

# Peran Media Sosial Dalam Memecahkan Glass Ceiling Di Dunia Politik

<sup>1</sup>Hanifah Ariyanti Dewi, <sup>2</sup>Endah Siswati, <sup>3</sup>Lu'lu UI Maknurah

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Balitar/ Blitar, Indonesia

<sup>1</sup>[Hanifahdewi123@gmail.com](mailto:Hanifahdewi123@gmail.com), <sup>2</sup>[endahsiswati@unisbablitar.ac.id](mailto:endahsiswati@unisbablitar.ac.id), <sup>3</sup>[uul.unisba@gmail.com](mailto:uul.unisba@gmail.com)

Submit : 17 Sept 25 | Diterima : 24 Sept 2025 | Terbit : 26 Sept 2025

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana politikus perempuan memanfaatkan media sosial dalam aktivitas politik serta bagaimana mereka menghadapi dan berusaha memecahkan fenomena glass ceiling. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yang berfokus pada pengalaman hidup informan secara mendalam. Tiga informan dalam penelitian ini adalah Elim Tyu Samba, Dr. Andiwi Meilinda Meifilina, dan Henni Indarriyanti. Ketiganya memiliki latar belakang dan strategi berbeda dalam menggunakan media sosial. Elim menggunakan Instagram dan TikTok untuk menampilkan kerja nyata dan membangun citra sebagai pemimpin muda. Dr. Andiwi memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk menyampaikan gagasan dan menjawab stigma sebagai single parent dengan intelektualitas. Sementara Henni menggunakan WhatsApp untuk komunikasi langsung dengan masyarakat dan menunjukkan kedekatan yang nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial digunakan bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi untuk melawan batasan tak terlihat atau glass ceiling yang sering dialami oleh perempuan dalam politik. Meskipun bentuk hambatannya berbeda-beda, ketiganya menunjukkan bahwa perempuan bisa menjadi pemimpin yang kuat dan dihargai melalui kerja nyata, komunikasi yang baik, serta sikap yang teguh

**Kata Kunci:** Feminisme, Fenomenologi, Glass Ceiling, Media Sosial, Politikus

## PENDAHULUAN

Keterlibatan perempuan dalam politik merupakan bagian penting dari demokrasi yang sehat dan inklusif. Meski demikian, dalam praktiknya, perempuan masih mengalami berbagai hambatan struktural dan kultural yang membatasi ruang gerak mereka dalam mencapai posisi strategis di ranah politik. Salah satu bentuk hambatan tersebut adalah *glass ceiling*—sebuah metafora yang merujuk pada batasan tak terlihat namun nyata, yang menghalangi perempuan untuk menapaki jenjang kekuasaan tertinggi, meskipun memiliki kemampuan dan kualifikasi yang setara dengan laki-laki. Fenomena ini menjadi problem sistemik di berbagai negara, termasuk Indonesia, yang hingga kini masih menunjukkan kesenjangan representasi politik berbasis gender.

Sistem patriarki yang mengakar dalam budaya dan struktur politik di Indonesia menjadikan laki-laki sebagai pemegang dominasi dalam pengambilan keputusan publik. Akibatnya, perempuan sering kali diposisikan sebagai pelengkap atau simbol keterwakilan semata, tanpa benar-benar memiliki pengaruh substantif dalam proses legislasi dan eksekutif. Meskipun telah ada berbagai kebijakan afirmatif, seperti kuota 30% keterwakilan perempuan dalam partai politik dan parlemen, data menunjukkan bahwa pada periode 2024–2029, perempuan hanya mengisi 21,9% kursi di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Angka ini menandakan bahwa berbagai bentuk hambatan, baik yang bersifat struktural maupun simbolik, masih membatasi akses perempuan terhadap kekuasaan politik.

Di tengah realitas tersebut, perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, membuka peluang baru bagi perempuan dalam mengakses ruang-ruang politik yang sebelumnya sulit dijangkau. Media sosial menghadirkan platform yang demokratis, di mana siapa pun dapat menyuarakan aspirasi, membangun citra diri, serta menjangkau publik tanpa harus melalui struktur media tradisional yang sering kali bias terhadap gender. Melalui media sosial, politikus perempuan dapat membangun narasi alternatif

yang menentang stereotip gender, menunjukkan kapabilitas kepemimpinan, serta memperkuat dukungan elektoral dari masyarakat.

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp telah digunakan secara strategis oleh sejumlah politikus perempuan untuk meningkatkan visibilitas dan membangun koneksi yang lebih dekat dengan pemilih. Mereka tidak hanya membagikan agenda dan kegiatan politik, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang bersifat personal dan emosional, yang terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi publik dan kepercayaan terhadap kepemimpinan perempuan. Strategi ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, melainkan ruang perjuangan simbolik untuk memecahkan *glass ceiling* dalam politik.

Namun, studi mengenai bagaimana media sosial dimanfaatkan secara spesifik oleh politikus perempuan sebagai strategi untuk melawan dominasi patriarki dan memecahkan *glass ceiling* masih terbatas. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak membahas peran media sosial dalam konteks kampanye politik secara umum, tanpa menyoroti aspek gender secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menelusuri bagaimana politikus perempuan menggunakan media sosial tidak hanya sebagai media kampanye, tetapi juga sebagai alat perjuangan dalam meruntuhkan batas-batas tak terlihat yang membatasi peran mereka dalam politik. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman subjektif politikus perempuan dalam menghadapi *glass ceiling* dan strategi komunikasi yang mereka bangun di media sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur komunikasi politik dan gender, serta menjadi referensi praktis bagi para aktor politik, organisasi masyarakat sipil, dan pembuat kebijakan dalam perempuan menghadapi fenomena *glass ceiling*? Serta Bagaimana strategi para politikus perempuan menggunakan media sosial untuk memecahkan *glass ceiling* di dunia politik?

