



Motivating Language Theory dalam Membangun Citra Kepemimpinan Perempuan Yogyakarta

Chintya Maharani^{1,*}, Rhafidilla Vebrynda²

^{1,2}*Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya Tamantirto Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia*

*chintyaazq@gmail.com

Received: 16 Februari 2026; Accepted: 24 Maret 2026; First Available Online 26 Maret 2026;
Published: 20 Mei 2026

DOI:10.15575/jp.v10i1.449

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi seorang ketua organisasi Ikatan Duta Bahasa DIY periode 2023-2025 dalam membangun citra kepemimpinan perempuan melalui tiga dimensi *Motivating Language Theory* (MLT) serta kontribusinya terhadap efektivitas organisasi. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang melibatkan satu pemimpin perempuan sebagai subjek utama dan empat anggota sebagai informan pendukung. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi sebagai bentuk triangulasi. Analisis dan penyajian hasil dilakukan secara terpisah berdasarkan tiga dimensi utama MLT, yaitu *direction-giving language* (bahasa pengarahan), *empathetic language* (bahasa empati), dan *meaning-making language* (bahasa pencipta makna). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *direction-giving language* digunakan untuk memberikan kejelasan tugas, pembagian peran, serta koordinasi kerja tanpa bersifat otoriter. *Empathetic language* berperan dalam membangun hubungan interpersonal yang empatik serta memperkuat dukungan emosional. Sementara itu, *meaning-making language* menanamkan nilai dan makna organisasi, serta meningkatkan keterikatan anggota terhadap tujuan bersama. Integrasi ketiga dimensi tersebut membentuk citra kepemimpinan perempuan yang komunikatif, humanis, dan bermakna.

Kata Kunci: Kepemimpinan Perempuan; Komunikasi Kepemimpinan; *Motivating Language Theory*

Abstract

This study aims to analyze the communication strategy of the head of the Yogyakarta Language Ambassadors Association (DIY) for the 2023-2025 period, focusing on building the image of female leadership through three dimensions of Motivating Language Theory (MLT) and its contribution to organizational effectiveness. The study used a qualitative descriptive case study approach, with one female leader as the primary subject and four members as supporting informants. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation as a form of triangulation. Analysis and presentation of the results were conducted separately for the three main dimensions of MLT: direction-giving language, empathetic language, and meaning-making language. The results show that direction-giving language is used to provide task clarity, role division, and work coordination without being authoritarian. Empathetic language plays a role in building empathetic interpersonal relationships and strengthening emotional support. Meanwhile, meaning-making language instills organizational values and meaning, and increases member engagement with shared goals. The integration of these three dimensions creates an image of female leadership that is communicative, humanistic, and meaningful.

Keywords: *Women's Leadership; Leadership Communication; Motivating Language Theory*

A. Pendahuluan

Kepemimpinan merupakan bidang kajian penting dalam ilmu sosial dan komunikasi, karena kepemimpinan tidak hanya berkaitan dengan posisi formal, tetapi juga proses interaksi yang dibangun melalui komunikasi, simbol, dan konstruksi makna. Pemimpin yang efektif tidak sekadar mengandalkan otoritas struktural, tetapi mampu memengaruhi, memotivasi, dan menggerakkan anggota organisasi melalui strategi komunikasi yang mereka gunakan (Fairhurst & Connaughton, 2014a). Dalam konteks Indonesia, studi kualitatif pada staf Perpustakaan Nasional Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan bahasa motivatif oleh pemimpin dipengaruhi oleh budaya kolektif organisasi serta perbedaan nilai budaya dibandingkan konteks Barat yang mendominasi literatur *Motivating Language Theory* (MLT) (Farida, 2017).

Sejalan dengan temuan tersebut, analisis literatur sistematis terhadap kajian MLT menunjukkan bahwa minat penelitian dalam *leadership communication* terus meningkat, terutama pada sektor privat. Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada pengukuran kuantitatif hubungan antara bahasa pemimpin dan *outcome* organisasi seperti kinerja serta keterlibatan kerja (Rachmani et al., 2025). Selain itu, penelitian kuantitatif pada karyawan di Indonesia menemukan bahwa bahasa motivatif pemimpin berkorelasi positif dengan tingkat identifikasi anggota terhadap organisasi melalui pembentukan budaya emosional yang positif, dengan iklim keadilan prosedural sebagai variabel moderator (Faisal & Salendu, 2024).

Isu mengenai kepemimpinan perempuan menjadi semakin relevan seiring meningkatnya keterlibatan perempuan dalam posisi strategis di berbagai sektor. Meskipun demikian, *stereotip* gender masih menjadi tantangan signifikan. Perempuan seringkali dianggap kurang tegas atau kurang kompetitif dibandingkan pemimpin laki-laki, sebuah bias yang dikaji dalam teori *role congruity* (Alice H Eagly 1 & Linda L Carli, 2007). Padahal dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan cenderung menonjolkan empati, kolaborasi, dan komunikasi suportif karakteristik yang justru sangat dibutuhkan dalam organisasi modern yang menuntut kerja sama, adaptivitas, dan inovasi (Klenke, 2012). Bahkan, studi-studi kontemporer menemukan bahwa gaya kepemimpinan transformatif dan komunikatif lebih banyak diadopsi oleh perempuan (Vinkenburg et al., 2011a).

