Sindi.

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

Tidak hanya itu, Sindi menunjukkan gaya komunikasi yang cenderung fleksibel, situasional, dan kekeluargaan. Dirinya tidak menggunakan gaya yang otoriter atau membentak. Sindi mengutamakan pendekatan diskusi dan musyawarah dalam mengambil keputusan meskipun sebagai atasan, ia tetap menghormati rekan kerja yang lebih tua dan senior serta menyesuaikan cara bicaranya. Ia juga *blak-blakan* dalam menyampaikan hal baik maupun buruk.

Teori Komunikasi Gender dalam Konteks Kepemimpinan

Teori komunikasi gender mengeksplorasi secara mendalam mengenai bagaimana identitas jenis kelamin memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk tipologi komunikasi individu. Perspektif ini menegaskan bahwa cara seseorang berinteraksi tidaklah terbentuk secara tunggal melalui determinasi biologis, melainkan merupakan hasil akumulasi dari konstruksi sosial yang kompleks, internalisasi nilai-nilai budaya yang hegemonik, serta keragaman pengalaman hidup yang secara spesifik dipengaruhi oleh peran gender. Dalam perspektif komunikasi kontemporer, gender dipahami sebagai identitas sosial yang membentuk cara seseorang berinteraksi, berbicara, serta dipersepsikan dalam lingkungan sosial, termasuk dalam konteks kepemimpinan organisasi (Tannen, 1990).

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam kajian ini adalah *Genderlect Styles Theory* oleh Deborah Tannen (1990). Tannen membedakan dua gaya komunikasi utama yang diasosiasikan dengan gender: *report talk* dan *rapport talk*. Dalam studinya, ditemukan bahwa laki-laki memiliki kecenderungan dominan untuk

menerapkan *report talk*, sebuah manifestasi komunikasi yang menitikberatkan pada transmisi informasi faktual, pengambilan kontrol, serta pemenuhan target tertentu. Pola ini secara intrinsik merefleksikan adanya orientasi yang kuat terhadap struktur hierarki, pencapaian status sosial, dan penegasan independensi diri dalam suatu kelompok. Sebaliknya, kaum perempuan lebih lazim mengadopsi *rapport talk* sebagai instrumen utama dalam berinteraksi.

Hal ini terlihat dari gaya komunikasi yang dilakukan Sindi yang mengutamakan hubungan interpersonal, dengan mengedepankan nilai-nilai empati dan kehangatan personal, ia berhasil mengonstruksi jaringan sosial yang solid di lingkungan organisasi. Penekanan utamanya terletak pada semangat kooperatif dan kepedulian emosional, yang secara langsung berkontribusi pada terciptanya iklim kerja yang harmonis dan minim konflik bagi seluruh anggota tim.

Komunikasi dan gaya kepemimpinan merupakan cara kombinasi antara bahasa dan tindakan yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan sehingga korelasi komunikasi dengan gaya kepemimpinan adalah sebagai bahasa dan tindakan komunikasi yang dilakukan seorang pemimpin kepada bawahan dalam organisasi tertentu.

Pemimpin suatu organisasi akan memiliki gaya yang berbeda dengan pemimpin organisasi lainnya sehingga masing-masing pemimpin harus menentukan gaya kepemimpinan (Nur Ratih Devi Affandi et al., 2022).

Gaya Kepemimpinan

Bernard Bass dan Bruce Avolio (1994) mengembangkan teori kepemimpinan transformasi yang menekankan pada kemampuan pemimpin untuk mengubah dan menginspirasi pengikut melampaui kepentingan pribadi mereka untuk mengakselerasi pencapaian tujuan organisasi yang lebih besar. Pemimpin

transformasional menciptakan perubahan fundamental dalam nilai, keyakinan, dan aspirasi pengikut (Roni Harsoyo, 2022).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan Fabiula Sindisari adalah transformasional dan partisipatif. Ia mendorong staf untuk berkolaborasi dan berpartisipasi dalam diskusi dan brainstorming. Ia mencoba untuk memancing ide-ide dari bawahan, terutama di tim online, dan bertanya satu per satu jika mereka pasif.

Sindi juga menunjukkan empati, terutama sebagai perempuan, berusaha untuk memahami sudut pandang karyawannya dan tidak hanya dari sisi perusahaan. Ia berprinsip untuk menjadi objektif dalam melihat masalah dan mengambil keputusan setelah mendengarkan berbagai pihak dan menimbang. Ia juga memotivasi staf dengan menekankan niat baik dalam bekerja dan pentingnya bekerja dengan hati.