## TINJAUAN PUSTAKA

### Patriarki

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, patriarki adalah struktur kekeluargaan yang sangat mementingkan garis keturunan bapak. Istilah patriarki digunakan untuk menggambarkan sebuah system sosial dimana laki-laki sebagai kelompok dominan mengendalikan kekuasaan terhadap kelompok perempuan (Halizah & Faralita, 2023). Kepercayaan masyarakat juga mendukung bahwa laki-laki lebih tinggi kedudukannya dibanding perempuan, dan perempuan hanya bisa dikuasai oleh kaum laki-laki.

Seorang laki-laki menguasai perempuan melalui berbagai cara, dikutip dari jurnal tentang Analisis Sentimen Terhadap Opini Patriarki Menggunakan Metode *Naïve Bayes*, Bhasin menjelaskan beberapa bidang kehidupan yang dikontrol oleh laki-laki terhadap perempuan antara lain; tenaga kerja perempuan, gerak perempuan, dan harta milik serta sumber daya ekonomi lainnya (Kurmasih, Rahaningsih, Dana, & Nuris, 2024). Sistem patriarki yang mendominasi kebudayaan masyarakat menyebabkan kesenjangan dan ketidakadilan gender yang berdampak pada aspek kegiatan manusia.

Perempuan yang terlibat dalam politik sering menghadapi serangan berbasis gender di media sosial, termasuk komentar seksis, pelecehan, dan perendahan kapasitas mereka sebagai pemimpin. Contohnya, dalam Pemilu 2024, calon legislatif perempuan mengalami berbagai komentar negatif yang mencerminkan budaya patriarki yang masih kuat, bahkan di ruang digital (Ahmad, Alfira, Paripurna, & Firman, 2024) Budaya patriarki dalam partai politik sering menghambat perempuan untuk maju ke posisi strategis. Meskipun ada kebijakan afirmatif, implementasinya sering tidak efektif karena dominasi laki-laki dalam struktur partai dan kurangnya dukungan nyata bagi calon perempuan (Lestari & Hertanto, 2024)

### Glass Ceiling

Istilah *glass ceiling* pertama kali digunakan pada tahun 1984 oleh Gay Bryant, seorang editor asal Inggris, dalam wawancaranya dengan majalah *Adweek*. Dalam wawancara tersebut, Bryant menyatakan bahwa perempuan telah mencapai titik tertentu dalam karier mereka yakni di puncak manajemen menengah namun kemudian terhenti dan kesulitan untuk naik lebih tinggi. Ia menggambarkan fenomena ini sebagai "langit-

langit kaca" yang membatasi perempuan dengan kualifikasi untuk mengembangkan karier mereka ke puncak hierarki perusahaan. Istilah ini kemudian mendapat perhatian lebih luas setelah digunakan oleh Carol Hymowitz dan Timothy D. Schellhardt dalam artikel mereka di *Wall Street Journal* pada tahun 1986, yang mendefinisikan *glass ceiling* sebagai hambatan tak terlihat yang menghalangi perempuan untuk mencapai posisi puncak dalam organisasi (Hudojo & Perdhana, 2023)

Sumber lain mengatakan bahwa istilah *glass ceiling* pertama kali dikenal luas melalui artikel yang dimuat dalam *Wall Street Journal* pada tahun 1986, ditulis oleh dua jurnalis yang mengangkat isu mengenai hambatan tidak terlihat yang dihadapi perempuan dalam upaya mereka mencapai posisi puncak dalam struktur organisasi. Konsep ini merujuk pada penghalang yang bersifat simbolis dan tersembunyi, yang mencegah perempuan untuk mendapatkan promosi ke posisi eksekutif dan memperoleh kompensasi yang setara dengan rekan laki-laki, meskipun mereka bekerja di bidang dan tingkat tanggung jawab yang sama (Pratiwi & Wahyu, 2023)

Terjadinya fenomena *glass ceiling* disebabkan oleh berbagai macam bentuk factor. Yu (2020) menyebutkan bahwa kurangnya ketekunan dalam bekerja dan minimnya keinginan untuk mengembangkan potensi kepemimpinan dapat menciptakan hambatan internal. Dengan kata lain, ketika perempuan tidak berusaha mengasah diri atau tidak memiliki ketertarikan untuk memimpin, mereka secara tidak sadar membatasi peluang mereka sendiri

Fenomena *glass ceiling* dalam dunia politik merujuk pada hambatan tak kasatmata yang menghalangi perempuan untuk mencapai posisi kepemimpinan tertinggi, meskipun mereka memiliki kualifikasi dan kompetensi yang memadai. Politik kerap kali diasosiasikan sebagai ranah yang didominasi oleh laki-laki, sehingga membentuk stereotip gender yang memengaruhi preferensi pemilih dalam pemilu. Perempuan dan laki-laki yang terlibat dalam politik sering kali dipersepsikan memiliki pendekatan yang berbeda dalam memahami isu, mencari solusi, serta merespons berbagai kepentingan.