Di Indonesia sendiri, tokoh seperti Sri Mulyani dan Retno Marsudi menjadi contoh keberhasilan pemimpin perempuan yang menggunakan komunikasi strategis untuk menjalankan peran publiknya (Putri et al., 2022). Namun demikian, perempuan tetap menghadapi hambatan berupa bias gender, beban ganda, hingga bentuk ketidakadilan struktural lainnya (Vinkenburg et al., 2011b). Beberapa penelitian terbaru di bidang komunikasi organisasi menunjukkan bahwa cara seorang pemimpin berbicara langsung memengaruhi seberapa aktif, berkomitmen, dan bersikap proaktif para anggotanya. Penelitian yang dilakukan

oleh (Kim & Meganck, 2025) dalam jurnal *Public Relations Review* menunjukkan bahwa cara pemimpin menggunakan bahasa yang menginspirasi secara signifikan meningkatkan tingkat kepercayaan organisasi dan dukungan karyawan terhadap nilai-nilai sosial yang dimiliki organisasi tersebut. Penelitian lain menemukan bahwa komunikasi kepemimpinan yang berorientasi pada makna dan empati berkontribusi terhadap peningkatan *work engagement* serta memperkuat hubungan psikologis antara anggota dan organisasi (Zada et al., 2025). Penelitian (Agung et al., 2024) menunjukkan bahwa *motivating language* pemimpin berkaitan langsung dengan *employee voice behavior* dengan dimediasi oleh budaya emosional positif dalam organisasi, serta dimoderasi oleh iklim keadilan prosedural (*procedural justice climate*).

Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa bahasa kepemimpinan merupakan determinan penting dalam efektivitas organisasi. Namun, mayoritas penelitian tersebut dilakukan dalam konteks korporasi, sektor bisnis, dan organisasi formal berskala besar, sehingga generalisasinya pada organisasi berbasis budaya dan kebahasaan masih terbatas secara kontekstual. Di sisi lain, kepemimpinan perempuan di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan di ruang publik sebagaimana dicontohkan oleh Sri Mulyani Indrawati dan Retno Marsudi, namun studi empiris yang secara spesifik mengintegrasikan perspektif gender dengan kerangka *Motivating Language Theory* dalam organisasi kebahasaan masih sangat minim. Dari kajian artikel sebelumnya ini terlihat bahwa terdapat kekosongan empiris dalam literatur nasional dan internasional terkait aplikasi *Motivating Language Theory* dalam konteks kepemimpinan perempuan di organisasi kebahasaan, sehingga menjadi dasar penting bagi penelitian lanjutan.

Untuk memahami bagaimana strategi komunikasi membentuk efektivitas kepemimpinan, penelitian ini menggunakan *Motivating Language Theory* (MLT) yang pertama kali diperkenalkan oleh (Sullivan, 1988a) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Mayfield dan koleganya. Teori ini menjelaskan bagaimana pemimpin memotivasi, memberi arah, dan membangun makna melalui bahasa. MLT terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu *direction-giving language* (bahasa pengarahan) yang berfungsi mengurangi ketidakpastian dan memberikan kejelasan tugas; *empathetic language* (bahasa empati) yang menumbuhkan kedekatan emosional, rasa aman, dan dukungan interpersonal; serta *meaning-making language* (bahasa pencipta makna) yang membantu menghubungkan aktivitas organisasi dengan nilai-nilai, visi, serta identitas kolektif (Sullivan, 1988b).

Dalam penelitian ini, ketiga dimensi MLT dioperasionalkan sebagai berikut: *direction-giving language* (bahasa pengarahan) merujuk pada bagaimana subjek memberikan arahan kerja, penjelasan tugas, atau instruksi strategis kepada anggota; *empathetic language* (bahasa empati) dilihat melalui cara subjek mengekspresikan dukungan emosional, mendengarkan keluhan, dan membangun hubungan interpersonal; sementara *meaning-making language* (bahasa pencipta makna) dianalisis melalui cara subjek mengaitkan program organisasi dengan

misi literasi, nilai pengabdian, dan identitas organisasi. Ketiga konsep ini menjadi lensa utama untuk memahami gaya komunikasi dan citra kepemimpinan perempuan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi memainkan peran penting dalam membentuk efektivitas kepemimpinan (Fairhurst & Connaughton, 2014b) menegaskan bahwa komunikasi pemimpin bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan, tetapi sarana membangun realitas sosial organisasi (Conger, 1991) menyatakan bahwa gaya komunikasi persuasif diperlukan untuk menciptakan visi yang menginspirasi pengikut. Dalam konteks gender, penelitian (Carli & Eagly, 2016) menemukan bahwa perempuan menunjukkan performa lebih baik ketika menggunakan gaya komunikasi partisipatif yang memadukan ketegasan dan empati. Sementara itu, studi berbasis *Motivating Language Theory* menunjukkan bahwa bahasa motivasional pemimpin berkorelasi langsung dengan kepuasan, kepercayaan, motivasi, serta loyalitas anggota (Madlock & Sexton, 2015); (M. Mayfield & Mayfield, 2016). Penelitian (Holmes, 2016) memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa bahasa pencipta makna dapat meningkatkan persepsi positif terhadap citra kepemimpinan, terutama dalam organisasi yang berorientasi pelayanan.

Namun, penelitian mengenai kepemimpinan perempuan dalam organisasi kebahasaan di Indonesia masih terbatas, khususnya yang mengkaji strategi komunikasi dan gaya bahasa kepemimpinan. Kajian sistematis menunjukkan bahwa dalam perspektif komunikasi organisasi, kepemimpinan perempuan banyak menggunakan gaya komunikasi demokratis dan partisipatif, namun masih sedikit penelitian yang secara empiris mengevaluasi ini dalam konteks organisasi kebahasaan atau literasi berbasis kerangka komunikasi yang kuat (Umar, 2021). Penelitian empiris lainnya di Indonesia juga menunjukkan variasi gaya komunikasi pemimpin perempuan pada konteks pemerintahan lokal yang menunjukkan karakter adaptif terhadap situasi dan kebutuhan publik, termasuk dalam menyesuaikan pesan komunikasi yang efektif untuk publik dan anggota organisasi (Affandi et al, 2022). Sementara itu, dalam penelitian kuantitatif pada konteks organisasi bisnis di Jakarta, gaya kepemimpinan perempuan dan komunikasi yang efektif terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi kerja karyawan, menunjukkan bahwa karakter komunikasi kepemimpinan perempuan dapat meningkatkan motivasi kerja melalui penyampaian informasi yang jelas dan hubungan interpersonal yang positif (Nataleo & Susilo, . 2025).