Strategi Komunikasi dalam Pengambilan Keputusan

Strategi komunikasi Febriula Sindisari dalam pengambilan keputusan sangat menekankan pada kolaborasi dan pemanfaatan berbagai saluran komunikasi:

- a. Musyawarah dan Kolaborasi. Dalam setiap isu penting, Sindi secara konsisten mengedepankan pendekatan musyawarah. Artinya keputusan tidak datang dari satu orang saja melainkan dari hasil diskusi dan kesepakatan bersama tim. Ia memfasilitasi forum di mana setiap anggota tim dapat menyampaikan pandangan, analisis, dan rekomendasi mereka. Proses ini tidak hanya memastikan bahwa keputusan yang diambil telah mempertimbangkan berbagai aspek dan perspektif, tetapi juga membangun rasa kepemilikan dan tanggung jawab kolektif terhadap hasil keputusan tersebut.

- b. Aliran Komunikasi Vertikal dan Horizontal. Dalam kapasitasnya di Harian Metropolitan, Sindi memegang peranan sentral dalam mengoptimalkan dinamika komunikasi vertikal dan horizontal. Komunikasi vertikal meliputi aliran *top-down* (dari Sindi ke bawahannya, seperti instruksi dan kebijakan) dan *bottom-up* (dari bawahan ke Sindi, seperti laporan, umpan balik, dan ide). Ia sangat terbuka terhadap masukan dari bawahan, bahkan mendorong mereka untuk menyampaikan gagasan dan permasalahan yang dihadapi. Ini menciptakan iklim di mana bawahan merasa dihargai dan suaranya didengar. Selain itu, Sindi juga mendukung komunikasi horizontal, yaitu komunikasi antar sesama rekan kerja di level yang sama. Ia memfasilitasi interaksi antar divisi atau antar anggota tim untuk koordinasi dan pertukaran informasi.
- c. Pemanfaatan Saluran Informal: Salah satu aspek penting dari strategi komunikasi Sindi adalah kemampuannya memanfaatkan saluran komunikasi informal. Meskipun terdapat struktur formal, Sindi seringkali menggunakan percakapan personal, obrolan santai, atau bahkan forum non-resmi untuk menyerap aspirasi, mengetahui kondisi tim, atau menyelesaikan masalah yang mungkin tidak terungkap dalam forum formal.

Efektivitas Komunikasi Menurut Persepsi Bawahan

Sebagai seorang pimpinan, Sindi tentu saja memiliki staf yang berada langsung di bawahnya. Kami mewawancarai dua staf Sindi yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Staf laki-laki diwakili Ryan Muttaqien selaku Redaktur Pelaksana

Metropolitan.id dan staf perempuan diwakili Wilda Wijayanti selaku editor di Metro Bogor. Ryan dan Wilda memiliki persepsi yang umumnya positif terhadap efektivitas komunikasi Sindi selaku Manager Produksi. Di antaranya:

-Penyampaian informasi jelas dan Detail: Ryan menilai informasi yang disampaikan oleh Sindi cukup jelas. Wilda menambahkan bahwa penyampaian informasi detail, komunikatif, baik secara general maupun dalam memberikan ide, dan semua informasi tercatat.

-Terbuka terhadap masukan. Keduanya sepakat bahwa Sindi terbuka dalam mendengarkan masukan, mempertimbangkannya, dan mencari solusi bersama.

-Komunikasi dua arah. Komunikasi berlangsung dua arah serta berdialog secara efektif, terutama untuk perencanaan berita dan evaluasi.

-Solutif dalam menghadapi konflik. Sindi mampu berkomunikasi secara solutif dalam mengatasi masalah kerja, mengutamakan diskusi, dan tidak otoriter terkait sistem kerja.

-Terbuka. Keduanya merasa cukup nyaman menyampaikan pendapat baik di forum *offline* di kantor maupun *online* di *zoom meeting* karena Sindi terbuka terhadap kritik dan saran.

-Membangun budaya kolaboratif dan keterbukaan. Sindi aktif membangun suasana kerja yang terbuka dengan membuka diskusi dan mencoba mencairkan suasana dengan humor.