## Media Sosial

Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi, baik dengan membuat dan membagikan konten informasi, maupun dengan menerima informasi dari pengguna lainnya (Telaumbanua, Soeikromo, & Lumintang, 2024)

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan perorangan, kelompok, maupun organisasi untuk menjalin interaksi, bertukar informasi, dan membangun komunitas secara daring. Beragam fitur disediakan oleh media sosial untuk mendukung komunikasi, seperti pesan teks, unggahan gambar, video, serta berbagai format konten lainnya. Beberapa platform media sosial yang dikenal luas di antaranya *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *LinkedIn*, *YouTube*, *TikTok*, dan *Snapchat*. Masing-masing memiliki karakteristik unik dan menyasar pengguna yang berbeda-beda, mulai dari individu yang ingin membagikan aktivitas harian hingga kalangan profesional yang membangun jejaring kerja (Fahma, Safitri, & Sujarwo, 2024).

## Penggunaan Media Sosial Bagi Perempuan

Penggunaan media sosial oleh politikus perempuan merujuk pada pemanfaatan platform digital—seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*—sebagai ruang interaksi politis yang bersifat langsung dan dua arah. (Alifah & Nur, 2022) mendefinisikan penggunaan ini sebagai strategi representasi politik yang menggunakan *Instagram* dan *Facebook* untuk menyerap aspirasi, menyebarkan informasi kebijakan, serta membangun citra sebagai wakil perempuan dan daerah pemilihan.

Christina Aryani, anggota DPR RI, menggunakan pendekatan Henry Mintzberg—*patterning* (pola konten), *positioning* (posisi citra), dan *ploy* (taktik spesifik)—untuk mengonsolidasikan identitas sebagai legislator perempuan serta memperkuat hubungan dengan audiens konstituen (Alifah & Nur, 2022). Dalam konteks ini, media sosial juga berfungsi sebagai sarana *personal branding*, di mana politikus perempuan secara sadar menyusun narasi, visual, dan interaksi untuk menampilkan diri sebagai agen perubahan. Platform seperti *@indonesiafeminis* dan *@magdaleneid* memiliki strategi digital feminisme

yang mendidik publik mengenai isu kesetaraan gender dan kekerasan terhadap perempuan (Miragusviana & Suksmawati, 2022).

Feminisme

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, feminisme didefinisikan sebagai Gerakan wanita yang menuntut persamaan hak yang setara antara kaum pria dan wanita. Secara etimologis, istilah "*feminis*" berasal dari bahasa Latin *femina*, yang berarti "perempuan" atau "*feminine*" dalam bahasa Inggris. Istilah ini berkembang menjadi *feminism*, yaitu sebuah gerakan yang memperjuangkan kesetaraan gender dan menentang ketidakadilan terhadap perempuan di berbagai aspek kehidupan seperti rumah tangga, politik, sosial, pendidikan, dan ekonomi. Feminisme sendiri adalah upaya untuk meraih emansipasi serta kesetaraan hak antara laki-laki dan perempuan, dan mulai dikenal luas sejak tahun 1890-an sebagai teori dan gerakan yang memperjuangkan hak-hak perempuan (Fathurrohman, Al Rifai, & Darma, 2024).

Feminisme berasal dari kata *feminisme* yang berarti wanita atau hal-hal yang berkaitan dengan kewanitaan, sehingga memiliki keterkaitan erat dengan perempuan (Abbas, 2020). Gerakan ini merupakan bentuk perjuangan politik yang lahir sebagai respons terhadap penindasan terhadap perempuan, dan secara khusus ditujukan untuk mendorong perubahan dalam ranah politik (Yuniarossy, Hindrayani, & Terza, 2024).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk memahami secara mendalam pengalaman subyektif politikus perempuan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menghadapi dan memecahkan hambatan *glass ceiling* di dunia politik. Pendekatan fenomenologi dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna dari pengalaman langsung para informan yang menjadi subjek penelitian, khususnya terkait peran, tantangan, dan strategi komunikasi yang mereka bangun melalui media sosial.

Metode yang digunakan adalah fenomenologi, yaitu metode yang bertujuan untuk memahami pengalaman langsung subjek penelitian sebagaimana yang mereka alami dan rasakan. Dalam konteks ini, metode fenomenologi digunakan untuk menggali secara mendalam pengalaman para politikus perempuan dalam menghadapi hambatan *glass ceiling* dan bagaimana mereka menggunakan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat peran mereka dalam dunia politik. Peneliti berusaha memahami realitas dari sudut pandang informan, bukan hanya menggambarkan apa yang mereka lakukan, tetapi juga menggali bagaimana mereka memaknai setiap tindakan dan strategi yang mereka ambil dalam aktivitas politik mereka.

Pendekatan fenomenologi dipilih karena dinilai paling sesuai untuk mengungkap pengalaman pribadi dan refleksi subyektif dari politikus perempuan yang menjadi informan dalam penelitian ini. Dengan memahami pengalaman tersebut secara holistik, peneliti berharap dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai cara perempuan membangun strategi komunikasi politik di media sosial, serta tantangan-tantangan yang mereka hadapi dalam menembus batasan sosial dan struktural yang menghalangi keterlibatan aktif mereka di dunia politik.

Penelitian dilaksanakan di wilayah Kota Blitar dan sekitarnya, dengan waktu pelaksanaan antara Januari hingga April 2025. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada latar belakang politikus perempuan yang menjadi informan aktif berpolitik di wilayah tersebut dan memiliki peran strategis dalam pemerintahan maupun kegiatan politik lokal.

