



# Ucita Pohan



*Ucita Pohan*

# Influencer Perempuan dalam Dunia Digital

*Rizka Septiana, Aurelia Maria Indri Rooselinda, Sabrina Lie*

“Don’t compare yourself, comparison is the tea of joy”

## Life and Career

*“I’m a fashion beauty & musical enthusiast. I write down my mind and sing my heart out. I’m your girliest girl with auto-sync feature”* (cosmopolitanfm.com, 2015). Sebuah kisi-kisi mengenai Ucita Pohan yang bisa ditemukan ketika kita mengetik namanya di *search engine*, sebuah wadah pencari informasi apapun yang juga merupakan salah satu manfaat yang kita peroleh dari pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Semua bisa dilakukan ataupun didapatkan dengan instan, seiring dengan kebutuhan masyarakat, kini informasi hanya sebatas genggam tangan individu, yang berarti informasi dunia dapat dengan mudah diakses oleh tiap individu (Nasrullah, 2017, p. 1). Hal ini pun kental dirasakan oleh Uchiet, panggilan akrab dari gadis yang berprofesi sebagai seorang penyiar radio dan

juga sukses mengukuhkan dirinya sebagai salah satu *lifestyle influencer* yang cukup diperhitungkan di Indonesia. Semua tidak langsung jatuh dari langit tentunya, melainkan merupakan hasil dari komitmen dan keaktifannya di media sosial, kegemarannya menulis *blog*, *travelling*, serta menaruh minat besar pada dunia *fashion* dan kecantikan (“Ucita Pohan: I’m 33, Single, and Happy”, n. d).



Seorang *influencer* dapat memberikan dampak yang besar jika ia dapat mempengaruhi para pengikutnya dengan meningkatkan lalu lintas (*traffic*) pemasaran merek (*brand*); meningkatkan persepsi mengenai reputasi, kredibilitas, dan kualitas merek; meningkatkan urutan pada sistem internet; dan mengangkat pembicaraan mulut ke mulut (*word of mouth communication*) tentang merek, sehingga pada akhirnya hal ini dapat menunjang peningkatan penjualan. Dinilai melalui dampak yang dapat diberikan seorang *Influencer* maka terdapat beberapa kriteria untuk menjadi seorang *Influencer* yaitu diantaranya adalah, aktif, memiliki kemampuan untuk membuat dampak, terkoneksi dengan baik, dan *trendsetter*. Melalui media sosial, *Influencer* dengan jangkauan yang luas dapat membuat konten yang dapat membantunya mengembangkan reputasi sebagai seorang yang ahli dalam bidang tertentu. Jika dilakukan secara konsisten, aktivitas ini pada akhirnya dapat menarik perhatian asosiasi baru yang bersedia memberikan waktu dan energi mereka (Breakenridge, 2012, p. 134-137).

Sebagai *lifestyle influencer*, masa kecil Uchiet tidak selalu sempurna seperti lazimnya orang lain, ia pernah mengalami *beauty bullying*. Besar kemungkinan ini terjadi karena tidak semua orang menyadari bahwa setiap manusia sejatinya dilahirkan dengan berbagai bentuk wajah dan tubuh yang berbeda.



Dan tentunya setiap orang memiliki ciri khas yang membuat masing-masing terlihat unik. Gambaran wanita yang ditampilkan di media kemudian membuat sebagian besar orang berpikir penampilan ideal adalah serupa dengan apa yang mereka lihat atau tonton. Sehingga ketika ada seseorang yang tidak memenuhi kriteria tersebut, tak jarang akan mengalami *bullying*.

Ia melihat bahwa orang-orang yang melakukan *beauty bullying* pada dirinya atau perempuan lainnya berada pada lingkungan yang banyak menerima hal-hal negatif. Pelaku *bullying* seringkali memberikan komentar tidak baik pada orang lain karena mereka memiliki teman atau keluarga yang kerap berbicara dengan nada negatif juga kepada mereka. Sehingga interaksi itulah yang mereka tahu dan dianggap normal, dan akhirnya kadang kalimat-kalimat yang disampaikan bukan ada niatan menjatuhkan orang lain, mungkin cuma sekedar beropini. Hanya memang nadanya negatif dan dampaknya bisa membuat orang lain yang mengalaminya *down*. Namun Uchiet kecil tidak menggubris komentar negatif yang sering ia dengar sedari kecil. Semakin beranjak dewasa hal tersebut berkurang seiring dengan *circle*-nya yang *filter* sendiri (Wolipop, 2019).

Dan sebagai anak yang lahir ditahun 1986, Uchiet mengalami masa kejayaan media konvensional seperti televisi, radio, telepon, surat kabar, majalah, *billboard* dan poster. Didukung oleh keluarga yang suka membaca khususnya sang ibu dan kakaknya, sejak kecil ia sudah dipapari oleh ragam informasi majalah *fashion* dan majalah perempuan yang penuh dengan nilai *women empowerment*, sehingga Uchiet pun suka mengumpulkan informasi terkaitnya dengan cara mengoleksi beberapa majalah perempuan dan *fashion* yang menurutnya memberikan dampak positif terhadap pemikirannya seperti contoh definisi kecantikan perempuan bukan hanya tentang bentuk tubuhnya melainkan terhubung juga pada *personality* dan karakter, termasuk menyukai kampanye-kampanye. Melalui dunia kampusnya ia paham bahwa komunikasi merupakan salah satu unsur penampilan yang dikolaborasi dengan gaya penampilan dan personalitas.