Meskipun temuan-temuan tersebut memperlihatkan relevansi komunikasi dalam kepemimpinan perempuan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada sektor pemerintahan dan bisnis. Kajian yang secara khusus mengangkat kepemimpinan perempuan dalam organisasi kebahasaan dan literasi, terutama dengan pendekatan teoritis seperti *Motivating Language Theory* (MLT), masih jarang ditemukan.

Dalam konteks tersebut, Ikatan Duta Bahasa DIY pada periode 2023-2024 dan 2024-2025 dipimpin oleh perempuan muda yang memiliki kapasitas kepemimpinan, kompetensi

komunikasi, serta kemampuan membangun relasi organisasi yang kuat. Kepemimpinan perempuan dalam konteks ini memiliki kelebihan berupa pendekatan yang inklusif, partisipatif, serta sensitivitas terhadap dinamika emosional anggota organisasi. Ikatan Duta Bahasa DIY merupakan organisasi yang memiliki peran strategis dalam pengembangan literasi dan pelestarian bahasa. Beberapa penelitian terkait kepemimpinan perempuan di organisasi pendidikan dan budaya menunjukkan kecenderungan gaya kepemimpinan yang kolaboratif, empatik, dan transformatif (Iin Ferolita et al., 2024). Karena itu, penelitian ini memusatkan perhatian pada figur Anisa Ferunika Tarisma Putri, S.H., Ketua Ikatan Duta Bahasa DIY periode tersebut, sebagai studi kasus untuk memahami bagaimana seorang pemimpin perempuan muda mengonstruksi citra kepemimpinannya melalui gaya komunikasi berbasis MLT.

Anisa dikenal sebagai pemimpin yang mengedepankan kolaborasi dan empati, karakteristik yang sering dikaitkan dengan kepemimpinan feminin. Pengalamannya sebagai paralegal di Pusat Konsultasi dan Bantuan Hukum FH UMY memperkuat kapasitasnya dalam komunikasi interpersonal, terutama dalam menyampaikan pesan secara jelas, diplomatis, dan persuasif (Anisa Ferunnika Tarisma Putri, 2025). Selain itu, perannya sebagai *public speaker*, MC, moderator, dan mentor komunikasi melalui platform di media sosial nya memperkuat citra komunikatifnya sebagai pemimpin muda yang profesional dan inspiratif (Anisa Ferunika Tarisma Putri, 2024).

Melalui kerangka *Motivating Language Theory*, penelitian ini bertujuan menggambarkan bagaimana gaya komunikasi Anisa membentuk citra kepemimpinannya dan memengaruhi efektivitas organisasi. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dengan memperluas pemahaman mengenai strategi komunikasi pemimpin perempuan melalui MLT yang masih jarang digunakan dalam kajian kepemimpinan gender. Secara praktis, penelitian ini memberikan gambaran empiris tentang bagaimana pemimpin perempuan muda dapat memanfaatkan bahasa motivasional untuk memperkuat pengaruhnya, membangun citra, dan menjalankan kepemimpinan yang efektif di ruang publik maupun organisasi sosial.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis strategi komunikasi pemimpin perempuan dalam membangun citra kepemimpinannya. Fokus penelitian diarahkan pada gaya komunikasi serta peran pemimpin perempuan dalam membentuk citra kepemimpinan di organisasi. Gaya kepemimpinan menjadi aspek yang dikaji karena merefleksikan pola komunikasi, mekanisme pengambilan keputusan, serta pendekatan interpersonal yang secara langsung memengaruhi persepsi anggota terhadap sosok pemimpin. Dengan demikian, analisis terhadap gaya komunikasi dipahami sebagai

bagian integral dari proses konstruksi citra kepemimpinan yang terbentuk dalam dinamika organisasi.

Analisis data mengacu pada kerangka *Motivating Language Theory* (MLT) yang mencakup *direction-giving language* (bahasa pengarahan) merujuk pada komunikasi yang memberikan kejelasan tugas, arahan kerja, dan ekspektasi guna mengurangi ambiguitas peran, *empathetic language* (bahasa empati) berkaitan dengan ungkapan kepedulian, dukungan, serta penghargaan terhadap anggota, dan *meaning-making language* (bahasa pencipta makna) merupakan bahasa yang digunakan pemimpin untuk menghubungkan pekerjaan dengan nilai, visi, dan tujuan organisasi sehingga anggota memahami makna yang lebih luas dari tugas yang dijalankan (J. Mayfield et al., 2021). Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam dan kontekstual terhadap praktik komunikasi kepemimpinan dalam situasi nyata (Hollweck, 2015). Subjek utama dalam penelitian ini adalah Anisa Ferunika Tarisma Putri, pemimpin perempuan yang menjabat sebagai Ketua Ikatan Duta Bahasa Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Selain itu, penelitian ini melibatkan informan pendukung yang terdiri atas Niha Khorunnissa, Irgiawan Aditya Rangga, Dyah Niken Rahmawati, dan Razif Raihan yang merupakan anggota Ikatan Duta Bahasa DIY.