Objek penelitian ini adalah peran media sosial dalam memecahkan fenomena *glass ceiling* yang dialami oleh politikus perempuan. Adapun subjek penelitian adalah tiga orang politikus perempuan aktif, yaitu:

- 1 Elim Tyu Samba – Wakil Wali Kota Blitar
- 2 Dr. Andiwi Meilinda Meifilina, S.Sos., M.M., M.I.Kom – Akademisi dan politisi
- 3 Henni Indarriyanti, S.E., M.Akun – Anggota legislative

Ketiganya dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut: (1) perempuan yang aktif di dunia politik, (2) memiliki pengalaman langsung menghadapi hambatan struktural dalam karier politik, dan (3) aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi politik

---

Data dikumpulkan melalui:

1 **Wawancara mendalam (in-depth interviews)**

Wawancara mendalam adalah metode penelitian di mana peneliti (pewawancara) berinteraksi langsung dan bertukar pikiran dengan responden untuk mendapatkan informasi dan data yang komprehensif (Mazaya & Suliswaningsih, 2023). Wawancara juga berfungsi sebagai alat verifikasi terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh sebelumnya..

2 **Observasi**

Observasi adalah metode penelitian di mana peneliti mengamati langsung perilaku, interaksi, atau fenomena di lokasi kejadian. Metode ini sangat berguna untuk penelitian yang membutuhkan pemahaman 78 mendalam tentang dinamika kelompok atau proses dalam konteks aslinya. Observasi dianggap sebagai pendekatan yang murni karena data yang diperoleh lebih alami, sebab peneliti tidak perlu mengubah atau mengintervensi kondisi yang sedang diamati. (Romdona, Junista, & Gunawan, 2025)

3 **Dokumentasi**

Dokumentasi adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang didapat melalui dokumen – dokumen yang dibutuhkan oleh peneliti yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dan selanjutnya akan dianalisis lebih dalam oleh peneliti sehingga dapat digunakan sebagai data pendukung dan juga dapat digunakan sebagai sumber untuk membuktikan sebuah masalah yang ada.

4 **Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan salah satu bagian yang tidak kalah penting karena studi pustaka merupakan sebuah langkah dimana peneliti menghubungkan penelitiannya dengan literatur – literatur yang ada dan melengkapi hasil dari penelitian – penelitian yang telah ada sebelumnya (Creswell 2009). Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal penelitian, artikel, majalah dan lain - lain

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua metode triangulasi untuk menguji keabsahan data, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Peneliti membandingkan hasil wawancara dari tiga informan berbeda, yakni Elim Tyu Samba, Dr. Andiwi Meilinda Meifilina, dan Henni Indarriyanti, untuk melihat konsistensi pengalaman dan pandangan mereka terkait peran media sosial dan hambatan *glass ceiling* dalam dunia politik. Triangulasi metode dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama namun dengan teknik pengumpulan data yang berbeda, seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Tujuannya adalah untuk memperoleh data yang serupa dari pendekatan yang berbeda, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap keabsahan data.

1. *Teknik Analisis Data*

Analisis dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Model analisis fenomenologi yang digunakan mengacu pada teori Miles & Huberman (1994), yang memungkinkan peneliti menangkap pola-pola makna dan pengalaman khas dari tiap informan. Proses analisis difokuskan untuk mengungkap: (1) bagaimana media sosial digunakan dalam aktivitas politik, (2) bagaimana mereka mengalami hambatan *glass ceiling*, dan (3) strategi digital yang diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Penggunaan Media Sosial oleh Politikus Perempuan dalam Berpolitik

Penelitian ini mengungkap bagaimana tiga politikus perempuan memanfaatkan media sosial dalam aktivitas politik mereka untuk membangun citra, menjangkau pemilih, dan menyampaikan program kerja. Masing-masing tokoh menggunakan platform berbeda sesuai dengan karakter personal dan sasaran politik mereka.

a. Elim Tyu Samba (Wakil Wali Kota Blitar)

Elim Tyu Samba aktif menggunakan Instagram dan TikTok sebagai sarana menampilkan kerja nyata dan memperlihatkan sisi kepemimpinan yang inklusif serta dekat dengan masyarakat. Ia memanfaatkan fitur visual dan interaktif di media sosial untuk membangun citra sebagai pemimpin muda yang aktif, transparan, dan responsif. Kontennya meliputi dokumentasi kegiatan, ucapan hari besar, serta video yang menunjukkan kehadiran langsung di tengah masyarakat.

b. Dr. Andiwi Meilinda Meifilina, S.Sos., M.M., M.I.Kom

Dr. Andiwi menggunakan Instagram dan Facebook untuk mengekspresikan pemikiran-pemikiran kritis, menyampaikan opini kebijakan, serta melawan stigma sebagai single parent melalui pendekatan yang intelektual dan profesional. Gaya komunikasinya lebih formal namun tetap terbuka, menekankan kapabilitas dan kepemimpinan yang rasional, terstruktur, serta berbasis data.

c. Henni Indarriyanti, S.E., M.Akun

Henni Indarriyanti memilih pendekatan yang lebih personal melalui WhatsApp untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat. Ia memanfaatkan grup dan pesan langsung sebagai alat komunikasi dua arah yang memungkinkan warga menyampaikan aspirasi secara cepat dan dekat. Gaya komunikasinya mencerminkan kepemimpinan yang membumi dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

