

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN ORGANISASI  
(STUDI KASUS PEMIMPIN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN  
PADA STARBUCKS PREMIER BINTARO)**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

**Disusun oleh**

**Nama : Sifa Aji Tiaranti**

**NIM : 1406015116**

**Peminatan : Hubungan Masyarakat**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2018**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sifa Aji Tiaranti

NIM : 1406015116

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Humas

Judul : Analisis Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi (Studi Kasus Pemimpin Laki-Laki dan Perempuan Pada Starbucks Premier Bintaro)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut diatas adalah benar-benar hasil penelitian saya, BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 02 Juni 2018

Yang menyatakan

  
Sifa Aji Tiaranti

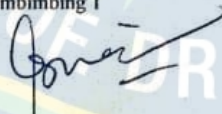
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi (Studi Kasus Pemimpin Laki-Laki dan Perempuan Pada Starbucks Premier Bintaro)  
Nama : Sifa Aji Tiaranti  
NIM : 1406015116  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Humas

Telah diperiksa dan disetujui  
Untuk mengikuti sidang skripsi oleh:

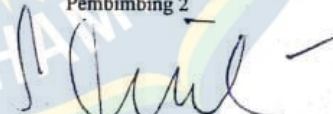
Pembimbing 1



Dini Wahdiyati, S.Sos, M.Ikom

Tanggal: 18/8/19

Pembimbing 2



Said Romadlan, S.Sos., M.Si.


Tanggal: 26/8/19


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

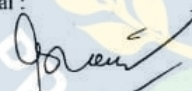
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

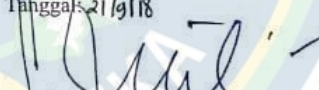
Judul Skripsi : Analisis Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi (Studi Kasus Pemimpin Laki-Laki dan Perempuan Pada Starbucks Premier Bintaro)  
Nama : Sifa Aji Tiaranti  
NIM : 1406015116  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Humas

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 30 Agustus 2018, dan dinyatakan LULUS.


  
Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.  
Penguji I  
Tanggal:

  
Dra. Tellys Corliana, M. Hum.  
Penguji II  
Tanggal: 21/9/18

  
Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom.  
Pembimbing I  
Tanggal:

  
Said Romadlan, S.Sos., M.Si.  
Pembimbing II  
Tanggal:

Mengetahui,  
Dekan

  
Said Romadlan, S.Sos., M.Si.

## ABSTRAK

Judul : Analisis Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi (Studi Kasus Pemimpin Laki-Laki dan Perempuan Pada Starbucks Premier Bintaro)  
Nama : Sifa Aji Tiaranti  
NIM : 1406015116  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Humas  
Halaman : 125 + xiv halaman + lampiran

Gaya komunikasi merupakan cara bagaimana berkomunikasi baik verbal dan non verbal meliputi cara memberi dan menerima informasi dalam situasi tertentu. Gaya komunikasi tidak dapat berlaku pada semua manusia secara sama, tetapi gaya komunikasi mencerminkan karakter dalam sebuah organisasi. Fokus penelitian ini adalah pada gaya komunikasi pemimpin Starbucks Premier Bintaro yang dipimpin oleh Supervisor Gita Helpika dan Fandi Ahmad.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini digunakan untuk melihat bagaimana gaya komunikasi antara pemimpin laki-laki dan perempuan pada Starbucks Premier Bintaro. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Teori yang digunakan adalah teori empat sistem Likert. Teori komunikasi yang mengkaji hubungan antar manusia melalui hasil dari produksinya dilihat dari kacamata organisasi.

Dalam gaya komunikasi pemimpin organisasi di Starbucks Premier Bintaro didapati hasil bahwa pada Supervisor Fandi Ahmad (*key Informan*) memiliki gaya komunikasi pemimpin sistem 2 Likert semi mutlak (*Benevolent-Authoritative*) serta gaya komunikasi pemimpin sistem 3 penasihat (*Consultative*). Sedangkan Supervisor Gita memiliki gaya komunikasi kepemimpinan sistem 3 penasihat (*Consultative*) serta gaya Komunikasi Pemimpin sistem 4 Likert pengajak serta (*participative*).

Kontribusi akademis, memberi pengetahuan tentang komunikasi organisasi dalam gaya komunikasi pemimpin organisasi. Kontribusi metodologis, mengembangkan metode penelitian studi kasus. Kontribusi praktis, memberikan informasi serta pengetahuan kepada instansi atau perusahaan yang bersangkutan.

Key word : gaya komunikasi, komunikasi kepemimpinan, laki-laki, perempuan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat, berkah dan ridho kasih sayang telah dilimpahkan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi (Studi Kasus Pemimpin Laki-Laki dan Perempuan Pada Starbucks Premier Bintaro)”** sehingga penulis dapat memenuhi syarat untuk dapat skripsi Jurusan Hubungan Masyarakat Universitas Prof. Dr. Hamka Jakarta Selatan.