Keempat informan tersebut dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan organisasi serta intensitas interaksi dengan ketua selama masa kepemimpinan berlangsung. Pemilihan nama-nama tersebut juga didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka berasal dari latar keanggotaan dan periode keterlibatan yang berbeda dalam masa jabatan ketua. Perbedaan pengalaman tersebut memungkinkan peneliti memperoleh perspektif yang lebih beragam dan objektif mengenai gaya komunikasi serta dinamika kepemimpinan yang dijalankan. Dengan demikian, keterangan yang diberikan tidak hanya merepresentasikan satu sudut pandang, tetapi mencerminkan pengalaman kolektif anggota dari berbagai fase kepemimpinan, sehingga meningkatkan kedalaman dan kejujuran data yang diperoleh.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam yang diselenggarakan secara daring menggunakan Google Meet pada tanggal 1 Desember 2025 serta 15-17 Desember 2025. Wawancara tersebut bertujuan untuk menggali informasi terkait gaya komunikasi, strategi kepemimpinan, serta penerapan bahasa motivasional dalam praktik kepemimpinan yang dijalankan. Selain melalui wawancara, pengumpulan data juga dilakukan dengan observasi terhadap praktik komunikasi dan koordinasi organisasi yang dijalankan oleh pemimpin perempuan, serta melalui dokumentasi sebagai upaya triangulasi data. Data dokumentasi bersumber dari arsip kegiatan dan konten media sosial Instagram @dutabahasadiy, @immarfakhruddin, @pintar.ngomong, serta akun pribadi @afnrktp yang merepresentasikan aktivitas kepemimpinan dan pola komunikasi. Seluruh data yang diperoleh selanjutnya dianalisis guna memperdalam pemahaman mengenai strategi komunikasi pemimpin perempuan dalam membentuk citra kepemimpinannya.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian hasil dan pembahasan ini memaparkan temuan penelitian terkait strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemimpin perempuan dalam membangun citra serta efektivitas kepemimpinannya di Ikatan Duta Bahasa DIY. Analisis difokuskan pada praktik komunikasi kepemimpinan yang dikaji menggunakan kerangka *Motivating Language Theory* (MLT), yang terdiri atas tiga dimensi utama, yaitu *direction-giving language*, *empathetic language*, dan *meaning-making language*.

Temuan penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap praktik komunikasi kepemimpinan Anisa Ferunika Tarisma Putri. Analisis juga diperkuat dengan penelaahan komunikasi publik Anisa di ruang digital melalui akun Instagram @dutabahasadiy, @immarfakhruddin, @pintar.ngomong, serta akun pribadi @afrnkt, yang merepresentasikan personal branding dan pembentukan citra kepemimpinan perempuan. Seluruh temuan dianalisis secara integratif dengan mengaitkan data empiris, teori, dan penelitian terdahulu yang relevan.

1. Penggunaan *Direction-Giving Language* (bahasa pengarahan) dalam Kepemimpinan Organisasi

Dalam konteks kepemimpinan organisasi, kemampuan pemimpin dalam memberikan arahan yang jelas merupakan elemen penting untuk memastikan tugas dan tanggung jawab anggota dapat dijalankan secara efektif. Dalam *Motivating Language Theory* (MLT), bentuk komunikasi ini dikenal sebagai *direction-giving language* (bahasa pengarahan), yaitu bahasa yang digunakan pemimpin untuk menjelaskan tujuan, prosedur kerja, pembagian tugas, serta ekspektasi kinerja secara rinci kepada anggota (J. Mayfield & Mayfield, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara, Anisa selaku Ketua Ikatan Duta Bahasa DIY menjelaskan bahwa ia tidak memposisikan diri sebagai atasan yang bersifat hierarkis, melainkan tetap memberikan arahan kerja yang jelas dan terkoordinasi. Anisa menyampaikan bahwa dalam memberikan instruksi ia selalu mengedepankan kesetaraan, musyawarah, dan kejelasan tugas. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan Anisa: “Instruksi yang sering saya lakukan adalah bagaimana saya lebih ke personal gitu. Saya memandang itu sama-sama rata dan ketika saya menginstruksikan maka saya minta tolong ya ini ya, bisa enggak. Jadi saya tidak pernah memaksa.” (Wawancara Anisa Ferunika Tarisma Putri, Ketua Ikatan Duta Bahasa DIY). Meskipun demikian, Anisa juga menegaskan bahwa dalam kondisi tertentu yang membutuhkan keputusan cepat, ia tetap mengambil peran sebagai pengambil keputusan dan kemudian mengomunikasikan alasan di balik keputusan tersebut kepada anggota.

Data observasi mendukung pernyataan tersebut. Dalam berbagai rapat kegiatan organisasi yang diikuti peneliti seperti rapat perencanaan kegiatan Duta Bahasa, program kerja Krida

Aktivistis Kampus, pembentukan panitia penyambutan Duta Bahasa baru, serta kegiatan sosialisasi bahasa ke sekolah Anisa memimpin rapat dengan membuka ruang diskusi terlebih dahulu sebelum menetapkan pembagian tugas. Dalam rapat-rapat tersebut, Anisa secara sistematis menjelaskan nama kegiatan, tujuan pelaksanaan, alur waktu (*timeline*), serta peran masing-masing divisi, kemudian meminta konfirmasi kesiapan dan masukan dari anggota. Pola komunikasi ini menunjukkan praktik *direction-giving language* yang bersifat partisipatif, di mana pengarahan tidak disampaikan secara satu arah, melainkan melalui proses dialog dan keterlibatan anggota dalam pengambilan keputusan.