Hal ini senada dengan tulisan tulisan milik Trampe, Stapel dan Siero (2001), disebutkan bahwa perempuan merasa dirinya lebih buruk hanya dengan melihat objek iklan yang digunakan untuk menunjang kecantikan. Pernyataan

ini seakan diamini dengan adanya kecenderungan sikap ketidakpuasan akan tubuh seseorang perempuan setelah mendapatkan paparan iklan televisi (Van & Kinnaly, 2012). Padahal, hasil riset yang dilakukan McCan (2016), sebanyak 70% populasi perempuan secara global setuju bahwa menjadi cantik maupun terlihat cantik sangat membantu untuk mendapatkan berbagai pencapaian dalam hidup.

## **The Reminder of Other People in Their Journey of Self-Acceptance**

Berawal dari tahun 2008 Ucita Pohan pun mulai berkecimpung didunia radio sebagai penyiar dan kemudian dilanjutkan menjadi pembawa acara, bahkan menulis sebuah buku bersama sahabatnya. *Passion* atau kegemaran menjadi salah satu tujuan hidup dan tentunya menjadi visi misinya dalam berkarir, tidak heran maka kegemarannya menjadi profesi Ucita saat ini. Selain *passion*, menurut Ucita Pohan *purpose* atau tujuan adalah salah satu hal yang harus difokuskan dalam hidup. Menurutnya, banyak orang di luar sana yang memiliki *passion* namun belum memiliki arah kemana *passion* itu akan dituju. Menjadi pengingat untuk orang lain agar menerima dirinya masing-masing menjadi *purpose* atau tujuan dari seorang Ucita Pohan.

Kini media bertransformasi, terjadi pergeseran media lama (konvensional) ke media baru (*new media*). Menurut Marshall McLuhan dalam Tamburaka (2013, p. 71) yang berjudul Literasi Media, teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam tatanan sosial dan budaya baru membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Flew (2014, p. 4-6) menyatakan bahwa, media baru konvergensi adalah tekstual, kombinasi dan komputasi konten jaringan digital, keterlibatan institusi media dan perusahaan berbasis digital, serta sosial, sumber munculnya berbagai media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *Instagram*, dan *Youtube* yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, bertukar informasi, dan menyebarkan konten yang dibuat oleh pengguna dengan bantuan Internet. Internet (*Interconnection-networking*) merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk memaksimalkan efisiensi

distribusi proses komunikasi. Internet dapat diakses melalui berbagai perangkat teknologi, termasuk telepon selular. Sama halnya dengan Ucita, ia pun bertransformasi sejalan dengan proses yang ia lalui, tidak hanya pada pemikirannya tetapi juga dengan wadah komunikasi yang digunakannya untuk berinteraksi dengan sekitar.

Sedangkan dalam unggahannya di media *online*-nya, Uchiet menggerakkan perempuan untuk tidak terpaku pada komposisi kecantikan yang ditawarkan oleh berbagai media massa. Ia percaya bahwa cantik yang sesungguhnya adalah saat seorang individu merawat tubuhnya dengan baik, menjaga kesehatan tubuh, dan mencintai tubuhnya sendiri. Ucita terjun ke media sosial yang diawali dengan menggunakan *blog*. Ia mulai menulis *blog* sejak tahun 2009 pada laman [www.ucitapohan.com](http://www.ucitapohan.com), Ucit memulai tulisannya dengan membagikan informasi singkat mengenai pribadinya (Profil *Blog* Ucita Pohan, n.d.).

Ucita Pohan mengakui bahwa apa yang dilakukannya juga terinspirasi oleh banyaknya gerakan kampanye yang dilakukan oleh perusahaan besar seperti Benneton yang mengusung *diversity*, dan juga Dove produk perawatan tubuh dan rambut yang berada di bawah payung Unilever. Dove menayangkan kampanye menggunakan pendekatan yang berbeda. Sebagai merek dengan pasar kalangan menengah keatas, segmentasi Dove adalah para wanita yang sadar bukan hanya pada kecantikan, akan tetapi juga kesehatan secara fisik dan mental. Hal inilah yang melatarbelakangi kampanye Dove dalam satu dekade terakhir, yakni *Campaign for Real Beauty*, yang menginspirasi perempuan untuk menghargai diri sendiri terlepas dari penampilan fisik yang dimiliki. Oleh karena itu, berbagai kampanye Dove ini dikategorikan sebagai *body positivity campaign* yang menampilkan serangkaian iklan dengan citra tubuh positif (Kumalaningtyas, 2018, p. 63).