-Dampak positif kepemimpinan perempuan: Wilda menilai kepemimpinan perempuan memberikan dampak positif karena arahan yang jelas dan detail.

Namun ada beberapa poin yang bisa ditingkatkan menurut bawahan:

-Kehadiran yang lebih terlihat. Wilda berharap Sindi bisa lebih sering

berkomunikasi dengan staf meskipun ada PJ untuk Metro Bogor agar perannya lebih terlihat dan tidak hanya muncul saat ada masalah.

-Kepekaan terhadap kondisi staf. Wilda berharap Sindi bisa lebih peka dalam menanyakan kondisi atau kabar staf, terutama dalam mengejar capaian target bulanan editor.

-Ketersediaan di jam tertentu. Wilda menyebutkan bahwa Sindi sulit dihubungi pada jam-jam tertentu, seperti saat *shift* pagi.

Persepsi bawahan menjadi indikator krusial dalam menilai efektivitas komunikasi seorang pemimpin. Dari hasil wawancara dengan bawahan Sindi, ditemukan beberapa poin penting mengenai efektivitas komunikasinya:

- a. Kejelasan dan keterbukaan: Bawahan Febriula Sindisari umumnya menilai komunikasinya sangat jelas dan terbuka. Mereka merasa bahwa arahan dan ekspektasi yang diberikan Sindi mudah dipahami, sehingga tidak menimbulkan ambiguitas dalam pelaksanaan tugas. Keterbukaan Sindi dalam berbagi informasi, termasuk tantangan yang dihadapi organisasi, membuat bawahan merasa lebih terinformasi dan menjadi bagian dari solusi.
- b. Dua arah dan responsif: Komunikasi Sindi tidak hanya satu arah, tetapi merupakan proses dua arah yang aktif. Bawahan merasa bahwa Sindi tidak hanya memberikan instruksi, tetapi juga bersedia mendengarkan umpan balik, saran, dan kritik dari mereka. Hal ini menciptakan lingkungan di mana bawahan merasa dihargai dan diberdayakan untuk berkontribusi.
- c. Memberdayakan dan memotivasi: Secara keseluruhan, komunikasi Sindi dipersepsikan memiliki dampak positif dalam

memberdayakan dan memotivasi bawahan. Dengan memberikan kejelasan, keterbukaan, dan ruang partisipasi, Sindi mendorong inisiatif dan tanggung jawab.

Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi

a. Faktor Pendukung:

1. Karakteristik personal Sindi: Sifatnya yang adaptif, terbuka dan empati, merupakan modal utama dalam membangun komunikasi yang efektif. Kemampuannya untuk menyeimbangkan ketegasan dengan kehangatan menciptakan iklim yang nyaman bagi bawahan.
2. Budaya organisasi yang ditanamkan: Sindi secara aktif mendorong budaya organisasi yang mengutamakan keterbukaan, kolaborasi, dan saling percaya.
3. Urgensi transformasi digital: Tekanan untuk beradaptasi dengan era digital secara tidak langsung menjadi pendorong komunikasi yang lebih intens dan efektif.

b. Faktor Penghambat:

1. Tuntutan waktu dan beban kerja: Industri media yang bergerak cepat seringkali dihadapkan pada tuntutan waktu yang ketat dan beban kerja yang tinggi.
2. Informasi berlebih di era digital: Meskipun digitalisasi mempermudah komunikasi, volume informasi yang sangat besar juga dapat menyebabkan kelebihan informasi yang bisa membuat pesan penting tenggelam atau terdistorsi.
3. Delegasi dan keterbatasan visibilitas Pemimpin: Sindi terkadang menyerahkan komunikasi kepada PJ (Penanggung Jawab) untuk area tertentu seperti Metro Bogor sehingga perannya kurang terlihat

kecuali saat ada masalah. Ini menjadi hambatan karena bawahan merasa kurang terhubung langsung dengan Sindi secara rutin. Padahal harapan mereka adalah pemimpin tetap peka terhadap kondisi staf di luar masalah.

Faktor Kontekstual (Budaya Organisasi, Jenis Industri, Demografi) Memengaruhi Kekhasan Komunikasi Kepemimpinan Perempuan

Budaya Organisasi Kekeluargaan: Budaya kekeluargaan di Metro Metropolitan sangat memengaruhi gaya komunikasi Sindi. Ia merintis karir di sana sejak awal dan memiliki hubungan dekat dengan para petinggi dan rekan kerja. Ini memungkinkan gaya komunikasi yang lebih informal, santai, dan penuh empati.