## 2. Pengalaman Menghadapi Fenomena Glass Ceiling

Fenomena *glass ceiling* merujuk pada hambatan tidak kasat mata yang membatasi perempuan untuk mencapai posisi puncak dalam dunia politik, meskipun mereka memiliki kompetensi yang memadai. Ketiga informan dalam penelitian ini mengisahkan pengalaman mereka menghadapi bentuk-bentuk hambatan struktural, kultural, dan sosial yang menghambat kiprah mereka di dunia politik.

a. Elim Tyu Samba

Sebagai Wakil Wali Kota Blitar, Elim menghadapi berbagai pandangan skeptis yang mempertanyakan kemampuannya karena usianya yang relatif muda dan statusnya sebagai perempuan. Ia mengaku sering tidak dianggap serius dalam forum-forum formal, terutama oleh kolega laki-laki. Namun, Elim merespons hambatan tersebut dengan menunjukkan kerja nyata dan kedekatan langsung dengan masyarakat untuk membuktikan kapasitasnya sebagai pemimpin.

b. Dr. Andiwi Meilinda Meifilina

Dr. Andiwi mengalami stigma berlapis karena statusnya sebagai single parent. Ia sering dinilai kurang layak menjadi pemimpin karena tidak memiliki figur "keluarga lengkap", yang oleh sebagian masyarakat dianggap sebagai simbol stabilitas moral. Stigma sosial ini membuatnya harus bekerja dua kali lebih keras untuk membuktikan kualitas kepemimpinannya. Ia mengatasinya dengan pendekatan intelektual dan menunjukkan kompetensinya secara konsisten di ruang publik.

c. Henni Indarriyanti

Henni menghadapi kesulitan dalam diterima oleh lingkungan birokrasi yang masih kental dengan nuansa patriarkis. Ia menceritakan bahwa usulan atau pendapatnya seringkali diabaikan dalam rapat atau forum hanya karena ia perempuan. Ia juga sempat merasa dianggap sebagai pelengkap saja dalam struktur pemerintahan. Namun, dengan komunikasi yang intens dan keterlibatan aktif dalam kegiatan masyarakat, Henni secara perlahan membalik persepsi tersebut.

## 3. Strategi Penggunaan Media Sosial untuk Memecahkan Glass Ceiling

### Pembahasan

#### 1. Penggunaan Media Sosial oleh Politikus Perempuan dalam Berpolitik

Penggunaan media sosial oleh politikus perempuan telah berkembang menjadi bagian penting dari strategi komunikasi politik di era digital. Media sosial tidak hanya digunakan untuk menyebarkan informasi, tetapi juga menjadi sarana dalam membangun citra, membina kedekatan dengan publik, serta menyuarakan gagasan politik yang inklusif dan partisipatif. Dalam konteks politik perempuan, media sosial menjadi ruang yang relatif lebih bebas dari kendala struktural

patriarkal, sehingga memungkinkan perempuan menunjukkan kompetensinya secara langsung kepada masyarakat.

Dalam penelitian ini, tiga tokoh perempuan politik menunjukkan pendekatan berbeda dalam menggunakan media sosial. Elim Tyu Samba, sebagai wakil wali kota Blitar, menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menampilkan kegiatan pemerintahan dan sosialnya. Ia menekankan pada visualisasi kerja nyata dan kedekatannya dengan masyarakat, terutama generasi muda. Elim memanfaatkan fitur-fitur yang atraktif seperti video pendek, live, dan unggahan interaktif yang memberi kesan aktif, progresif, dan terbuka. Penggunaan media sosial oleh Elim bertujuan untuk membangun citra kepemimpinan muda yang modern dan terlibat langsung di tengah masyarakat.

Berbeda dari Elim, Dr. Andiwi Meilinda Meifilina lebih banyak menggunakan Instagram dan Facebook sebagai media untuk menyampaikan ide, opini, dan refleksi atas isu-isu sosial dan politik. Gaya komunikasi yang ditampilkan lebih formal, dengan narasi yang memperkuat posisi intelektual dan profesionalnya. Ia menghadirkan dirinya sebagai pemimpin perempuan yang kuat secara pemikiran dan tidak ragu melawan stigma yang melekat pada status sebagai *single parent*. Media sosial bagi Andiwi menjadi ruang untuk menegaskan kredibilitasnya sebagai pemimpin yang mampu berbicara secara substansial di ruang publik.

Sementara itu, Henni Indarriyanti menggunakan media sosial, khususnya WhatsApp, sebagai alat komunikasi langsung dengan masyarakat. Ia memanfaatkan grup warga dan pesan pribadi untuk mendengarkan keluhan, menyampaikan program, dan menjaga kedekatan emosional dengan konstituennya. Strategi ini mencerminkan pendekatan kepemimpinan yang membumi, responsif, dan menjadikan komunikasi sebagai jembatan antara aspirasi rakyat dan kebijakan publik. Bagi Henni, media sosial menjadi perpanjangan tangan yang efektif untuk menjangkau masyarakat tanpa batasan formalitas yang sering ditemukan dalam birokrasi.

Dari ketiga tokoh tersebut, tampak bahwa penggunaan media sosial oleh politikus perempuan sangat bergantung pada karakter pribadi, gaya komunikasi, dan segmentasi audiens yang dituju. Namun, terdapat kesamaan orientasi: mereka memanfaatkan media sosial untuk memperkuat legitimasi sebagai pemimpin perempuan yang kompeten, terhubung dengan masyarakat, dan mampu menyuarakan kepentingan publik secara terbuka.