Kampanye Dove menggunakan media digital untuk memperluas jangkauan kampanyenya. Hal ini juga sejalan jangkauan kampanyenya. Hal ini juga sejalan dengan status Dove sebagai *brand* internasional. Salah satu media iklan yang konsisten digunakan Dove adalah iklan video digital yang dapat dengan mudah diakses di internet dan makin digemari oleh para pengiklan. Riset yang dilakukan oleh *Business Insider* dalam Hoelzel (2014) menyatakan

bahwa di tahun 2016, pendapatan dari iklan video digital mencapai US\$ 5 Miliar, diikuti dengan meningkatnya *engagement* yang kuat serta *click rate* tertinggi (1.84%). Hal ini yang disadari oleh Dove sebagai sarana untuk menampilkan citra tubuh positif pada khalayak, ditengah citra tubuh klise yang kerap ditampilkan oleh produk kecantikan lainnya.

Media *online* mempunyai peranan penting dalam usaha penyebaran informasi penggunaannya. Kecepatan sebagai salah satu kelebihan dari media *online* misalnya, membuat *platform* ini lebih unggul dibanding dengan media konvensional. Dengan sekali melakukan unggahan informasi, seketika itu pula tersebar ke berbagai tempat, daerah, bahkan negara. Sebagai bagian dari inovasi teknologi informasi, media *online* terutama media sosial memberikan ruang bagi pemiliknya untuk menyuarakan pemikirannya yang sebelumnya tidak mungkin bisa diungkapkan dikarenakan keterbatasan ruang atau wadah untuk berpendapat. Media sosial juga menjadi ruang ekspresi baru bagi masyarakat dunia dalam beberapa tahun terakhir ini (Mustika, 2018).

Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Polling Indonesia pada tahun 2018 menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 171,17 juta orang dari total populasi 264,16 juta penduduk. Dari jumlah pengguna internet tersebut, 19,1% menggunakan internet untuk mengakses media sosial (APJII & Polling Indonesia, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa internet menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari, dan hasil studi ini juga menunjukkan media sosial apa saja yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia yakni 50,7% menggunakan medsos *Facebook*, *Instagram* 17,8%, *Youtube* 15,1%, *Twitter* 1,7% dan *LinkedIn* sebesar 0,4% (cnbcindonesia, 16 mei 2019).

Ucita mulai membuat tulisan mengenai kecantikan dan gaya berpakaian yang biasa ia pakai, dan tak lupa memberikan *tips and tricks* untuk pengikutnya. Kemudian ia aktif di media sosial kedua yang paling sering dikunjungi masyarakat Indonesia; Instagram sejak 14 Januari 2011 dan telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 81,3K. Dalam akun Instagram yang sudah terverifikasi secara resmi ini, ia aktif untuk membagikan konten-konten melalui *posting-an* dan *instagram story* mulai dari aktivitas, travel, hingga mengenai kepercayaan diri. Ia senang menyebarkan hal-hal positif seperti

merasa baik tentang diri sendiri dan pemikiran dasarnya tentang cantik tidak hanya sekedar penampilan tetapi lebih kepada bagaimana sudut pandang orang melihat cantik tersebut. Ucita sangat setuju dengan pepatah, *'Beauty is in the eye of the beholder'* karena ketika orang merubah sudut pandang mengenai cantik, maka semua yang dilihat akan menjadi lebih indah termasuk diri kita sendiri (Profil *Instagram* Ucita Pohan @Uchiet, n.d.).

Melalui penelitian yang dilakukan oleh Rahmawan, Mahameruaji, dan Hafiar (2017, p. 199), istilah *Selebgram* (*Selebritas Instagram*) merujuk pada beberapa pengguna Instagram yang memiliki pengikut dengan jumlah tertentu, lazimnya dimulai dari ribuan pengikut hingga jutaan pengikut dan dianggap memiliki pengaruh besar dalam bidang sosial, budaya, hingga pemasaran. Berdasarkan penjabaran pada paragraf sebelumnya, istilah *Influencer* memiliki arti yang berbeda dari *Selebgram*. Hartanti mengatakan bahwa *Influencer* merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk melihat individu lain sebagai sumber informasi dan kemudian dapat membuat dan menghasilkan jaringan komunikasi dengan kuat, sehingga dapat memiliki pengaruh atas pengambilan keputusan yang dilakukan oleh individu lain, untuk menggunakan produk baik barang ataupun jasa (Hartanti, 2018, p. 146-147).

Ucita Pohan mencoba untuk terus menginspirasi melalui konten yang disesuaikan dengan visi dan misinya. Seperti pada bulan Desember tahun 2018, ia berkolaborasi dengan dengan seorang fotografer Jozz Felix dan membuat sebuah buku, berjudul "Bicara Tubuh". Buku ini tersedia di toko buku Gramedia baik *offline* maupun *online*. Ucita Pohan menuangkan pemikirannya melalui tulisan bergaya puitis. "Bicara Tubuh" mengajak publik terutama perempuan untuk lebih lagi mengapresiasi tubuh. Lebih dari sekedar hidup di dalamnya, namun juga "berkawan" dengan tubuh, karena bagaimanapun, tubuh adalah tempat kita berdiam diri sampai akhir hidup. Dalam wawancaranya di acara *Woman on Top with Prita Kemal Gani* di Brava radio, ia juga mengatakan bahwa, tiap tulisan dalam buku bicara tubuh didedikasikan untuk tubuh yang selama ini menjadi bagian dari pribadi dan perjalanan hidup setiap individu. (*Woman on Top with Prita Kemal Gani* di Brava Radio, 2019).