Dalam Penyusunan Skripsi ini, Penulis telah mendapat banyak bantuan, dorongan serta bimbingan, dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, rezeki, kemudahan dan kasih sayang
2. Said Ramadhan, S.Sos, M.Si, Dekan FISIP UHAMKA sekaligus pembimbing II
3. Dr. Sri Mustika M.Si Wakil Dekan FISIP UHAMKA
4. Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.Kom, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA sekaligus pembimbing I
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat, dukungan moril maupun materil, untuk kakak saya Okta puri Prameswari, kedua adik saya Desna Cindra Wulandari dan Fahrul Aji Albani
6. Bimo Eka Saputra, yang selalu menemani, memberikan dukungan, nasihat serta masukannya

7. Partner Starbucks Premier Bintaro kepada kak Gita dan Bang Fandi selaku PIC Starbucks Premier Bintaro yang telah mengizinkan peneliti meneliti dan bersedia menjadi subyek penelitian. Terimakasih untuk partner Starbucks Premier Bintaro atas bantuannya dalam memberikan data-data maupun informasi kepada peneliti.

8. Teman-teman FISIP Angkatan 2014, khususnya anak Wacana, (Naila, Esti, Yasinta, Dian, Suju, Sarah, Firza, Nazla) dan anak Azigin (Rey, Diyyas, Ipay, Tole, Valdy, Pare, Ryan, Nabil, Bastian, Farhan) Terimakasih untuk semua keluh, kesah, canda, tawa, dukungan serta doanya.

Semoga skripsi ini bisa menjadi sumber referensi yang berkualitas dan kredibel bagi para pembaca. Penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membangun di masa mendatang.

*Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat*

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Jakarta, 02 Juni 2018

  
Sifa Aji Tiaranti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Pembatasan Masalah .....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kontribusi Penelitian.....	14
1.5.1 Kontribusi Akademis .....	14
1.5.2 Kontribusi Metodologis .....	15
1.5.3 Kontribusi Praktis .....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>17</b>



2.1. Paradigma Penelitian.....	17
2.2 Hakikat Komunikasi.....	19
2.2.1 Definisi Komunikasi .....	20
2.2.2 Fungsi Komunikasi .....	21
2.2.3 Model Komunikasi Transaksional .....	25
2.2.4. Elemen komunikasi .....	27
2.2.5. Konteks Komunikasi .....	27
2.3. Komunikasi Organisasi .....	31
2.3.1. Definisi Komunikasi Organisasi .....	31
2.3.2. Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi .....	32
2.3.3. Proses Komunikasi Organisasi .....	34
2.4 Teori Empat Sistem Likert .....	37
2.5. Gaya Komunikasi.....	39
2.5.1. Faktor Pendorong Gaya Komunikasi .....	40
2.6. Komunikasi Kepemimpinan .....	41
2.7. Jenis Kelamin dan Gender .....	41
2.7.1. Jenis Kelamin .....	41
2.7.2. Komunikasi Lintas Budaya ( <i>Cross Culture</i> ) .....	42
2.7.3. Perbedaan Dasar Antara Jenis Kelamin dan Gender.....	46
2.8. Perbedaan Gaya Kepemimpinan Wanita dan Laki-laki .....	47

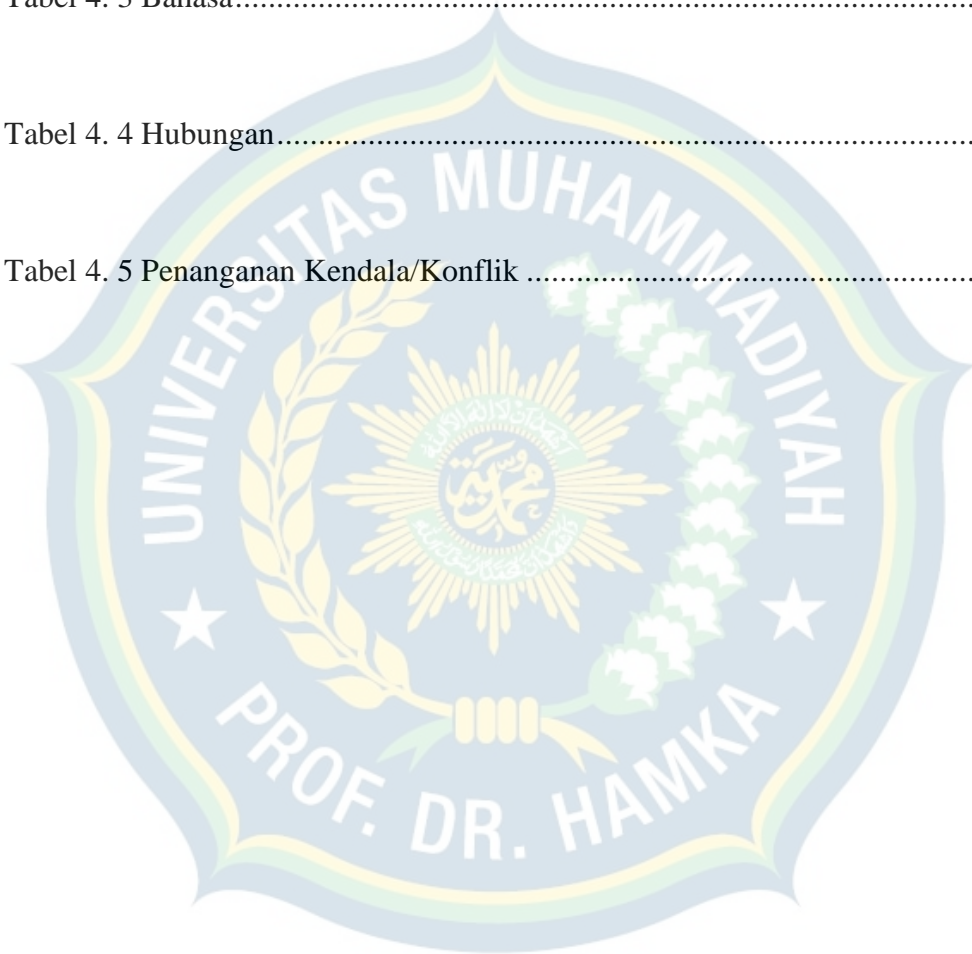
<b>BAB III METEDOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1. Pendekatan, Metode, Jenis Penelitian .....	49
3.1.1 Pendekatan Penelitian Kualitatif .....	49
3.1.2 Metode Penelitian Studi Kasus.....	52
3.1.3 Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif.....	53
3.2 Informan penelitian.....	55
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.4 Metode Analisis Data.....	58
3.5 Lokasi Jadwal Penelitian.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>61</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	61
4.1.1. Sejarah Singkat Starbucks Indonesia .....	61
4.1.2. Starbucks Premier Bintaro.....	63
4.1.3. Visi dan Misi Starbucks.....	63
4.1.4. Prinsip Dasar Starbucks Experience .....	66
4.1.5. Logo dan Arti Perusahaan .....	67
4.1.6 Struktur Perusahaan.....	73
4.1.6.2. Struktur Divisi.....	74
4.2. Hasil Penelitian .....	76
4.2.1. Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi Starbucks Premier Bintaro.....	76