Media sosial memberikan ruang alternatif bagi perempuan untuk menegosiasikan posisi mereka di tengah budaya politik yang masih didominasi laki-laki. Dengan menguasai narasi digital, para politikus perempuan dapat memperluas pengaruh mereka, mengubah persepsi masyarakat terhadap kepemimpinan perempuan, serta membuktikan bahwa mereka tidak hanya hadir sebagai simbol, tetapi sebagai agen perubahan yang nyata dalam politik.

## 2. Pengalaman Menghadapi Fenomena Glass Ceiling

Fenomena *glass ceiling* merupakan hambatan tidak kasat mata yang dihadapi perempuan dalam mencapai posisi kepemimpinan, termasuk di dunia politik. Hambatan ini muncul dalam bentuk diskriminasi, stereotip gender, serta struktur sosial dan budaya yang masih patriarkal. Ketiga politikus perempuan dalam penelitian ini menghadapi bentuk-bentuk *glass ceiling* yang berbeda, namun semuanya mencerminkan realitas bahwa perempuan masih harus bekerja lebih keras untuk mendapatkan pengakuan dan kepercayaan publik.

Elim Tyu Samba sebagai wakil wali kota Blitar, menghadapi tantangan berupa anggapan bahwa dirinya terlalu muda dan kurang berpengalaman untuk menduduki jabatan strategis. Selain itu, statusnya sebagai perempuan membuat sebagian pihak meragukan kapasitas kepemimpinannya. Dalam forum-forum formal, ia mengaku sering tidak dianggap serius, dan kehadirannya dianggap sekadar pelengkap. Namun, Elim memilih untuk tidak melawan dengan argumen verbal, melainkan membuktikannya melalui kerja nyata, kedekatan dengan masyarakat, dan konsistensi dalam tugas. Pengalaman ini mencerminkan bagaimana *glass ceiling* bisa hadir dalam bentuk ekspektasi sosial yang merendahkan peran perempuan muda di panggung politik.

Sementara itu, Dr. Andiwi Meilinda Meifilina menghadapi *glass ceiling* dalam bentuk stigma sosial karena statusnya sebagai *single parent*. Ia sering kali dinilai tidak mampu menjadi pemimpin yang stabil hanya karena tidak memiliki "keluarga lengkap" sesuai norma tradisional. Label sosial seperti ini menjadi beban tambahan yang tidak dialami oleh rekan laki-laki dalam posisi yang sama. Namun, Andiwi menanggapi stigma tersebut dengan menunjukkan kapasitas intelektualnya dan membangun citra sebagai pemimpin yang berintegritas, rasional, dan profesional. Pengalamannya memperlihatkan bahwa perempuan tidak hanya harus membuktikan kompetensi, tetapi juga harus terus-menerus melawan persepsi bias dari masyarakat.

Berbeda lagi dengan Henni Indariyanti, yang menghadapi hambatan dalam bentuk pengabaian suara perempuan dalam struktur birokrasi. Ia sering merasa pendapatnya tidak dianggap penting, dan posisinya dalam struktur pemerintahan seolah hanya simbolik. Situasi ini membuatnya harus membangun legitimasi melalui pendekatan yang membumi: merespons langsung keluhan warga, hadir di tengah masyarakat, dan menunjukkan hasil kerja secara konkret. Strateginya membuktikan bahwa kepercayaan publik bisa dibangun tidak hanya dari atas ke bawah, tetapi juga dari bawah ke atas, melalui relasi personal dan komunikasi dua arah.

Pengalaman ketiga tokoh ini menunjukkan bahwa *glass ceiling* dalam politik tidak hanya hadir dalam bentuk yang eksplisit, tetapi seringkali bersifat halus, terinternalisasi, dan muncul dari budaya serta sistem yang telah lama mapan. Meskipun mereka memiliki latar belakang, karakter, dan strategi yang berbeda, ketiganya memiliki kesamaan: mereka tidak menyerah pada hambatan yang ada, melainkan mengubahnya menjadi dorongan untuk membuktikan kualitas diri. Mereka menunjukkan bahwa pemimpin perempuan tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga layak mendapat tempat sejajar dalam struktur politik.

Lebih jauh, pengalaman mereka menegaskan bahwa melawan *glass ceiling* tidak cukup hanya dengan keberadaan hukum atau kuota perempuan, melainkan juga membutuhkan kekuatan personal, dukungan komunitas, serta media yang bisa digunakan untuk membangun narasi kepemimpinan perempuan yang autentik dan kuat.

### 3. Strategi Penggunaan Media Sosial untuk Memecahkan Glass Ceiling

Strategi penggunaan media sosial menjadi salah satu pendekatan yang efektif bagi politikus perempuan untuk menembus hambatan struktural dan kultural yang dikenal sebagai *glass ceiling*. Media sosial memungkinkan mereka membentuk narasi sendiri, mengelola citra publik, serta menjangkau masyarakat secara luas tanpa harus bergantung pada media konvensional yang kerap bias terhadap gender. Dalam konteks ini, media sosial menjadi alat untuk memperluas pengaruh, membuktikan kompetensi, dan mematahkan stereotip yang selama ini menghalangi perempuan untuk menempati posisi strategis dalam politik.