Promosi dan pengenalan buku *Bicara Tubuh*, sebelum dipasarkan kepada publik dilakukan melalui media sosial Instagram @bicaratubuh, bertemakan warna *monogram* atau dominan hitam dan putih beserta *caption* yang juga puitis. *Bicara tubuh* menjadi salah satu bentuk dedikasi Ucita dalam pemberdayaan perempuan di era digital. (Profil Instagram Buku *Bicara Tubuh*, @bicaratubuh, n.d.). Selain itu dilansir melalui tirto.id dan tribunnews, ia juga ikut berperan dalam pembuatan film *imperfect* yang disutradarai oleh Ernest Prakasa pada tahun 2019. Film *Imperfect* menceritakan tentang isu permasalahan yang dialami oleh kebanyakan perempuan di masa sekarang ini, dimana kecantikan diukur dari standar cantik yang ditampilkan di media. Uchiet juga aktif menjadi pembicara di beberapa acara yang berkaitan dengan kecantikan, disinilah ia membagikan pengalamannya tentang menerima, mensyukuri, dan merawat tubuh secara konsisten.

Melalui konten Instagram, seseorang dapat menunjukkan prestasi dirinya, yang kemudian secara langsung dapat dinilai sebagai citra diri oleh khalayak luas. Penilaian ini bisa dalam segi kepribadian, seperti yang ditampilkan Ucita Pohan. Ia mempresentasikan dirinya menjadi seseorang yang orisinil, tidak palsu, peduli dengan pemberdayaan perempuan melalui platform media sosialnya. Hal yang selama ini Uchiet sosialisasikan adalah bagaimana caranya mengubah pola pikir yang sudah mengakar, mengenai standar kecantikan seorang perempuan. Menurutnya kecantikan perempuan lebih ke arah bagaimana cara kita merawat, membersihkan dan mensyukuri apa yang kita miliki. Kecantikan perempuan akan lebih terlihat apabila kita menanamkan rasa bangga atas diri sendiri dan merawatnya sebaik mungkin. Ucita mengajak *followers*-nya untuk terlebih dahulu membentuk gambaran yang positif akan diri sendiri. Sehingga, citra tubuh yang



dihasilkan merupakan citra positif tanpa banyak input aspek sosial dan budaya berupa standar ideal masyarakat (*WoT with Prita Kemal Gani di Brava Radio*, 2019).

Senada dengan paparan Astin & Leland dalam buku *Women of Influence, Women of Vision. A Crossgenerational Study of Leader and Social Change* “Sebagai seorang pemberdaya, saya merasa bangga saat saya bisa membuat individu lain melakukan apa yang sebelumnya ini belum pernah mereka lakukan dan tidak berani mereka lakukan. Membangkitkan rasa kepercayaan diri, memberikan saran, ide dan menolong mereka melakukan sesuatu seperti apa yang saya lakukan. Itu adalah pemberdayaan” (Astin & Leland, 1991). Ucita melakukan pemberdayaan perempuan khususnya tentang usahanya mengubah dogma perempuan cantik dengan terus melakukan kampanye *self-acceptance*.

## Key Leadership Challenges

“Knowing yourself is the beginning of all wisdom”

– Aristotle

Ada banyak pengertian kepemimpinan yang dikemukakan oleh para pakar menurut sudut pandang masing-masing, definisi-definisi tersebut menunjukkan adanya beberapa kesamaan. Menurut Nurkolis dalam buku *Manajemen Berbasis Sekolah: Teori, Model dan Aplikasi*, kepemimpinan; adalah proses memengaruhi atau memberi contoh oleh pimpinan kepada pengikutnya dalam upaya mencapai tujuan organisasi (Nurkolis, 2003). Lalu definisi kepemimpinan yang dipaparkan oleh Mullins J. Laurie dalam buku *Management and Organisational Behavior*, kepemimpinan adalah “a relationship through which one person influence the behavior or actions of other people” (Mullin, 2005). Definisi Mullins menekankan pada konsep “hubungan” yang melalui seseorang mempengaruhi perilaku atau tindakan orang lain. Kepemimpinan dalam definisi ini dapat berlaku baik di organisasi formal, informal, ataupun nonformal. Asalkan terbentuk kelompok, maka kepemimpinan hadir guna mengarahkan kelompok tersebut.

Dikaitkan dengan perjalanan menuju manajemen karir seorang Ucita Pohan sangatlah cocok. Sejak masa kuliah ia sudah aktif di klub kemahasiswaan Radio, kemudian berlanjut menjadi seorang MC, dan menjadi seorang penulis. Melalui jurusan komunikasi di LSPR-Jakarta, Uchiet berhasil untuk berkarir di bidang media dan terus dijalankannya hingga saat ini. Ketika masa kuliah, ia mulai membangun *team management*-nya dan bersama mereka lah ia selalu membuat suatu tujuan atau *goals* setiap tahunnya. Walau apa yang dilakukan Uchiet bukanlah sebuah organisasi formal, namun terbentuknya kelompok dengan memiliki visi dan misi yang sama, membangun kepemimpinan Ucita Pohan guna mengarahkan *team management* ini untuk terus berkembang dan berkarya setiap tahun. Ia sendiri memiliki strategi dalam menggapai kesuksesannya yaitu dengan menekuni apa yang sedang dijalannya. Ia mengatakan bahwa dunia membutuhkan seorang pakar dan banyak generasi muda yang telah menjadi budak pengalaman yang terus mencoba banyak hal di bidang yang berbeda tetapi menurut Uchiet, mereka harus memutuskan mana yang diyakini bagus dan harus ditekuni.