4.2.2 Super Visor Gita Helpika .....	77
4.2.3 Super Visor Fandi Ahmad .....	86
4.3 Perbedaan gaya komunikasi pemimpin organisasi Laki-Laki dan Perempuan Pada Starbucks Premier Bintaro .....	94
4.4 Pembahasan .....	104
4.4.1. Perbedaan Gaya Komunikasi Pemimpin Laki-Laki dan Perempuan .....	108
4.5. Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi Berdasarkan Teori Empat Sistem Likert .....	110
4.6. Gaya komunikasi pemimpin dalam <i>cross culture</i> perspektif Gender .....	113
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>118</b>
5.1. Kesimpulan .....	118
5.2. Saran-saran .....	121
5.2.1. Saran Akademis .....	121
5.2.2. Saran Metodologi .....	121
5.2.3. Saran Praktis .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xii</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

## DAFTAR TABEL

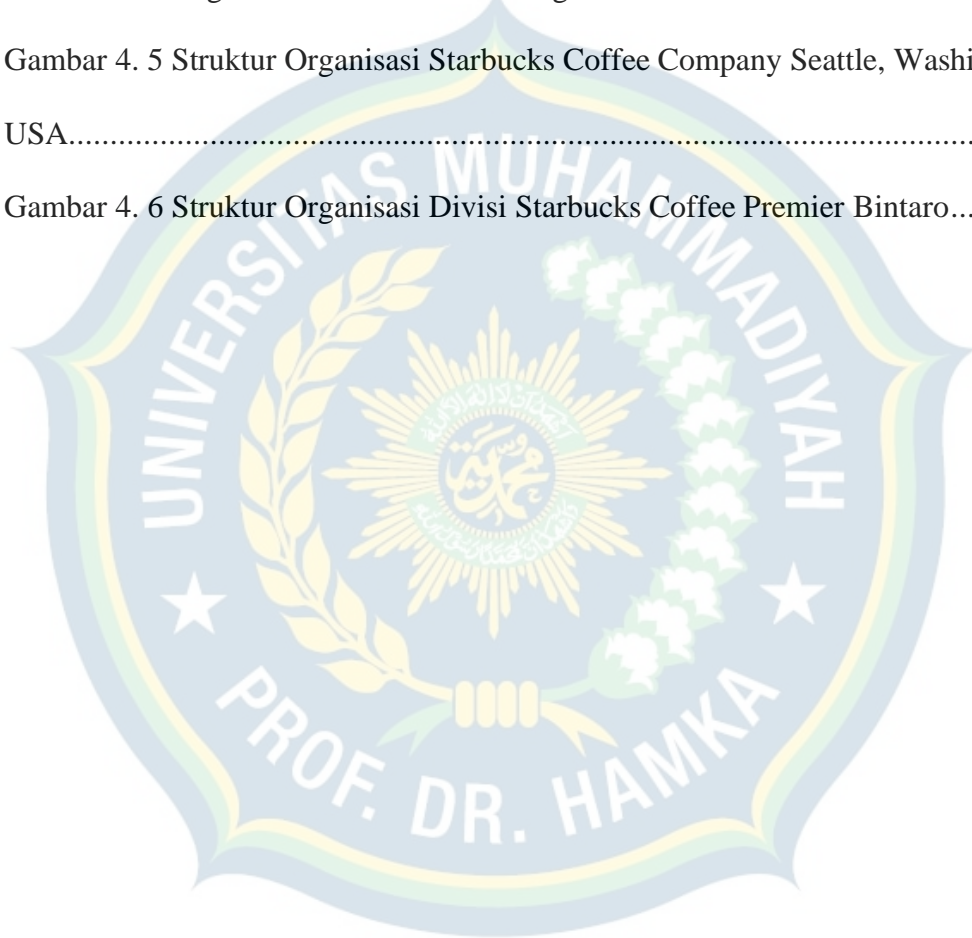
Tabel 2. 1 Perbedaan Jenis Kelamin Dengan Gender .....	46
--	----