“Kak Feru tipe orang yang dari awal itu menjelaskan ini namanya acaranya apa, kapan, gimana, apa yang harus kita lakukan, terus ngasih wejangan apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan. Jadi arahnya cukup jelas dan sangat mudah dipahami.” (Wawancara Niha Khorunnissa, Anggota). Hal serupa juga disampaikan oleh Irgiawan Aditya Rangga yang menilai bahwa arahan Ketua disampaikan secara disiplin namun tidak bersifat menekan. Ia menyatakan: “Arahan yang diberikan itu selalu dalam konteks yang santai tapi tetap punya kredibilitas sebagai ketua. Bukan tegas dalam arti negatif, tapi disiplin sesuai ranahnya.” (Wawancara Irgiawan Aditya Rangga, Anggota).

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *direction-giving language* oleh Anisa berfungsi sebagai alat koordinasi utama dalam organisasi. Kejelasan instruksi disertai dengan pendekatan musyawarah membuat anggota memahami tugas tanpa merasa tertekan. Ketegasan Ketua tidak dipersepsikan sebagai otoriter, melainkan sebagai bentuk tanggung jawab struktural yang dibutuhkan dalam organisasi.

Pada prakteknya Anisa Ferunika Tarisma Putri secara konsisten menerapkan bahasa pengarahan dalam kepemimpinannya sebagai Ketua Ikatan Duta Bahasa DIY. Dalam menjalankan peran tersebut, ia tidak memosisikan diri sebagai pemimpin yang bersifat otoriter, melainkan sebagai koordinator yang berfokus pada kejelasan komunikasi. Arahan yang disampaikan mencakup penjelasan tujuan kegiatan, pembagian peran antaranggota, serta tanggung jawab yang harus dijalankan oleh masing-masing individu dalam organisasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan *direction-giving language* oleh Anisa berfungsi sebagai alat koordinasi utama dalam organisasi. Kejelasan instruksi yang disampaikan secara dialogis, persuasif, dan tanpa tekanan hierarkis memberi ruang kepada anggota untuk memahami tugas tanpa merasa tertekan atau terintimidasi. Pendekatan ini sejalan dengan temuan (Rabiul & Yean, 2021) yang menyatakan bahwa *direction-giving language* tidak hanya membantu memperjelas ekspektasi, tetapi juga meningkatkan pemahaman serta keterlibatan kerja anggota tim. Lebih lanjut, (J. R. Mayfield et al., 1998) menjelaskan bahwa *direction-giving language* mencakup penyampaian tahapan kerja yang terstruktur, pembagian peran yang jelas di dalam organisasi, serta penegasan terhadap standar dan harapan kinerja. Kerangka ini sejalan dengan pengalaman anggota Ikatan Duta Bahasa DIY yang menilai bahwa

arahan yang diberikan Ketua mampu membangun sistem kerja yang terorganisasi, mudah dipahami, dan dapat dijalankan secara efektif oleh seluruh anggota.

2. *Empathetic Language* (Pendekatan Humanis dan Kepedulian Emosional)

Dalam *Motivating Language Theory*, *empathetic language* merujuk pada bahasa pemimpin yang menunjukkan kepedulian, empati, dan dukungan emosional kepada anggota (J. Mayfield & Mayfield, 2018). Bahasa ini berperan penting dalam membangun rasa aman psikologis dan hubungan interpersonal yang sehat di dalam organisasi.

Anisa secara sadar memosisikan dirinya sebagai penengah ketika anggota mengalami kesulitan atau konflik. Anisa menyampaikan bahwa ketua harus mampu menciptakan suasana kekeluargaan dan menjadi tempat anggota merasa aman untuk menyampaikan persoalan. Hal ini diungkapkan Anisa: “Ketua itu harus mampu untuk menjadi penengah. Saya mencoba membentuk lingkungan yang berasa keluarga, kita harus saling gotong royong karena memang ini kerja-kerja pengabdian yang tidak bisa dipaksakan.” (Wawancara Anisa Ferunika Tarisma Putri, Ketua Ikatan Duta Bahasa DIY).

Pendekatan empatik tersebut dirasakan langsung oleh anggota. Niha Khorunnissa menyatakan bahwa Ketua tidak menyalahkan anggota ketika terjadi kesalahan, melainkan mengajak berdiskusi dan mencari solusi bersama. Niha Khorunnissa menuturkan: “Kak Feru enggak terlalu marah, tapi mengkomunikasikannya itu dengan baik. Masalahnya apa, solusinya seperti apa, dan selalu memberi ruang untuk belajar dari kesalahan tanpa menyudutkan.” (Wawancara Niha Khorunnissa, Anggota).

Pendekatan ini juga tercermin dalam unggahan akun @pintar.ngomong, yang menampilkan Anisa sebagai mentor komunikasi. Dalam sesi mentoring dan kelas terbuka, ia kerap menekankan pentingnya proses belajar, kegagalan sebagai bagian dari pengembangan diri, serta komunikasi yang tidak menghakimi. Praktik ini memperlihatkan konsistensi *empathetic language* baik dalam konteks organisasi maupun profesional. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *empathetic language* oleh Anisa mencerminkan pendekatan kepemimpinan yang humanis. Ketua tidak hanya berfokus pada pencapaian program, tetapi juga pada kondisi emosional anggota. Hal ini menciptakan rasa aman, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat solidaritas organisasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (M. Mayfield & Mayfield, 2021) dalam jurnal *Administrative Sciences* menunjukkan bahwa *empathetic language* berperan signifikan dalam membangun kepercayaan dan rasa aman psikologis melalui hubungan interpersonal yang suportif antara pemimpin dan anggota. Bahasa empatik memungkinkan pemimpin menciptakan lingkungan yang inklusif, di mana anggota merasa diterima dan dilibatkan secara emosional dalam aktivitas organisasi.