Kunci dari kepemimpinan Ucita Pohan adalah ketekunan, sebelum menentukan strategi yang dapat membantu Ucita sukses dalam berkarir, ia melakukan pemikiran yang juga disesuaikan oleh visi dan misi yang ia miliki di awal karirnya. Ucita mengenal dirinya secara mendalam, dan memahami bahwa setiap orang dan termasuk dia adalah pribadi yang berharga. Hal ini seperti yang dikatakan Vanderbrock (2014, p. 53) bahwa strategi yang jelas seorang pemimpin dapat membawanya kepada kesuksesan dalam berkarir. Untuk merumuskan sebuah

strategi dibutuhkan pemikiran yang disesuaikan dengan keadaan lingkungan sekitar atau yang menjadi visi dan tujuan awal pemimpin. Implementasi yang sesuai juga menjadi kunci dari kesuksesan strategi tersebut. Implementasi yang dilakukan Ucita juga menjadi kunci dari kesuksesannya (Vanderbrock, 2014, p. 75).

Pada melaksanakan pekerjaannya di dalam tim yang dibentuknya, istilah 'bos' ditiadakan. Karena ia percaya bahwa kepemimpinan adalah suatu bentuk tanggung jawab dalam tugas dan bagian masing-masing dan itu terjadi di dalam timnya sendiri. Istilah pemimpin berlaku untuk semua orang karena masing-masing anggota bertugas untuk saling mengingatkan dan saling memberikan dukungan satu sama lain sehingga pekerjaan selesai dengan baik. Penyeleksian *talent management* yang dilakukan Uchiet pun tergolong *simple*, yaitu mencoba kerja bareng langsung dalam sebuah acara dan jika bersinergi dengan baik, maka ia akan secara terbuka mengajaknya bergabung dalam tim untuk jangka panjang. Namun bukan berarti Uchiet tidak pernah mengalami kendala dalam perjalanannya. Sebagai pemimpin, Ucita Pohan selalu mencoba menumbuhkan *sense of belonging* dari semua anggotanya. Sehingga apabila menghadapi masalah, maka masalah itu adalah masalah bersama dan dapat diatasi bersama tanpa menimbulkan perasaan negatif antara satu dengan lainnya. Ia juga menerapkan ketegasan kepada setiap permasalahan yang ditemui, namun tetap mengedepankan rasa toleransi dan saling menghargai satu sama lain, terutama sikap profesionalisme. Salah satu cara yang ia terapkan adalah dengan menerapkan *quality talk*, tidak harus formal atau dalam bentuk rapat kaku. Hal ini elemen substansial untuk menjaga hubungan baik satu sama lain di kala kesibukan masing-masing.

Walaupun banyak yang menyatakan bahwa perempuan adalah makhluk yang mampu mengerjakan banyak hal (*multi-tasking*), Ucita Pohan sadar bahwa kehidupan menawarkan berbagai macam elemen dan salah satunya merupakan karir. Tetapi selain elemen karir, terdapat juga elemen keluarga, elemen pribadi, pasangan dan lainnya yang harus diperhatikan. Dan semua elemen tersebut sama-sama penting dan harus dapat diimbangkan, dengan cara mengatur waktu yang dimiliki dan segala aktivitas lainnya harus sebanding (seimbang), pun saling mendukung. Hal ini senada dipaparkan oleh Betti Alisyahbana, mantan pimpinan IBM Asia Pasifik dalam *keynote speech*-nya di acara Women Leadership Forum bertema "*Women Leadership in Disruption Era*" yaitu membangun visi, mencari dan mendapatkan mentor yang tepat, berani mengambil resiko, membangun jaringan relasi, kemampuan berkomunikasi secara efektif, tekun serta *work-life balance* adalah tujuh hal yang harus dikembangkan dan dimiliki perempuan agar

berbagai keunggulan yang dimilikinya dapat membantunya meraih kesuksesan di era disrupsi digital ini (Digination.id, 2018).

Ucita Pohan mengatakan bahwa cara ia *manage* dirinya untuk mencapai kesuksesan yang dituju adalah dengan melakukan observasi terhadap pemikiran orang dan bagaimana mereka dapat mencapai titik tersebut. Seperti contohnya, untuk menjadi presenter, Ucita Pohan melakukan observasi terhadap Oprah Winfrey seperti bagaimana ia melakukan *networking* dan mendobrak pemikiran baru kepada masyarakat melalui televisi. Dengan nama-nama besar seperti Oprah Winfrey atau Angelina Jolie, Ucita Pohan belajar dari potensi yang telah dimiliki dan mencoba mengaplikasikannya ke dalam kehidupannya. *Turning point* yang ia rasakan adalah sebelum melangkahkan kakinya di dunia kerja sebagai penyiar radio dimana pernah merasakan *lack of self-esteem* yang tinggi atas kemampuannya sendiri. Singkat cerita Uchiet sadar bahwa ia harus lebih percaya diri atas kemampuan atau potensinya, dan ia tak harus mengurus pencapaian orang lagi melainkan ia harus lebih fokus pada dirinya sendiri dan memberikan yang terbaik di setiap hal, karena menang atau kalah tidak dapat di kontrol oleh diri sendiri.