Tabel 3. 1 Rencana Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Kondisi Fisik.....	94
Tabel 4. 2 Peran.....	97
Tabel 4. 3 Bahasa.....	99
Tabel 4. 4 Hubungan.....	102
Tabel 4. 5 Penanganan Kendala/Konflik.....	104



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Syren, duyung yang digunakan pada logo Starbucks .....	71
Gambar 4. 2 Logo Starbucks 1971-1987 .....	72
Gambar 4. 3 Logo Starbucks 1987-2011 .....	72
Gambar 4. 4 Logo Starbucks 2011-sekarang .....	72
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Starbucks Coffee Company Seattle, Washington, USA.....	73
Gambar 4. 6 Struktur Organisasi Divisi Starbucks Coffee Premier Bintaro.....	74



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat untuk tidak berkomunikasi. Komunikasi merupakan interaksi sesama makhluk hidup sebagai bentuk ritual keseharian yang biasa dilakukan, dengan berkomunikasi manusia mengenal diri mereka dan mengenal satu sama lainnya yang ada disekitarnya.

Menurut Bernard dan Gary A. Steiner (Mulyana, 2007: 68), komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi keterampilan, dan sebagainya. Definisi tersebut menjelaskan bahwa komunikasi bertujuan untuk membangun hubungan antara sesama manusia agar terjadi interaksi dan juga pertukaran informasi yang disampaikan. Komunikasi bisa dilakukan melalui beragam konteks komunikasi, salah satunya melalui komunikasi organisasi, komunikasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam menjalankan proses administrasi dan interaksi antar elemen pada suatu organisasi atau lembaga, baik internal maupun eksternal. Tanpa adanya jalinan komunikasi yang baik dan benar besar kemungkinan semua proses di dalam organisasi/lembaga tersebut tidak akan dapat berjalan dengan maksimal dan sesuai dengan yang telah direncanakan. Kemampuan komunikasi yang baik akan sangat membantu semua proses yang ada dalam suatu organisasi/lembaga. elemen penting dalam

organisasi. Karena tanpa adanya komunikasi segala sesuatunya pasti tidak akan berjalan baik, yang akan menimbulkan “*Miss Communication*” kepada atasan maupun rekan kerja.

Muhammad (2011: 24) mengungkapkan “organisasi sendiri merupakan suatu sistem yang mengkoordinasi aktivitas dan mencapai tujuan bersama atau tujuan umum. Suatu organisasi akan memiliki seorang pemimpin, dimana pemimpin tersebut memiliki peran kunci yang berpengaruh terhadap kesuksesan/ kegagalan organisasi.” Kepemimpinan dalam suatu organisasi dibutuhkan untuk mengkoordinasikan tugas maupun wewenang anggota organisasi. Merujuk pada Muhammad (2011: 1) maka sangat tepat apabila para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.

Dalam suatu organisasi terdapat komunikasi internal yang secara umum dibedakan menjadi dua, yaitu komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal sebagai proses komunikasi yang alirannya ditentukan secara struktural, sedangkan komunikasi informal biasanya timbul sebagai hasil interaksi sosial antar anggota organisasi, yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, komunikasi dari atasan ke bawahan, serta komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level atau tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Untuk menyukseskan komunikasi tersebut, dalam suatu organisasi tidak lepas dari seorang sosok pemimpin, Suatu perusahaan membutuhkan seorang pemimpin yang dapat mengatur dan memiliki tanggung jawab penuh terhadap kinerja pegawainya, serta harus mewujudkan keberhasilan dalam perusahaan tersebut. Terkait dengan kepemimpinan maka komunikasi yang baik sangatlah penting dimiliki oleh seorang pemimpin karena berkaitan dengan tugasnya untuk mempengaruhi, membimbing, mengarahkan, mendorong anggota untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta mencapai efektifitas dalam kepemimpinan, perencanaan, pengendalian, koordinasi, latihan, manajemen konflik serta proses-proses organisasi lainnya.

Langkah yang harus dilakukan oleh seorang pemimpin perusahaan dalam menggapai keberhasilan sebuah perusahaan adalah komunikasi yang efektif yang menciptakan pemahaman dan kepercayaan yang diperlukan untuk mendorong orang lain untuk mengikuti pemimpin.. Menurut Pace dan Don (2010: 276) “kepemimpinan sendiri dapat diwujudkan melalui gaya kerja atau cara bekerja sama dengan orang lain secara konsisten.” Setiap orang memiliki cara menyampaikan pesan dan tindakan yang berbeda-beda, begitu pula dengan pemimpin dalam organisasi. Gaya merupakan kombinasi antara bahasa dan tindakan yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan, sehingga gaya komunikasi kepemimpinan sebagai kombinasi antara bahasa dan tindakan



yang dilakukan seorang pemimpin kepada bawahannya dalam organisasi tertentu.

Setiap kepemimpinan memiliki perbedaan kekhasan dalam berkomunikasi atau memiliki gaya komunikasi yang berbeda, karena setiap pemimpin pada dasarnya memiliki perilaku, sifat, dan cara berkomunikasi baik verbal maupun non verbal yang berbeda dalam memimpin suatu organisasi, cara dan kekhasan dalam berkomunikasi para pemimpin disebut dengan gaya komunikasi pemimpin. Dalam suatu organisasi yang diantaranya terdapat pimpinan dan bawahan tentunya memiliki peranan yang sangat kuat di dalam menjalankan fungsi dari organisasi tersebut.