Jenis Industri (Jurnalistik atau Media): Industri media menuntut kecepatan dan adaptasi yang tinggi. Ini terlihat dari penggunaan *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi utama untuk mempercepat alur kerja dan tuntutan untuk selalu *standby* dengan telepon. Sindi juga menekankan pentingnya konten yang humanis dan menggugah empati sejalan dengan fungsi sosial media.

Demografi (Mayoritas Laki-laki): Sindi mengakui adanya perbedaan dalam berkomunikasi dengan laki-laki dan perempuan. Ia merasa lebih mudah menegur laki-laki karena mereka cenderung tidak "baper". Sebaliknya, ia harus lebih hati-hati dalam memilih kata saat menegur perempuan, terutama yang lebih senior.

Sebagai seorang perempuan di posisi manajerial dengan bawahan mayoritas laki-laki, ia juga merasa lebih sering menjadi tempat curhat terkait hal-hal di luar tupoksi, seperti masalah kesejahteraan, karena dianggap lebih memiliki empati. Hal ini kontras dengan pemimpin laki-laki yang cenderung lebih logis dan tidak ingin "ribet" dengan urusan di luar tupoksi.

Pembahasan

Hasil wawancara dengan Febriula Sindisari selaku Manager Produksi Harian Metropolitan mengungkapkan bahwa komunikasi yang dilakukan dalam organisasi bersifat terbuka yaitu setiap anggota organisasi diberikan ruang dalam menyampaikan ide, gagasan dan pendapat dalam suasana yang santai dan informal.

Karakteristik utama dari gaya komunikasi *equalitarian* terletak pada prinsip kesetaraan yang menjadi fondasi interaksi antarindividu dalam organisasi. Pendekatan ini mengutamakan distribusi pesan secara verbal, baik lisan maupun tulisan, yang dilakukan melalui mekanisme komunikasi dua arah (*two-way traffic of communications*).

Gaya komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, transparansi menjadi pilar utama, di mana seluruh anggota organisasi diberikan ruang seluas-luasnya untuk mendiseminasi gagasan, ide, maupun kritik dalam atmosfer yang cenderung santai dan tidak kaku. Kondisi lingkungan kerja yang informal tersebut sangat efektif dalam meminimalisir sekat birokrasi, sehingga memudahkan tercapainya konsensus dan kesepahaman kolektif yang mendalam di antara seluruh elemen organisasi.

Selain itu, Febriula Sindi menunjukkan gaya komunikasi yang cenderung fleksibel, situasional, dan kekeluargaan. Ia tidak menggunakan gaya yang otoriter atau membentak. Sindi mengutamakan pendekatan diskusi dan musyawarah dalam mengambil keputusan. Meskipun sebagai atasan, ia tetap menghormati rekan kerja yang lebih tua dan senior, serta menyesuaikan cara bicaranya. Ia juga *blak-blakan* dalam menyampaikan hal baik maupun buruk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Febriula Sindisari menerapkan gaya komunikasi yang khas mencerminkan adaptasinya sebagai pemimpin perempuan di tengah era digital.