Selain itu, penelitian (Muss et al., 2025) yang mengidentifikasi bahwa kepemimpinan empatik berkontribusi pada peningkatan kualitas hubungan interpersonal, kesejahteraan psikologis, serta efektivitas kerja tim. Pemimpin yang menunjukkan empati secara konsisten cenderung mampu menurunkan ketegangan emosional dan meningkatkan kesiapan anggota untuk belajar dari kesalahan serta berpartisipasi aktif dalam organisasi. Temuan ini relevan dengan pengalaman anggota yang merasa aman untuk berdiskusi dan memperbaiki diri di bawah kepemimpinan Anisa.

Temuan ini juga diperkuat oleh kajian (Sapta Rini Widyawati, 2025) yang menyatakan bahwa *psychological safety* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan individu dalam organisasi. Lingkungan kerja yang aman secara psikologis yang dibangun melalui komunikasi terbuka, dukungan pemimpin, dan sikap non-menghakimi mendorong anggota untuk berani menyampaikan pendapat, mengakui kesalahan, serta terlibat aktif dalam proses organisasi. Pola tersebut selaras dengan pengalaman anggota yang merasakan keamanan emosional di bawah kepemimpinan Anisa.

3. *Meaning-Making Language* Penanaman Nilai dan Pembentukan Makna Kepemimpinan

Dalam kerangka *Motivating Language Theory* (MLT), *meaning-making language* merujuk pada penggunaan bahasa oleh pemimpin untuk menghubungkan anggota dengan nilai, visi, dan makna di balik suatu pekerjaan atau tujuan organisasi. Bahasa ini berperan dalam memberikan konteks tindakan, memperkuat komitmen bersama, serta membangun ikatan emosional yang kuat antara pemimpin dan anggota organisasi.

Analisis data wawancara menunjukkan bahwa Anisa secara konsisten menggunakan *meaning-making language* untuk menanamkan nilai budaya organisasi dan mengaitkan setiap tugas dengan tujuan besar Ikatan Duta Bahasa DIY. Hal ini terbukti dari upayanya dalam mendorong anggota memahami arah visi organisasi melalui dialog terbuka dan refleksi bersama pada setiap kegiatan.

Menurut Dyah Niken Rahmawati, penggunaan bahasa yang bermakna oleh Ketua bukan sekadar menyampaikan tugas, melainkan juga menyatukan pemahaman anggota terhadap tujuan bersama:

“Kak Feru selalu nggak cuma bilang ini aja tugasnya, tapi juga cerita kenapa itu penting buat kita semua. Jadi kita ngerti bukan sekadar tugas, tapi prosesnya juga berarti buat organisasi.” (Wawancara Dyah Niken Rahmawati, Anggota).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa bahasa yang dibangun Ketua mengandung penjelasan kontekstual yang menghubungkan tugas dengan tujuan strategis organisasi, sehingga anggota merasa memiliki peran dalam pencapaian visi tersebut.

Demikian pula, Razif Raihan memberi gambaran bahwa *meaning-making language* membantu menciptakan rasa keterikatan yang lebih dalam terhadap nilai organisasi:

“Beliau sering ngaitin kegiatan kita dengan nilai-nilai kebersamaan dan pesan budaya bahasa. Jadi bukan cuma kita kerja, tapi kita merasakan kerja itu ada maknanya.” (Wawancara Razif Raihan, Anggota).

Penggunaan *meaning-making language* ini diperkuat oleh citra personal Anisa di akun @afrnktpt, yang menunjukkan konsistensi dirinya sebagai komunikator profesional dan figur publik yang aktif dalam forum-forum edukasi. Representasi ini memperkuat makna kepemimpinan yang tidak hanya administratif, tetapi juga simbolik dan inspiratif.

Penggunaan *meaning-making language* oleh Anisa memperkuat koneksi organisasi karena komunikasi bukan hanya bersifat operasional, tetapi juga naratif dan simbolik. Pesan-pesan yang memperjelas makna tugas sekaligus menanamkan nilai meningkatkan keterikatan emosional anggota terhadap organisasi, yang dapat berdampak pada peningkatan motivasi internal dan solidaritas kelompok.

Temuan hasil wawancara tersebut diperkuat oleh sejumlah penelitian sebelumnya yang menekankan peran strategis *meaning-making language* dalam membantu anggota organisasi memahami makna di balik pelaksanaan tugas serta menumbuhkan keterikatan emosional dengan organisasi. (Holmes et al., 2024) menunjukkan bahwa pemimpin yang secara konsisten menghubungkan aktivitas kerja dengan nilai, visi, dan narasi organisasi mampu membangun rasa memiliki dan kesamaan pemahaman di antara anggota. Melalui penggunaan *meaning-making language*, tugas tidak lagi dipersepsikan sebatas kewajiban administratif, tetapi dipahami sebagai bentuk kontribusi nyata terhadap tujuan bersama organisasi. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Dyah Niken Rahmawati yang mengungkapkan bahwa Ketua selalu menjelaskan latar belakang dan urgensi setiap tugas, sehingga anggota dapat memahami alur kerja sekaligus makna peran mereka bagi organisasi.

Penelitian (Sharip et al., 2020) mengkaji penggunaan *motivating language* oleh pemimpin dalam organisasi wakaf dan menemukan bahwa *meaning-making language* digunakan oleh pemimpin dalam tingkat tertentu untuk menghubungkan nilai kerja dengan tujuan organisasi yang berkorelasi dengan meningkatnya efektivitas manajemen dan pemahaman anggota terhadap konteks pekerjaan mereka. Temuan ini mendukung wawancara yang menunjukkan bahwa Anisa menggunakan bahasa bermakna untuk mengaitkan tugas dengan visi organisasi.