Dengan karirnya di berbagai bidang mulai dari *radio announcer*, MC, hingga penulis, Ucita Pohan juga merupakan seorang *beauty influencer* di media sosial yang telah berhasil menginspirasi banyak orang berkat karya yang telah dihasilkannya. Ucita Pohan berhasil membagi waktunya antara kesibukan pekerjaannya sebagai *radio announcer* dan MC dan sebagai *beauty influencer* di media sosial. Tantangan kunci kepemimpinan yang dihadapi adalah bagaimana mengatur dan menyeimbangkan waktu antara aspek pekerjaan dengan aspek lainnya, bagaimana menyesuaikan ritme atau kecepatan kerja masing-masing anggota tim, bagaimana agar bisa tetap merespon positif ketika menghadapi kompetisi ataupun krisis, dan bagaimana mempertahankan relasi dan hubungan yang mutual. Dan tak lupa harus menjaga keseimbangan kondisi badan, tidak boleh terlalu memforsir dan lupa beristirahat. Semua ada batasannya dan harus diseimbangkan, itulah yang disebut *work-life balance*.

Seorang *beauty influencer* tentunya akan mempunyai satu medium yang akan menjadi tempat andalannya untuk berbagi. Seperti Ucita Pohan, ia merasa bahwa Instagram merupakan salah satu *platform* yang ia percaya untuk dapat berbagi cerita dan pengalaman yang dapat menjadi inspirasi buat para pengikutnya. Akan tetapi, tentunya masih ada orang atau netizen yang kurang suka dengan seorang *influencer* sehingga mereka dapat melontarkan kata-kata yang tidak senonoh. Menurut Ucita sendiri, nama *haters* terbentuk berdasarkan perspektif *influencer* tersebut. Apabila netizen tersebut hanya menyampaikan pendapatnya itu tidak berarti bahwa netizen tersebut membenci sang *influencer*, karena menurut Ucita, *haters* merupakan kata-kata yang kuat dan semua orang berhak untuk memberikan opini mereka. Ucita melihat mereka bukan sebagai *haters* melainkan sebagai orang yang ingin mengekspresikan opininya agar ia sendiri tidak merasa tersakiti dan terbebani dengan subjek "*haters*".

Ucita merasa bahwa jarang sekali *haters* yang memberikan opini negatif tentangnya karena ia tidak memberikan peluang kepada *haters* tersebut dengan cara mengikuti 9 peraturan media yang ia dapatkan ketika mengambil jurusan komunikasi sehingga hal tersebut terbawa ketika ia melakukan *sharing* di media sosial. Dengan cara tersebut, Ucita meyakinkan bahwa konten yang ia bagikan tidak memprovokasi para *haters* untuk melemparkan komentar negatif tentangnya. Selain itu, ia juga mengatakan bahwa ia tidak pernah memancing para *haters* untuk datang kepadanya karena ia merasa bahwa kebanyakan *haters* datang ketika dipancing dengan konten yang tidak layak atau tidak senonoh sehingga menambahkan *traffic* bagi si *influencer* tetapi hal ini tidak berlaku untuknya.

Seorang pemimpin perempuan menemukan bahwa kedisiplinan dan ketekunan membawanya kepada karir yang maksimal. Meskipun terkadang pemimpin menemukan permasalahan atau membuat kesalahan dalam memimpin, disiplin dan tekun dapat menuntunnya untuk memberikan solusi dengan tepat sehingga mencapai karir yang sukses (Vanderbrock, 2014, p. 72). Selain *haters*, Ucita mengakui bahwa salah satu dari kekurangannya adalah *self-discipline* di dalam pekerjaan. Hal tersebut dikatakannya karena ia merasa sebagai seorang *freelancer*, ia tidak terkait dengan *deadline* atau segala tekanan dari atasan sehingga Ucita cenderung untuk menunda pekerjaannya.

Tetapi, ia mengatakan bahwa cara untuk mengatasi kekurangan dari *self-discipline* itu adalah dengan mempunyai tim manajemen yang saling mengingatkan sehingga ia tidak menunda-nunda pekerjaannya kembali.

## Key Leadership Competencies

I am becoming liberated. Who are you becoming?  
– Ucita Pohan (@Uchiet, 2020)

Sebagai seorang pemimpin terdapat beberapa kompetensi yang dapat menunjukkan bahwa kepemimpinan yang dilakukannya berhasil, yaitu gaya kepemimpinan, membuat perubahan yang positif, komunikasi dalam memimpin, mengelola performa, memberikan dan mendapatkan umpan balik, membentuk kelompok kerjasama, cara memimpin di dalam kelompok, dan membangun serta menjaga relasi dengan sesama (Vanderbrock, 2014, p. 105-109).