- a. *Equalitarian* dan Fleksibel: Sindi cenderung mengadopsi gaya

- komunikasi yang egaliter, memperlakukan seluruh anggota tim sebagai rekan kerja yang setara, tanpa memandang hierarki jabatan secara kaku. Ia menciptakan suasana di mana setiap orang merasa nyaman untuk menyampaikan ide, kekhawatiran, atau masukan tanpa takut dihakimi. Fleksibilitas terlihat dari kemampuannya menyesuaikan cara berkomunikasi dengan individu atau situasi yang berbeda. Misalnya ia dapat beralih dari diskusi formal yang berorientasi tugas ke percakapan informal yang lebih personal untuk membangun ikatan.
- b. **Situasional dan Kekeluargaan:** Gaya komunikasi Sindi sangat responsif terhadap konteks atau situasi yang sedang dihadapi. Saat menghadapi masalah yang membutuhkan solusi cepat, ia bisa lebih direktif. Namun tetap membuka ruang diskusi. Di sisi lain, ia juga sangat menekankan pendekatan kekeluargaan dalam berinteraksi dengan timnya. Lingkungan kerja yang diciptakan tidak hanya berorientasi pada target. Tetapi juga pada kesejahteraan dan kebersamaan. Gaya ini membangun loyalitas dan komitmen, yang sangat penting di tengah tekanan industri media.
 - c. **Partisipatif dan Diskusi Terbuka:** Sindi secara konsisten mendorong partisipasi aktif dari seluruh anggota tim dalam proses pengambilan keputusan. Ia percaya bahwa keputusan terbaik lahir dari diskusi kolektif yang melibatkan berbagai perspektif. Ia menciptakan forum-forum, baik formal maupun informal, di mana ide-ide dapat diutarakan secara bebas. Kebijakannya untuk mengedepankan musyawarah dalam setiap isu krusial menunjukkan komitmennya terhadap kepemimpinan partisipatif.
 - d. **Empati dan Objektif:** Salah satu karakteristik menonjol dari komunikasi Sindi adalah kemampuannya untuk menunjukkan empati. Ia memahami tekanan dan tantangan yang dihadapi stafnya, terutama mengingat tuntutan tinggi di industri media dan transisi digital. Namun empati ini tidak menghilangkan objektivitasnya dalam menilai kinerja atau menyelesaikan masalah. Ia mampu menyeimbangkan dukungan emosional dengan penilaian rasional serta memastikan bahwa keputusan yang diambil berdasarkan fakta dan tujuan organisasi.
 - e. **Transformasional:** Kepemimpinan transformasional adalah kemampuan seorang pemimpin dalam menginternalisasi visi kepada anggota tim melalui stimulasi inspiratif dan dukungan motivasional. Pendekatan ini bertujuan untuk memacu semangat para pengikut agar mampu melampaui batas ekspektasi standar, sehingga capaian kinerja yang dihasilkan secara signifikan melampaui target operasional yang telah ditetapkan sebelumnya.. (Kusuma et al., 2016). Meskipun tidak secara eksplisit disebutkan dalam wawancara, gaya komunikasi Sindi yang partisipatif, berorientasi pada pengembangan tim, dan menginspirasi bawahan untuk beradaptasi dengan perubahan menunjukkan elemen-elemen kepemimpinan transformasional. Ia menunjukkan kapasitas strategis dengan tidak sekadar terpaku pada penyelesaian tanggung jawab operasional rutin, tetapi juga pada visi jangka panjang transformasi digital, memotivasi tim untuk

mencapai potensi terbaik mereka dan merangkul inovasi. Ini adalah gaya yang sangat dibutuhkan untuk memimpin perubahan besar dalam organisasi.

(Roni Harsoyo, 2022) menyebut bahwa efektivitas (kinerja) kepemimpinan transformasional meliputi beberapa hal, yaitu: Peningkatan Kreativitas. Gaya kepemimpinan ini memberikan kontribusi substansial terhadap peningkatan kualitas kompetensi individu maupun sinergi kelompok secara kolektif. Melalui dimensi motivasi inspirasional, seorang pemimpin mampu menggerakkan para pengikutnya untuk mengeksplorasi potensi kreatif dalam setiap proses dan hasil kerja. Selain itu, hadirnya komponen stimulasi intelektual berperan krusial dalam menantang pola pikir konvensional, sehingga mendorong terciptanya iklim inovasi yang lebih luas dan produktivitas kreatif yang berkelanjutan.

Temuan penelitian ini mengonfirmasi relevansi teori komunikasi organisasi dan kepemimpinan dalam konteks industri media yang sedang bertransformasi. Gaya komunikasi Sindi yang *equalitarian*, partisipatif, dan situasional sangat selaras dengan konsep kepemimpinan modern yang berfokus pada pemberdayaan dan kolaborasi. Ini mencerminkan pergeseran dari model kepemimpinan otoriter menuju model yang lebih demokratis dan transformasional.

Pasalnya persepsi tradisional atau *stereotype* masyarakat Indonesia masih sering menganggap laki-laki lebih memiliki kompetensi daripada perempuan (Yarnis et al., 2024). Dalam teori komunikasi organisasi, gaya ini mendukung aliran komunikasi horizontal yang kuat, yang vital untuk koordinasi lintas fungsi dan inovasi. Fleksibilitas komunikasi Sindi juga

menunjukkan pemahamannya terhadap model kontingensi, di mana tidak ada satu gaya komunikasi yang cocok untuk semua situasi.