Elim Tyu Samba, sebagai pemimpin muda, mengembangkan strategi yang menitikberatkan pada pencitraan aktif dan positif melalui Instagram dan TikTok. Ia secara konsisten mengunggah dokumentasi kegiatan lapangan, interaksi dengan masyarakat, serta konten kreatif yang menunjukkan kedekatannya dengan generasi muda. Strategi ini tidak hanya membangun citra sebagai pemimpin yang gesit dan responsif, tetapi juga menegaskan kehadiran nyata perempuan dalam kepemimpinan publik. Konten visual dan narasi yang ditampilkan Elim berhasil meruntuhkan anggapan bahwa perempuan, apalagi yang masih muda, tidak layak berada di posisi pengambil kebijakan.

Sementara itu, Dr. Andiwi Meilinda Meifilina mengadopsi strategi berbasis intelektualitas. Ia memanfaatkan Instagram dan Facebook untuk menulis refleksi, menyampaikan pemikiran kebijakan, serta menanggapi isu sosial dengan pendekatan kritis. Strategi ini bertujuan meneguhkan citranya sebagai pemimpin perempuan yang tidak hanya memiliki empati sosial, tetapi juga memiliki kapasitas berpikir dan kemampuan teknokratik. Ia juga secara sadar menggunakan media sosial untuk merespons stigma sebagai *single parent* dengan memperlihatkan bahwa status tersebut tidak mengurangi kemampuannya sebagai pemimpin. Dalam hal ini, media sosial menjadi sarana

perlawanan simbolik terhadap konstruksi sosial yang menyudutkan perempuan dengan latar belakang tertentu.

Henni Indarriyanti mengambil pendekatan yang lebih personal. Ia memilih menggunakan WhatsApp untuk menjaga komunikasi langsung dengan masyarakat. Strateginya berfokus pada interaksi dua arah, mendengar keluhan warga, dan menanggapi permasalahan secara cepat. Dengan cara ini, Henni membangun kedekatan emosional dengan masyarakat dan memperkuat legitimasinya sebagai pemimpin yang hadir dan peduli. Strategi ini sangat efektif di tingkat lokal, di mana hubungan personal menjadi kunci dalam membangun kepercayaan politik. Dalam konteks *glass ceiling*, strategi ini menunjukkan bahwa perempuan dapat menegaskan kepemimpinannya melalui relasi sosial yang kuat dan komunikasi yang humanis.

Dari ketiga tokoh tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah dimanfaatkan secara strategis untuk membentuk identitas politik perempuan yang kuat, kompeten, dan relevan. Meskipun pendekatan yang digunakan berbeda – visual, intelektual, atau personal ketiganya memiliki kesamaan dalam tujuan mengikis bias gender, melawan dominasi patriarki, dan membuka ruang bagi kepemimpinan perempuan yang otentik.

Strategi media sosial ini juga membuktikan bahwa perempuan tidak hanya menjadi objek representasi politik, tetapi juga subjek aktif yang mengelola narasi, membangun opini publik, dan memperjuangkan keterwakilan secara sadar. Dengan kata lain, media sosial menjadi instrumen penting dalam perjuangan melawan *glass ceiling* di dunia politik modern, karena memberi ruang bagi perempuan untuk berbicara atas nama dirinya sendiri dan membuktikan kapasitas mereka secara langsung kepada publik.

## KESIMPULAN

### 1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Media sosial menjadi alat strategis bagi politikus perempuan dalam membangun komunikasi politik, memperkuat citra, serta menjangkau masyarakat luas. Ketiga tokoh memanfaatkan platform sesuai dengan gaya kepemimpinan dan karakter masyarakat yang mereka layani:
  - 1) Elim Tyu Samba menggunakan Instagram dan TikTok untuk membangun citra pemimpin muda yang aktif, membumi, dan dekat dengan generasi muda.
  - 2) Dr. Andiwi Meilinda Meifilina memanfaatkan Facebook dan Instagram secara reflektif dan edukatif, menjawab serangan personal dengan substansi dan intelektualitas.
  - 3) Henni Indarriyanti menggunakan WhatsApp sebagai alat komunikasi akar rumput yang praktis dan responsif, membuktikan bahwa kepemimpinan perempuan tidak selalu butuh panggung terbuka.
- b. Ketiganya menghadapi fenomena *glass ceiling* dalam bentuk berbeda:
  - 1) Elim sering dianggap "ban serep" karena masih muda dan belum menikah, namun ia merespons dengan kerja nyata dan narasi visual yang konsisten.
  - 2) Dr. Andiwi menghadapi serangan personal sebagai single parent, namun membalasnya melalui rekam jejak dan komunikasi berbasis nilai.
  - 3) Henni menghadapi peremehan sosial seperti "mosok mampu," namun menjawabnya dengan kehadiran langsung dan pelayanan nyata di komunitas.
- c. Strategi memecahkan *glass ceiling* tidak bersifat seragam, tetapi sesuai dengan identitas, nilai, dan medan sosial masing-masing tokoh. Media sosial digunakan bukan untuk pencitraan semata, tetapi sebagai alat pembebasan, penyampaian makna, dan perlawanan simbolik terhadap dominasi sistemik yang selama ini menghambat perempuan untuk tampil sebagai pemimpin penuh.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa politikus perempuan mampu menembus batas simbolik yang membatasi mereka, dengan memanfaatkan kekuatan komunikasi digital, keteguhan nilai, dan pendekatan terhadap realitas sosial yang mereka hadapi.