Uchita Pohan diakui sekitarnya sebagai pemimpin perempuan yang menebarkan aura positif, memiliki pemikiran logis, kreatif dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Semua itu tercermin dalam setiap *postingan*-nya di akun Instagramnya. Ia pun tidak sungkan-sungkan untuk mengembangkan diri dengan berbagai cara, belajar dari idolanya dari nasional bahkan internasional, dan mencoba mengimplementasikan dalam kesehariannya. Uchiet berpendapat seorang pemimpin dilihat dari kemampuan

seseorang dan tidak lagi hanya berdasarkan *gender*. Pemimpin perempuan tidak harus menjadi maskulin dalam memimpin, mereka tetap bisa memimpin dengan sisi pribadi mereka yang feminin. Mereka tidak perlu meniru pemimpin pria, mereka bisa memimpin pengikutnya dan tetap menjadi dirinya sendiri.

Pemimpin perempuan dengan *agentive* positif dapat memunculkan sisi *communal* ke permukaan dengan sendirinya. Seorang pemimpin perempuan yang memiliki citra dan reputasi yang positif juga dapat menjadi salah satu kelebihan yang dapat merubah *stereotype*. Dengan kata lain, pemimpin perempuan disarankan menjadi pemimpin yang *multi tipe*, bukan *mono tipe* (Vanderbrock, 2014, p. 104-105)

Kepribadian positif seorang pemimpin dapat membawanya kepada karir yang sukses dan membuahkan perubahan yang positif juga. Sebagai seorang pemimpin, Ucita Pohan merupakan pribadi yang pemberani, positif, dapat diandalkan dan nyaman untuk diajak berteman. Ia tidak takut untuk mencoba sesuatu yang baru, sebelum akhirnya mendapatkan hasil yang memuaskan. Pemimpin juga dapat bertoleransi kepada pengikut dan pandai beradaptasi (Vanderbrock, 2014, p. 88).

Komunikasi dalam memimpin perlu dilakukan secara efektif dan harus bisa menyampaikan pesan dengan jelas dan tepat. Penyampaian pesan yang dibuat menarik dalam komunikasi dapat membuat audiens memberikan perhatiannya kepada pemimpin. Selain itu, pemilihan alat penyampai komunikasi yang tepat juga dapat memengaruhi hasil dari proses komunikasi yang dilakukan (Vanderbrock, 2014, p. 67).

Membangun sebuah hubungan baik hubungan pribadi dan profesional tentu tidak terlepas dari dari kecewa atau kekurangan yang ada. Dalam menghadapi ini Ucita Pohan memilih untuk melakukan diskusi dan mencari solusi untuk menghadapi permasalahan yang ia temui. Ucita menyadari bahwa relasi dengan seseorang merupakan hal yang penting. Relasi yang baik juga dapat memberikan hasil yang positif jika seorang pemimpin membutuhkan bantuan di saat genting (Vanderbrock, 2014, p. 109).

Sedangkan dalam menjaga performa merupakan sebuah komponen penting bagi Ucita Pohan di proses berkarirnya. Melakukan kesalahan dalam bekerja adalah hal yang lazim, namun bagaimana cara mengatasinya dalam menunjukkan kualitas kerja seseorang. Selayaknya manusia biasa, ia juga tidak luput melakukan kesalahan, namun ia berani untuk mengakuinya dan bertanggungjawab disertai memperbaikinya. Tidak hanya itu, ia juga berjanji untuk lebih berhati-hati dan mempersiapkan diri lebih baik agar tidak melakukan kesalahan yang sama.

Seorang pemimpin tidak diperbolehkan untuk menggunakan perasaan atau emosi sebagai alasan untuk memaafkan performanya yang kurang maksimal. Tanggung jawab dibutuhkan untuk mengakui kesalahannya dan menciptakan sebuah solusi agar tidak terulang kembali dan mencegah kesalahan lain terjadi. Pemimpin yang bertanggung jawab dapat dikatakan sebagai orang yang kompeten dalam melakukan tugasnya (Vanderbrock, 2014, p. 96).

Ucita Pohan merupakan seorang yang menghargai pendapat dan pemikiran individu lain. Kritik dan saran sekitarnya dapat digunakan oleh Uchiet untuk membangun dirinya. Ia sadar bahwa persepsi setiap individu bisa berbeda dan dapat berubah. Seperti contoh dalam diskusi, Uchit selalu berusaha untuk menghargai semua pihak dan bersikap netral. Dan membuka pemikirannya terhadap semua kemungkinan dari seluruh sumbang saran atau pemikiran yang ada.

Hal ini senada yang dipaparkan Vanderbrock (2014, p. 107-108) bahwa memberikan tanggapan dan motivasi dapat meningkatkan tingkat produktivitas organisasi. Adanya tanggapan konstruktif dari berbagai sisi yang fleksibel juga dapat membuat pemimpin semakin berkembang.

Kompetensi seorang pemimpin dalam membuat kelompok kerjasama juga Uchiet lakukan dengan baik karena baginya kerjasama merupakan hal yang penting baginya. Bekerjasama dapat membantu Uchita mengerjakan *project-project* barunya. Namun sebuah kerjasama juga harus didasarkan oleh kecocokan visi, misi dan *goal* sehingga hubungan kerjasama ini dapat dibangun dengan baik dan berlangsung dengan jangka panjang. Hal ini didukung oleh pernyataan Vanderbrock, bahwa seorang pemimpin dapat

mempererat hubungan kerjasama yang selama ini sudah dijalin dengan menciptakan hubungan yang profesional (Vanderbrock, 2014. P. 8).