Peran Februla Sindisari sebagai pemimpin perempuan di Harian Metropolitan menunjukkan bahwa pemimpin perempuan seringkali memiliki kecenderungan alami untuk mengedepankan empati, membangun hubungan, dan menciptakan lingkungan kerja yang suportif—karakteristik yang tampak jelas pada Sindi.

Kemampuannya untuk memfasilitasi diskusi, mendengarkan aktif, dan mengambil keputusan secara musyawarah menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan dapat menjadi katalisator efektif dalam mengelola perubahan. Di industri media yang kompetitif dan menuntut kreativitas, gaya kepemimpinan yang partisipatif seperti yang ditunjukkan Sindi sangat krusial untuk menjaga motivasi dan inovasi tim di tengah tekanan adaptasi digital. Hal ini membantah stereotip lama yang mungkin mengasosiasikan kepemimpinan dengan gaya yang lebih direktif atau maskulin.

Secara implisit, studi ini juga memberikan penekanan khusus pada krusialnya menjaga stabilitas antara aspek formalitas dan informalitas dalam sistem komunikasi di lingkup organisasi. Sindi berhasil memanfaatkan saluran informal untuk memperkuat hubungan dan menyerap informasi. Tetapi pada saat yang sama, delegasi yang berlebihan melalui PJ dapat mengurangi visibilitas pemimpin di mata beberapa bawahan. Ini adalah area yang bisa ditingkatkan untuk memastikan semua staf merasa terhubung langsung dengan pemimpin mereka.

Kesimpulannya adalah kepemimpinan perempuan memang tidak bisa lepas dari pengaruh berbagai faktor mulai dari hambatan struktural, budaya organisasi dan persepsi gender. Namun pemimpin perempuan secara alamiah memiliki kekuatan dan pendekatan yang dapat memberikan kontribusi positif bagi organisasi dan masyarakat (Yarnis et al.,

2024). Seperti halnya kepemimpinan Febriula Sindisari di Harian Metropolitan menunjukkan bahwa komunikasi kepemimpinan perempuan yang partisipatif, empatik, dan fleksibel adalah aset berharga dalam menavigasi transformasi digital. Kemampuan untuk membangun budaya kerja kolaboratif, memfasilitasi komunikasi dua arah, dan mengedepankan musyawarah telah berkontribusi pada efektivitas organisasi.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Febriula Sindisari menunjukkan gaya kepemimpinan perempuan yang efektif di Harian Metropolitan, dicirikan oleh pendekatan yang fleksibel, situasional, dan kekeluargaan. Sebagai Manajer Produksi, ia berhasil mengkoordinir berbagai platform media (cetak, online, dan media sosial) dengan mendelegasikan tugas secara jelas dan memantau pelaksanaannya. Komunikasinya bersifat dua arah dan transparan, ia terbuka terhadap masukan, bahkan mengakomodasi keluhan staf terkait hal di luar tupoksi karena tidak adanya bidang khusus seperti HRD (*Human Resource Development*). Pendekatan musyawarah dan konsolidasi menjadi inti dalam pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah serta memotivasi tim.

Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti demografi tim yang didominasi laki-laki dan budaya kerja hibrida atau *work from home*, Sindi mampu menyesuaikan gaya komunikasinya. Ia juga memiliki kemampuan objektivitas dalam melihat masalah dan mengambil keputusan yang menguntungkan semua pihak, belajar dari pengalamannya sendiri. Loyalitasnya terhadap dunia jurnalistik dan perannya sebagai jurnalis yang mampu memberikan manfaat kepada masyarakat juga menjadi motivasi utamanya.

DAFTAR PUSTAKA

Adolph, R. (2016). *Studi Fenomologi Gaya Komunikasi Equalitarian Pemimpin Perempuan Dalam Perusahaan*. 1–23.

Damayanti, E. (2018). Analisis Terhadap Gaya Komunikasi Kepala Desa Jemparing Di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 258–270.

Fitriani, A. (2015). *GAYA KEPEMIMPINAN PEREMPUAN*.

Furqonita, Wicaksono, A., Fatihah, N., Rondonuwu, V., Arianti, D., & Irwansyah. (2024). Peran Perempuan dalam Kepemimpinan di Ruang Redaksi Media Lokal (Studi Pada Radio Kalimaya Bhaskara FM Malang). *Jurnal Seminar Nasional*, 1(2), 220–227.