## 2. *Saran*

- Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:
- Bagi politikus perempuan, penting untuk terus memanfaatkan media sosial secara bijak dan konsisten. Media sosial bisa menjadi alat untuk menyampaikan kerja nyata, membangun citra yang positif, dan menjalin kedekatan dengan masyarakat. Tidak harus selalu tampil sempurna, yang penting adalah keaslian dan keterbukaan.
  - Bagi masyarakat, diharapkan dapat lebih menghargai pemimpin perempuan tanpa memandang usia, status pernikahan, atau latar belakang pribadi. Perempuan juga memiliki kemampuan dan hak yang sama untuk memimpin dan berkontribusi dalam politik.
  - Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih bisa dikembangkan lebih luas. Misalnya, dengan meneliti lebih banyak tokoh perempuan di berbagai tingkat pemerintahan atau dengan pendekatan yang berbeda, agar hasilnya lebih bervariasi.
  - Bagi lembaga pendidikan dan organisasi perempuan, penting untuk memberikan dukungan kepada perempuan yang ingin terjun ke dunia politik, baik dalam bentuk pelatihan, pendampingan, maupun penguatan jejaring. Hal ini bisa membantu mengurangi hambatan yang sering dialami perempuan, termasuk tekanan sosial dan stereotip gender hak yang sama untuk memimpin dan berkontribusi dalam politik.
  - Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih bisa dikembangkan lebih luas. Misalnya, dengan meneliti lebih banyak tokoh perempuan di berbagai tingkat pemerintahan atau dengan pendekatan yang berbeda, agar hasilnya lebih bervariasi.
  - Bagi lembaga pendidikan dan organisasi perempuan, penting untuk memberikan dukungan kepada perempuan yang ingin terjun ke dunia politik, baik dalam bentuk pelatihan, pendampingan, maupun penguatan jejaring. Hal ini bisa membantu mengurangi hambatan yang sering dialami perempuan, termasuk tekanan sosial dan stereotip gender.

## REFERENSI

- Azwar. (2023). Glass Ceiling Sebagai Hambatan Dalam Mewujudkan Keadilan dan Kesetaraan Gender Bagi Perempuan Pekerja. *Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*.
- Geys, B. (2019). The Impact of Women above The Political Glass Ceiling: Evidence from A Norwegian Executive Gender Quota Reform. *Electoral Studies*.
- Hayati, Kurniasih, N., & Ratna, N. (2024). The Impact of Gender Stereotypes and Self-Efficacy on the Glass Ceiling Phenomenon in the Religious Affairs Office of Purwakarta Regency. *Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*.
- Hudojo, G., & Perdhana, M. (2023). Fenomena Glass Ceiling Pada Industri Konstruksi: Studi Literatur. *Diponegoro Journal of Management*.
- Nasution, W., Irawat, I., & Muhafidin, D. (2022). Glass Ceiling Dalam Peningkatan Jenjang Karir Pegawai Negeri Sipil Perempuan Di Lingkungan Pemerintah Kota Medan. *JANE*.
- Nilizadeh, S., et al. (2021). Twitter's Glass Ceiling: The Effect of Perceived Gender on Online Visibility. *PKP Publishing Services Network*.
- Oktarina, S., Wahyono, E., Zainal, A., Alif, M., & Sarifudin, A. (2022). The Glass Ceiling Phenomenon In Working Women. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*.
- Septiana, A. N., & Haryanti, R. H. (2023). Glass Ceiling pada Pekerja Perempuan: Studi Literatur. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Alifah, & Nur, A. (2022). Strategi Representasi Politik Anggota Legislatif Perempuan di Media Sosial: Studi Terhadap Christina Aryani Anggota DPR-RI Periode 2019-2021. *JPW*.
- Elliott, & Vittoria. (2024). Instagram Gendered Abuse. *Wired*.
- Golovchenko, Y., et al. (2023). Invisible Women in Digital Diplomacy: A Multidimensional Framework for Online Gender Bias Against Women Ambassadors Worldwide. *Social and Information Networks*.
- Hanifah, M., & Dwiningtyas, H. (2024). Representasi Perempuan Berpolitik Dalam Film *Tilik The Series*. [ejournal3.undip.ac.id](http://ejournal3.undip.ac.id).
- Haq, & Firozul. (2023). Peran Media Digital dalam Mendorong Partisipasi Politik Perempuan dalam Pemilu. *Kompasiana*.

- 
- Hayat, M., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*.
- Jannah, R., Firdaus, A., & Nurfazilah. (2024). Peran Channel Youtube Najwa Shihab Dalam Membangun Literasi Politik Di Kalangan Perempuan. *Sophisticated: Jurnal Pemikiran Politik Islam*.
- Latuheru, R., & Fransisca, I. (2023). Analisis Semiotika Personal Branding Politisi Perempuan Di Media Mainstream Dan Media Sosial. *Jurnal BADATI*.
- Lisma, & Nur. (2024). Peran Media Sosial Dalam Mendorong Partisipasi Politik Perempuan Pada Pemilu. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Nursyifa, A., et al. (2023). Partisipasi Perempuan dalam Politik. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintah*.
- Otieno, & Awuor, M. (2024). Gendered Disinformation of Female Politicians on Social Media in Kenya. *IJRIS*.
- Wahyuni, S., & Adnan, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Kaum Perempuan dalam Pemilihan Umum Presiden dan Wakil Presiden 2024 di Kab. Solok. *Jurnal ISO*.