Untuk mendukung dan memperdalam pemaknaan atas temuan hasil wawancara, penelitian (Murtaza & Molnár, 2021) ini mengindikasikan bahwa *motivating language* yang digunakan pemimpin, termasuk *meaning-making language*, berkontribusi positif terhadap penguatan vitalitas serta pembentukan budaya organisasi melalui penyampaian nilai, norma, dan konteks kerja yang bermakna bagi anggota. Temuan tersebut menegaskan bahwa pemimpin yang secara

konsisten mengartikulasikan visi organisasi serta menjelaskan makna di balik pelaksanaan tugas mampu membuat anggota memandang pekerjaannya sebagai sesuatu yang bernilai, sekaligus menumbuhkan keterikatan emosional dengan organisasi. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara anggota yang menunjukkan bahwa pemaknaan tugas oleh pemimpin mendorong rasa memiliki dan komitmen terhadap organisasi.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan secara lebih spesifik bahwa efektivitas kepemimpinan Anisa Ferunika Tarisma Putri sebagai Ketua Ikatan Duta Bahasa Daerah Istimewa Yogyakarta terletak pada konsistensi penggunaan *meaning-making language* dalam setiap program kerja, yang kemudian diperkuat oleh *empathetic language* dalam membangun kedekatan emosional anggota. Sementara itu, *direction-giving language* berfungsi sebagai penguat struktur kerja melalui penyampaian arahan yang jelas dan sistematis. Pola ini menunjukkan bahwa citra kepemimpinan yang terbentuk bukan sekadar hasil dari kemampuan memberi instruksi, tetapi dari kemampuan menghubungkan tugas dengan nilai literasi dan identitas organisasi secara berkelanjutan.

Menurut pandangan peneliti, hasil ini sudah menunjukkan kecenderungan positif karena komunikasi kepemimpinan tidak berhenti pada aspek teknis, melainkan menyentuh aspek makna dan relasi. Namun, hasil yang diharapkan idealnya adalah distribusi *motivating language* yang lebih merata kepada seluruh anggota, bukan hanya dirasakan kuat oleh anggota inti yang memiliki intensitas interaksi tinggi. Dengan kata lain, efektivitas komunikasi seharusnya tidak bergantung pada kedekatan personal atau frekuensi pertemuan, melainkan terlembaga dalam sistem komunikasi organisasi.

Implikasinya, secara teoretis temuan ini memperkuat penerapan *Motivating Language Theory* dalam konteks organisasi kebahasaan. Secara praktis, hasil ini sudah sejalan dengan tujuan membangun citra kepemimpinan yang komunikatif dan humanis, tetapi masih memerlukan penguatan pada aspek pemerataan komunikasi agar citra yang terbentuk bersifat kolektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, implikasi penelitian dapat dikatakan relevan, namun optimalisasinya bergantung pada konsistensi praktik komunikasi di seluruh lini organisasi.

Referensi

- Affandi Et Al. (2022). Gaya Komunikasi Kepemimpinan Perempuan (Studi Kualitatif Deskriptif Dr. Hj. Cellica Nurrhadiana Sebagai Bupati Kabupaten Karawang Dari Perspektif Ilmu Komunikasi). *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNI*, 5.
- Agung, M., Wahyu, A., & Salendu, T. (2024). *The Journal Of Behavioral Science (TJBS) Leader's Motivating Language And Employee Voice Behavior: Exploring The Roles Of Positive Emotional Culture As A Mediator And Procedural Justice Climate As A Moderator* (Vol. 19, Number 2). <https://Orcid.Org/0000-0001-8898-4021>

- Alice H Eagly 1, & Linda L Carli. (2007). Women And The Labyrinth Of Leadership. *National Library Of Medicine*, 9, 62–71.
- Anisa Ferunika Tarisma Putri, S. H. (2024). @Afrnktpt.
- Anisa Ferunnika Tarisma Putri, S. H. (2025). *Curriculum Vitae*.
- Carli, L. L., & Eagly, A. H. (2016). Women Face A Labyrinth: An Examination Of Metaphors For Women Leaders. *Gender In Management: An International Journal*, 31(8), 514–527. <https://doi.org/10.1108/GM-02-2015-0007>
- Conger, J. A. (1991). Inspiring Others: The Language Of Leadership. *Academy Of Management Perspectives*, 5(1), 31–45. <https://doi.org/10.5465/Ame.1991.4274713>
- Fairhurst, G. T., & Connaughton, S. L. (2014a). Leadership: A Communicative Perspective. *Leadership*, 10(1), 7–35. <https://doi.org/10.1177/1742715013509396>
- Fairhurst, G. T., & Connaughton, S. L. (2014b). Leadership: A Communicative Perspective. *Leadership*, 10(1), 7–35. <https://doi.org/10.1177/1742715013509396>
- Faisal, F. F., & Salendu, A. (2024). The Role Of Culture, Leader Motivating Language, And Procedural Justice Climate On Organizational Identification. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 170–181. <https://doi.org/10.23917/Indigenous.V9i2.4793>
- Farida, A. (N.D.). (2017) *Interpretasi Staf Pada Bahasa Motivasi Pimpinan (Studi Komunikasi Internal Perpustakaan Nasional)*.
- Hollweck, T. (2015). Robert K. Yin. (2014). *Case Study Research Design And Methods (5th Ed.)*. *Canadian Journal Of Program Evaluation*, 30(1), 108–110. <https://doi.org/10.3138/Cjpe.30.1.108>
- Holmes, W. T. (2016). Motivating Language Theory: Antecedent Variables – Critical To Both The Success Of Leaders And Organizations. *Development And Learning In Organizations: An International Journal*, 30(3), 13–16. <https://doi.org/10.1108/DLO-10-2015-0085>
- Holmes, W. T., Mckim, C. A., & Hill, T. (2024). Principal Talk Viewed Through The Motivating Language Theory Lens: A Qualitative Study. In *Educational Research: Theory And Practice* (Vol. 35, Number 1).
- Iin Ferolita, Marwiah Marwiah, & Novita Majid. (2024). Studi Tentang Kepemimpinan Perempuan Di Lingkungan Organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Mulawarman. *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa*, 2(3), 296–302. <https://doi.org/10.59059/Perspektif.V2i3.1535>
- Kim, Y., & Meganck, S. (2025). The Ripple Effects Of Leadership's Motivating Language: Cultivating Employee Support For Corporate Social Advocacy And Organizational Trust. *Public Relations Review*, 51(4), 102615. <https://doi.org/10.1016/J.Pubrev.2025.102615>
- Klenke, K. (2012). Women In Leadership: Context, Dynamics And Boundaries. *Human Resource Management International Digest*, 20(6). <https://doi.org/10.1108/Hrmid.2012.04420faa.013>
- Madlock, P. E., & Sexton, S. (2015). An Application Of Motivating Language Theory In Mexican Organizations. *International Journal Of Business Communication*, 52(3), 255–272. <https://doi.org/10.1177/2329488415572783>
- Mayfield, J., & Mayfield, M. (2018). *Motivating Language Theory*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-66930-4>
- Mayfield, J., Mayfield, M., & Neck, C. P. (2021). Speaking To The Self: How Motivating Language Links With Self-Leadership. *International Journal Of Business Communication*, 58(1), 31–54. <https://doi.org/10.1177/2329488417731861>