Gaya komunikasi seorang pimpinan tentu sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu organisasi. Menurut Effendy (1994: 116), pemimpin organisasi sebagai komunikator harus memilih salah satu dari berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi itu dilancarkan. Gaya komunikasi kepemimpinan merupakan bagaimana perilaku para pimpinan atau manajer suatu organisasi dalam menyampaikan pesan-pesannya kepada para bawahan/karyawannya dengan gaya bahasa, adat istiadat, tingkat pendidikan, dan wawasan yang dimilikinya agar mampu menarik perhatian dan dimengerti oleh bawahannya/karyawannya, sehingga tujuan organisasi dapat dipahami dan dilaksanakan dengan baik.

Dewasa ini organisasi telah terkonstruksi sosial, pria dianggap mendominasi wanita dalam berbagai hal, seperti dalam bidang pekerjaan, profesi/karir, bahkan dominasi tersebut berlangsung relatif lama sebelum munculnya isu emansipasi dan kesetaraan gender. Komunikasi dinilai turut memberikan kontribusi dalam mengangkat isu kesetaraan gender tersebut sebagai wujud penyampaian pesan dan pernyataan yang berasal dari pikiran, emosi, tindakan serta pengalaman diantara individu. Banyak pengalaman dan pengamatan disekitar kita yang menggambarkan rumitnya komunikasi yang terjadi antara pria dan wanita.

Pria dan wanita sering menggunakan bahasa yang bertentangan/berlawanan dengan maksud dan tujuannya, di masyarakat dengan membedakan ekspresi berkomunikasi untuk pria dan wanita. Hal ini disebabkan karena paradigma masyarakat terhadap perempuan yang dianggap hanya sebagai pelengkap, objek, dan lemah. Oleh karenanya, muncul ekspresi-ekspresi asimetri yang berimbas kepada ketidakadilan (*gender inequalities*) terhadap wanita.

Menurut Eagly dan Johnson tentang gaya kepemimpinan, gaya kepemimpinan perempuan lebih cenderung melakukan pendekatan yang mengajak bawahan untuk ikut maju berkembang dalam pemikiran dan pemimpin ikut terjun di dalam melaksanakan tugas agar mencapai tujuan, sedangkan berbeda dengan kaum laki-laki yang memiliki gaya kepemimpinan yang cenderung hanya hubungan atasan dan bawahan yang dimana bawahan melakukan apa yang diperintahkan oleh atasan tanpa

adanya pendekatan emosional antara bawahan dan atasan (Herachwati dan Bhaskaroga, 2012: 137). Pendapat tersebut memperkuat asumsi peneliti tentang adanya perbedaan gaya komunikasi kepemimpinan antara laki-laki dengan perempuan. Laki-laki akan cenderung otokratik, sedangkan perempuan memiliki gaya demokratis. Di sisi lain, ketua DPP Asosiasi Pengusaha (Apindo) Shinta Widjaja Kamdani mengungkapkan bahwa meski isu kesetaraan gender terus digaungkan oleh berbagai kalangan, sebagian besar wanita Indonesia masih berada pada sektor privat dan informal (Bisnis.com, 2015)<sup>1</sup>. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa hanya sebagian perempuan yang terlibat dalam organisasi formal. Semakin sedikit keterlibatan perempuan, tentunya semakin sedikit perempuan dalam menjalankan organisasi.

Merujuk pada Henley dan Freeman (Mulyana, 2008: 277) interaksi sosial menjadi medan pertempuran di mana terjadi peperangan antar-jenis kelamin. Interaksi sosial menjadi cara yang paling lumrah sebagai kontrol sosial terhadap perempuan. Perempuan terus-menerus diingatkan akan status inferiornya lewat interaksinya dengan orang lain, serta dipaksa untuk mengakui status tersebut melalui pola perilakunya sendiri, wanita dipaksa untuk menghayati definisi yang diberikan masyarakat sebagai kaum inferior. Banyak penelitian yang telah dilakukan dan dipublikasikan kepada masyarakat mengenai perbandingan gaya komunikasi antara pria dan wanita, seperti pada penelitian terdahulu, dalam artikel

---

<sup>1</sup> Dikutip dari hal web [www.bisnis.com](http://www.bisnis.com) pada tanggal 14 Februari 2018 pukul 11:30 WIB

*“Gender Differences in Leadership Role Occupancy: The Mediating Role of Power Motivation” (Hausmann et al. 2010)* terdapat data yang mengungkapkan bahwa: *In the United States, for instance, 47 % of the workforce is female but women account for only 14 % of top management positions and 17 % of the seats in congress (Hausmann et al. 2010). Similar patterns can be found in Germany (female top managers: 13 %, female parliamentarians: 33 %), in the UK (female top managers: 14 %, female parliamentarians: 22 %), and in most other western societies (Schuh, etc., 2013: 363).*

Beberapa pendapat tersebut menunjukkan adanya perbedaan-perbedaan sikap dan tindakan yang dimiliki antara laki-laki dengan perempuan, serta sejauh mana keterlibatan perempuan dalam jabatan-jabatannya dalam masyarakat dan organisasi-organisasi, tapi masih kurang mendapat perhatian khusus, karena sebagian besar masyarakat cenderung menganggap bahwa pria dan wanita sejajar dalam hal kemampuan, bakat, dan potensi diri, walaupun secara ilmiah, pria dan wanita memiliki banyak perbedaan, khususnya dalam berkomunikasi.

Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat gaya komunikasi pemimpin dengan komparasi (membandingkan) jenis kelamin yaitu pemimpin laki-laki dan perempuan. Alasan lain peneliti ingin melakukan penelitian tersebut karena adanya pengarusutamaan gender yang dimunculkan oleh pemerintah dalam Instruksi Presiden RI No. 9 tahun 2000 diacu oleh Perpres No. 5 tahun 2010 dalam rangka pengarus utamaan

gender dalam pembangunan Nasional meningkatkan kualitas hidup dan peran perempuan.<sup>2</sup>

Di sisi lain, peneliti menemukan adanya beberapa hambatan dari pengarusutamaan gender tersebut. Hal ini diungkapkan oleh Hapsari (2011: 42-46), yakni aspek agama, daerah konflik, status sosial perempuan, hambatan memperoleh pekerjaan bagi kaum perempuan, status pekerjaan perempuan, dan beban ganda perempuan.

Hambatan-hambatan tersebut membatasi ruang gerak perempuan. Misalnya, seorang perempuan memperoleh posisi yang lebih rendah dalam suatu organisasi. Belum lagi perempuan yang mengalami kesulitan apabila harus bekerja jauh secara fisik, karena diharapkan selalu dekat dengan anak-anak. Fenomena tersebut membangun ketertarikan bagi peneliti untuk melakukan studi kasus dan membandingkan gaya komunikasi kepemimpinan dalam tataran organisasi. Apalagi suatu organisasi memiliki susunan/hirarki organisasi, sehingga membutuhkan kemampuan dan pembawaan yang baik untuk membangun komunikasi pemimpin tersebut. Selain itu Peneliti melihat bahwa partisipasi dan peran perempuan dalam masyarakat semakin banyak apalagi dengan adanya CEDAW.

Menurut Sagala dan Ellin (2007: 92) Partisipasi perempuan dalam organisasi telah dilindungi dengan pasal 7 CEDAW poin C, yaitu:

“Perempuan berhak untuk berpartisipasi dalam organisasi-organisasi dan

---

<sup>2</sup> Dikutip dari hal web <http://www.bapenas.go.id/PUG-Bapenas> pada tanggal 14 Februari 2018 pukul 12:04 WIB

perkumpulan-perkumpulan non-pemerintah yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat dan politik negara.” Pernyataan tersebut menunjukkan semakin terbukanya ruang bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial.

Salah satu organisasi/instansi perusahaan besar di Indonesia adalah Starbucks. Starbucks yang peneliti pilih adalah Starbucks cabang Premier Bintaro yang telah beroperasi dari tahun 2010. Starbucks merupakan salah satu industri *food and beverage* yang memiliki *value brand* dan *brand reputation* yang baik di Indonesia.<sup>3</sup>

Mengapa Starbucks Premier Bintaro? Karena Starbucks Premier Bintaro memiliki partner/karyawan yang hampir seluruhnya adalah perempuan. Partner Starbucks Premier yang hampir seluruhnya adalah perempuan, pertanggal 23 Februari 2018 lalu telah terjadi perubahan posisi dari PIC Starbucks Premier Bintaro, dimana salah satu PIC dari Starbucks Premier Bintaro bertukar dengan PIC laki-laki dari *distric* Bintaro Exchange, dalam hal ini peneliti tertarik untuk melihat apakah hal tersebut juga dapat mempengaruhi gaya komunikasi dari PIC laki-laki dan perempuan di dalam tatanan organisasi Starbucks Premier Bintaro.

Situasi ini menjadi salah satu ketertarikan bagi peneliti, untuk melihat gaya komunikasi kepemimpinan yang dimiliki oleh masing-masing PIC. Dilihat dari komunikasi internal dalam organisasi secara

---

<sup>3</sup> dikutip dari hal web <http://www.starbucks.com/about-us> pada tanggal 14 Februari 2018 pukul 14:40 WIB

umum dibedakan menjadi dua, yaitu komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal sebagai proses komunikasi yang alirannya ditentukan secara struktural sedangkan komunikasi informal biasanya timbul sebagai hasil interaksi sosial antar anggota organisasi. Gaya komunikasi kepemimpinan dalam suatu organisasi dapat mencakup keduanya, baik formal maupun informal. Peneliti akan membandingkan gaya komunikasi kepemimpinan yang dimiliki oleh perempuan maupun laki-laki yang menjadi bagian dari komunikasi internal tersebut. Salah satu peran kepemimpinan dalam suatu organisasi yaitu mendorong dan menentukan keberhasilan dari komunikasi internal organisasi.

Dalam penelitian ini penulis memilih PIC perempuan dan laki-laki dari Starbucks Premier Bintaro sebagai informan penelitian. Dalam pandangan penulis pemimpin di Starbucks Premier Bintaro dianggap mampu sebagai penggerak dalam kepemimpinannya. Secara spesifik peneliti akan membandingkan gaya komunikasi kepemimpinan antara PIC atau *Supervisor* laki-laki dan perempuan dari Starbucks Premier Bintaro.