Irawan, S. A., Ali, M., & Alfarisy, F. (2023). Penerapan Pola Komunikasi Pada Perusahaan Perkebunan Karet PT Huma Indah Mekar Tulang Bawang Barat Provinsi Lampung. In *Jurnal Komunikasi |: Vol. VIII* (Issue 2).

Kusuma, O., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2016). *287205-Analisis-Gaya-Kepemimpinan-Perempuan-Pad-268D86C4*. 4(1), 446–457.

Kyara, A., Winduwati, S. 2024. Gaya Kepemimpinan Perempuan Pemimpin dalam Membangun Reputasi Perusahaan Mentari Group. *Koneksi*. 8 (1) : 245-253.

Mahmud, D., & Swarnawati, A. (2020). Pola Jaringan Komunikasi Organisasi Pada Havara Organizer PT. Havara Ruhama Ramadhani Di Tangerang Selatan. *Juni*, 4(1), 50–60.

Mahmudah, D. (2015). Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Dan Motivasi Dalam Organisasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(2), 285. <https://doi.org/10.31445/jskm.2015.190210>

Marhamah, F. (2021). Jurnalisme Di Era Digital. *Journalism Practice*, 1(6), 657–673.

Masduki, Arif, A., Galuh, F., Wendratama, E., & Suci, P. L. N. (2025). *Potret Jurnalis Indonesia 2025*. www.aji.or.id

Meisa, E., Putri Anzari, P. 2021. Perspektif feminisme dalam kepemimpinan perempuan di Indonesia. *Jurnal Integrasi*

- dan *Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(6) : 711-719.
- Munthe, E. Ayub, D. Syafitra. V. 2025. *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi. Jurnal Transformasi*. 11 (2) : 272-280.
- Muspawi, Mohamad. Dinda Melati, P. Cindy Kinanthi, A. 2024. Memahami Aliran Informasi Dalam Organisasi. 5 (1) : e-ISSN 2723-7664.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104.
<https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>
- Nurhidaya, Purwita Sari. P, M. Nasir, L. 2024. Strategi Komunikasi Dan Gaya Kepemimpinan Kepala Desa Perempuan Dalam Peningkatan Pembangunan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*. 2 (3) : 219-224.
- Nur Ratih Devi Affandi, Yusuf Hartawan, & Laila Syahar Zainab Al Aqilah. (2022). *GAYA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN PEREMPUAN (Studi Kualitatif Deskriptif dr. Hj. Cellica Nurrchadiana Sebagai Bupati Kabupaten Karawang Dari Perspektif Ilmu Komunikasi)*. 5(2), 249–257.
- O'Brien, A. (2017). Feminine or feminist? Women's media leadership. *Feminist Media Studies*, 17(5), 836–850.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1300593>
- Purbaningrum, D., Alfiah Chusjairi, J., & Sudarmanti, R. (2023). Komunikasi Kepemimpinan Dalam Pengelolaan Organisasi Komunitas Perempuan Tangguh Nasional. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1966–1975.
- Roni Harsoyo. (2022). Teori Kepemimpinan Transformasional Bernard M. Bass dan Aplikasinya Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 247–262.
<https://doi.org/10.21154/sajiem.v3i2>
- 112
- Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2020). Perempuan, Media dan Profesi Jurnalis. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(3), 283.
<https://doi.org/10.31315/jik.v16i3.3209>
- Tannen, D. (1990). *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. Ballantine Books.
- Thadi, Robert. 2020. Audit Komunikasi Organisasi Layanan Akademik Di Iain Bengkulu. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. 23 (1) : 89-100.
- Yarnis, Y., Swarnawati, A., Yusuf, A. S., & Sari, S. P. (2024). Kepemimpinan Perempuan dalam Menghadapi Konflik Organisasi dari Perspektif Komunikasi. *Koneksi*, 8(2), 538–547.
<https://doi.org/10.24912/kn.v8i2.31058>
- Yin, R. (2021). *Case Study Research and Applications Design and Methods*. 167–186.
- Velia Themba. V, Dirgantara. P. 2021. Komunikasi Organisasi Dalam Mengidentifikasi Partisipasi Karyawan Divisi Recovery Management Astra Credit Company Bandung. e-Proceeding of Management. 8 (4) : ISSN : 2355-9357.