- Mayfield, J. R., Mayfield, M. R., & Kopf, J. (1998). THE EFFECTS OF LEADER Motivating Language On Subordinate Performance And Satisfaction. In *Human Resource Management* (Vol. 37, Number 4).
- Mayfield, M., & Mayfield, J. (2016). Growing Self-Leaders: The Role Of Motivating Language. *Development And Learning In Organizations: An International Journal*, 30(5), 14–17. <https://doi.org/10.1108/DLO-03-2016-0025>
- Mayfield, M., & Mayfield, J. (2021). Sound And Safe: The Role Of Leader Motivating Language And Follower Self-Leadership In Feelings Of Psychological Safety. *Administrative Sciences*, 11(2), 51. <https://doi.org/10.3390/Admsci11020051>
- Murtaza, S. A., & Molnár, E. (2021). Leader Motivating Language – The Fuel For Employee Vitality. *Hungarian Statistical Review*, 4(2), 95–110. <https://doi.org/10.35618/Hsr2021.02.En095>
- Muss, C., Tüxen, D., & Fürstenau, B. (2025). Empathy In Leadership: A Systematic Literature Review On The Effects Of Empathetic Leaders In Organizations. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/S11301-024-00472-7>
- Nataleo, S., & Susilo, D. (N.D.). (2025). *Women's Leadership And Effective Communication: The Key To Improving Employee Work Motivation At BPR Jakarta*.
- Putri, A. I., Harini, S., & Wijayati, H. (2022). Politik Luar Negeri Indonesia Dalam Kepemimpinan Retno Marsudi (Studi Kasus Konflik Rohingya 2016-2019). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (JISIP)*, 11(3), 201–222. <https://doi.org/10.33366/Jisip.V11i3.2551>
- Rabiul, M. K., & Yean, T. F. (2021). Leadership Styles, Motivating Language, And Work Engagement: An Empirical Investigation Of The Hotel Industry. *International Journal Of Hospitality Management*, 92, 102712. <https://doi.org/10.1016/J.Ijhm.2020.102712>
- Rachmani, I. D., Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., & Pertamasari, R. B. (2025). Research Trends In Leadership Communication Using Motivating Language Theory: A Systematic Literature Review. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal Of Communications Studies)*, 9(2), 449–464. <https://doi.org/10.25139/Jsk.V9i2.9676>
- Sapta Rini Widyawati. (2025). Psychological Safety, Well-Being, Dan Engagement Di Era Kerja Fleksibel. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 5(2), 17. <https://doi.org/10.53697/Emba.V5i2.3476>
- Sharip, S. M., Awang, M., & Ismail, R. (2020). A Study Of Motivating Language Usage By Leaders In Waqf Institutions In Malaysia. *International Journal Of Academic Research In Progressive Education And Development*, 9(2). <https://doi.org/10.6007/IJARPED/V9-I2/7969>
- Sullivan, J. J. (1988a). Three Roles Of Language In Motivation Theory. *The Academy Of Management Review*, 13(1), 104. <https://doi.org/10.2307/258358>
- Sullivan, J. J. (1988b). Three Roles Of Language In Motivation Theory. *The Academy Of Management Review*, 13(1), 104. <https://doi.org/10.2307/258358>
- Umar, U. (2021). Female Leadership In Organisational Communication Perspective: A Systematic Literature Review. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal Of Communications Studies)*, 5(2), 453–470. <https://doi.org/10.25139/Jsk.V5i2.3508>
- Vinkenburg, C. J., Van Engen, M. L., Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2011a). 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>
- Vinkenburg, C. J., Van Engen, M. L., Eagly, A. H., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2011b). 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>
- Zada, M., Abdalla, A. A., Estay, C., & Nureldeen, W. A. (2025). Leading With Purpose: Unraveling The Impact Of Motivating Language On Work Engagement With A Focus On Psychological Meaningfulness In The Tourism And Hospitality Sector. *BMC Psychology*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-025-02977-6>