Starbucks Premier Bintaro dipilih selain karena ketertarikan peneliti terhadap Starbucks Premier, PIC Starbucks tersebut merupakan seorang perempuan, dan seorang laki-laki. Kedua subyek penelitian tersebut sejalan dengan judul penelitian ini, tentang Gaya Komunikasi Pemimpin Organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan penemuan pada studi kasus komparasi yang pernah dilakukan, khususnya terkait gaya komunikasi pemimpin dalam organisasi. Diharapkan

penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pembaruan dalam studi kasus komparasi yang pernah dilakukan sebelumnya serta menambah referensi penelitian di lingkungan FISIP UHAMKA.

Melalui pendekatan Kualitatif yaitu suatu pendekatan yang bersifat deskriptif, peneliti ingin menganalisis dengan paradigma konstruktivisme untuk memperoleh gambaran bagaimana gaya komunikasi laki-laki dan perempuan di dalam suatu organisasi dengan menggunakan teori utama yaitu Teori Empat Sistem Likert serta membandingkannya melalui konsep gender, dan jenis kelamin (Laki-Laki dan Perempuan). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dengan ini penulis ingin meneliti tentang **“ANALISIS GAYA KOMUNIKASI PEMIMPIN ORGANISASI (STUDI KASUS PEMIMPIN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN PADA STARBUCKS PREMIER BINTARO)”**.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat Gaya Komunikasi yang telah dilakukan diantaranya:

- a. Irma Rahmawati, FISIP Universitas Prof. Dr. HAMKA 2008 dengan judul: “Gaya Komunikasi Pimpinan dan Motivasi Kerja Pegawai Humas MPR RI (Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia)” Penelitian ini sama-sama meneliti tentang gaya komunikasi pemimpin, namun dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitiannya pada gaya komunikasi pimpinan MPR RI terhadap motivasi kerja pegawai Humas MPR RI. Dimana perbedaan dalam penelitian ini menggunakan



metode penelitian kuantitatif deskriptif, menggunakan teknik *total sampling* atau sensus. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan metode survey dan kuesioner yang kemudian dideskripsikan. Penelitian ini hanya ingin melihat gaya komunikasi pimpinan manakah yang paling berdampak mendorong motivasi kerja pegawai Humas MPR RI.

- b. Ella Damayanti, FISIP Universitas Mulawarman 2018 dengan judul: “Analisis Terhadap Gaya Komunikasi Kepala Desa Jemparing Di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser” Penelitian ini menganalisis terhadap gaya komunikasi pemimpin yaitu Kepala Desa. Metode penelitian yang digunakan adalah Kualitatif, sumber data yang dikumpulkan dengan melakukan tanya jawab langsung kepada informan. Key Informan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara dengan pihak yang terkait dalam penelitian. Perbedaan penelitian ini menggunakan analisis secara kualitatif melalui analisis data model interaktif dengan menggunakan teori dramaturgi. Penelitian ini hanya ingin melihat bagaimana gaya komunikasi dari kepala desa tersebut.
- c. Erwin Juarsa, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra 2016 dengan judul: “Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian Surabaya” Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gaya komunikasi pemimpin divisi MIS PT. perbedaan pada penelitian ini adalah teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian

deskriptif kuantitatif dan metode survey. Teori yang dipakai adalah teori *Genderlect Style*. Kelebihan dari penelitian ini Menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang membuat penelitian ini semakin kuat dalam hal analisis dan data hasil penelitian. Namun kekurangannya penelitian terdahulu ini hanya ingin melihat bagaimana gaya komunikasi pemimpin melalui angket dan survey tanpa menggunakan atau mengkaitkan dengan studi gender.

- d. Yudi Perbawaningsih, Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2016 dengan Judul: “Studi Gender Tentang Gaya Komunikasi Kepemimpinan (Studi Kasus pada Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta)”, perbedaan penelitian terdahulu ini menggunakan teori 4 sistem gaya kepemimpinan dan teori informasi organisasi. Persamaan pada penelitian ini sama sama penelitian kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi dan dept-interview. Kelebihan dari penelitian ini Penelitian ini banyak menggunakan teori-teori pendukung seperti muted group teori, Genderlect style dll. Kelemahannya Karena terlalu banyak menggunakan teori penelitian ini seperti kehilangan fokus penelitian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana gaya komunikasi pemimpin organisasi di Starbucks Premier Bintaro dilihat dari jenis kelamin pemimpin organisasi?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi pemimpin dalam organisasi
2. Perbedaan gaya komunikasi pemimpin organisasi dengan sasaran penelitian yaitu PIC Laki-Laki dan Perempuan di Starbucks Premier Bintaro

### 1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan dan memahami gaya komunikasi pemimpin organisasi di Starbucks Premier Bintaro
2. Untuk menjelaskan dan memahami perbedaan gaya komunikasi pemimpin laki-laki dan perempuan Starbucks Premier Bintaro

### 1.5 Kontribusi Penelitian

#### 1.5.1 Kontribusi Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi, khususnya tentang gaya komunikasi pemimpin laki-laki dan perempuan dalam organisasi ketika diterapkan dalam penelitian yang serupa. Bagi pihak lain diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi, dengan menggunakan teori gaya komunikasi Empat Sistem Likert diharapkan khususnya untuk mahasiswa dapat dijadikan acuan dan

rujukan penelitian sejenis atau penelitian lanjutan dan memberikan sumbangan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Organisasi.

### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait metode studi kasus dalam melihat atau mengamati permasalahan komunikasi organisasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang mempunyai tujuan menggali informasi secara mendalam dan memaparkan secara sistematis, terperinci, dan akurat tentang fakta-fakta mengenai gaya komunikasi pemimpin organisasi. Hasil penelitian ini diharapkan agar penelitian-penelitian selanjutnya lebih menekankan pemanfaatan studi kasus sebaik-baiknya supaya mendapatkan hasil penelitian yang jelas dan relevan serta tidak terfokus pada data yang diberitakan oleh organisasi ataupun instansi.

### **1.5.3 Kontribusi Praktis**

Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi referensi bagi organisasi yaitu Starbucks Premier Bintaro untuk semakin memahami baiknya komunikasi dalam organisasi dan perbedaan gaya komunikasi kepemimpinan antara laki-laki dengan perempuan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai materi pokok penelitian ini, penulis membaginya dalam bab-bab yang terdiri atas:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penulisan, pambatasan masalah, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: KERANGKA PEMIKIRAN**

Bab ini memberikan gambaran tentang Paradigma penelitian, Hakikat Komunikasi, Model Komunikasi, Fungsi Komunikasi, Elemen Komunikasi, Konteks Komunikasi, Teori Kontekstual, Teori Utama (Grand Theory), dan Teori Pendukung.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan mengulas tentang pendekatan, jenis, dan metode penelitian, pemilihan informan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis data serta Lokasi dan Jadwal Penelitian.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Akan membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V: PENUTUP**

Penutup yaitu berisi mengenai kesimpulan penelitian dan saran-saran penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- A.W, Widjaja. 2000. *Pengantar Studi Ilmu Komunikasi*. Jakarta, PT. Rineka Cipta.
- Barret, Deborah J. 2008. *Leadership Communication: Second Edition*. United State: McGraw-Hill
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Fakih, Mansour. 1999. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Handriana, Tanti. 2011. *Gender Dalam Keefektifan Kepemimpinan Transformasional*. Majalah Ekonomi, tahun XXI, No 1. Staf Pengajar FakultasEkonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Hapsari, Anastasia Yunita Dwi. 2011. *Pengarusutamaan Gender dalam Dunia Pendidikan (Contoh kasus pada sma Kristen X Kota Magelang)*. Magister Pendidikan. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Thesis.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis- Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morissan, M.A. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Muhammad, Arni. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Muhammad, Arni. 2011. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pace, R. Wayne dan Don F. Faules. 2011. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sagala, R. Valentina. 2007. *Pergulatan Feminisme dan HAM*. Bandung: Institut Perempuan

Schuh, Sebastian C., Alina S. Hernandez Bark, and etc. 2013. *Gender Differences in Leadership*

Teleb, Hanan m. 2010. *Gender and leadership style in single-sex academic Institutions. International Journal Of Education Management*. Vol 24, No 4, 2010, hal 287-302. Emerald Group Publishing Limited.

Tubbs, Stewart L dan Moss, Sylvia. 2005. *Human Communication*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

### **SKRIPSI**

Ella Damayanti. 2018. Analisis Terhadap Gaya Komunikasi Kepala Desa Jemparing Di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser. FISIP UNMUL

Erwin Juarsa. 2016. Gaya Komunikasi Pemimpin Divisi MIS PT. Trias Sentosa Tbk Krian Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra

Yudi Perbawaningsih. Studi Gender Tentang Gaya Komunikasi Kepemimpinan (Studi Kasus pada Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.

### **LAMAN**

Brandt, Tiina and Maarit Laiho. 2013. Gender. And Personality in Transformational Leadership Context. *Leadership & Organization Development Journal* Vol. 4 34, No. 1, Hal 44-66. Emerard Group Publishing.

<http://search.proquest.com/docview/1282121811/fulltextPDF/118079F0CFCE4A79PO/1?accountid=44396> (Diakses pada 3 Juli 2018 pukul 12.17 WIB)

Duncan, Phyllis Ann. 2007. Women In Possitions Of Leadership and Gender Spesific Emotional Intelegence Attributes. UMI Microform. Proquest Information and Learning.

<http://search.proquest.com/docview/1282121811/fulltextPDF/118079F0CFCE4A79PO/1?accountid=44396> (Diakses pada 4 Juli 2018 pukul 15. 02 WIB)

Eagly, Alice H, May C. Johannesen-Schidt. 2003. Transformational and laissez-Faire Leadership Style: A Meta-analysis Comparing Women and Man Psychological Bulletin, Vol 129, No 4hal 569-591. American Pshycological association, Inc.  
<http://psycnet.apa.org/index.cfm?fa=buy.optiontobuy&id=2003-06077-007> (diakses pada 04 Juni 2018 pukul 14.52 WIB)

<http://www.bapenas.go.id/PUG-Bapenas> pada tanggal 14 Februari 2018 pukul 12:04 WIB

[www.bisnis.com](http://www.bisnis.com) pada tanggal 14 Februari 2018 pukul 11:30 WIB

<http://www.starbucks.com/about-us> pada tanggal 14 Februari 2018 pukul 14:40 WIB