Sedangkan dalam hal kepemimpinan dalam kelompok, kepemimpinan yang dilakukan oleh seorang pemimpin tentu berbeda, bergantung pada karakteristik pemimpin tersebut dan kelompok yang akan dipimpin olehnya. Karir yang digeluti juga dapat memberikan efek yang berbeda dalam kepemimpinan yang ada. Seorang pemimpin dapat memiliki beberapa karakteristik dalam memimpin (Vanderbrock, 2014, p. 21).

Dalam hal kepemimpinan, Uchita Pohan merupakan seorang pemimpin yang logis bagi semua anggota timnya, namun ia juga dapat menjadi pemimpin yang asertif dalam memimpin timnya dan mengambil keputusan dalam tim. Hal ini memberikan efek positif dalam kerja tim. Keunikan dalam gaya kepemimpinan dapat membuat kerja tim menjadi lebih maksimal dan dapat menetralkan stereotip yang terbentuk mengenai pemimpin perempuan.

Pemimpin dapat memperpanjang atau memperluas sebuah hubungan yang biasanya dimulai melalui hubungan kerja profesional menjadi hubungan yang dekat. Membuat sebuah relasi dapat membantu pemimpin untuk memahami dengan rinci keadaan yang terjadi di lingkungan sekitar pada masa kepemimpinannya. Selain itu, relasi juga dapat memberikan keuntungan kepada pemimpin (Vanderbrock, 2014, p. 22).

Uchita Pohan sebagai pemimpin perempuan menyadari hal ini. Menurutnya, menjalin hubungan dalam keluarga, teman dan karir juga harus seimbang. Menjaga hubungan tidaklah sulit dan tidak bergantung pada kuantitas. Bahkan lebih didasari oleh kualitas, bagaimana ia tetap peduli terhadap orang-orang di sekitarnya dan tetap mempertahankan hubungan yang ada. Ia juga selalu membagikan sukacita kepada orang-orang disekitarnya. Namun satu hal yang prinsipil baginya yaitu, mengetahui batasan antara karir dan kehidupan pribadi harus tetap dipegang teguh, sehingga mengisolir kemungkinan adanya bauran hal pribadi dan pekerjaan yang besar kemungkinan akan membuat permasalahan.

## **Pengembangan visi dan strategi**

Strategi yang dijalankan oleh Ucita Pohan dalam menagani media sosial Instagramnya adalah dengan mengunggah foto-foto yang tidak bersifat negatif dan kontroversial sehingga ia tidak menarik banyak perhatian negatif dari publik. Bentuk dari unggahan Ucita Pohan juga mengarah kepada travelling, *hang out* bersama teman, dan pastinya tentang *self-acceptance* untuk menginspirasi orang-orang agar lebih percaya diri dan menerima dirinya sendiri.

Ucita Pohan juga mengandalkan tekun sebagai salah satu visinya yaitu dengan secara konsisten dan terus menerus menyebarkan pesan positif melalui unggah foto sebagai pengingat kepada orang-orang untuk selalu menerima dan menyayangi diri sendiri melalui media sosial Instagram. Selain sebagai *beauty influencer* di Instagram, ia pun tekun dalam menjalankan karirnya sebagai penyiar radio dan MC sehingga orang-orang melihat Ucita Pohan sebagai sosok yang tidak mudah menyerah dan terus berkarya.

## **Generating Positive Changes**

Untuk menjadi seorang *influencer*, suatu individu harus dapat menyebarkan positività kepada para pengikut dari sosok tersebut. Perubahan positif ini telah dirasakan oleh kehidupan Ucita Pohan sendiri. Untuk mendapatkan perubahan positif harus dilakukan oleh diri sendiri seperti jika ada tips-tips baru yang didapatkannya, ia akan mencoba mengaplikasikannya ke diri sendiri lalu jika hal tersebut memastikan, kemudian ia akan menyebarkan tips tersebut kepada para pengikutnya.

Ucita Pohan terkenal sebagai sosok yang percaya diri dan nyaman dengan diri sendiri. Hal ini dapat menjadi inspirasi bagi para perempuan di luar sana. Ucita berharap melalui dirinya dan pengalaman yang ia bagikan, para wanita dapat lebih merasakan *self-acceptance* di dalam diri masing-masing untuk mempunyai sebuah dasar diri. Dengan adanya dasar diri tersebut, apa yang diinginkan atau dicita-citakan akan jauh lebih jelas dan memungkinkan sehingga dapat fokus kepada tujuan mereka masing-masing.

R.A. Kartini merupakan sosok yang menginspirasi Ucita Pohan selama ini. Ucita mengatakan bahwa ia belajar banyak dari sosok R.A. Kartini sendiri seperti kekuatannya yang terdapat bukan hanya dari wawasannya yang luas dan sering membaca, melainkan kekuatan tersebut juga datang dari dia yang mengenal dirinya sendiri, mengenal keresahannya, dan menggabungkan semua tersebut kedalam satu pemikiran dan menjadi wanita yang tangguh, bukan sekedar wanita yang bersemangat tetapi sangat *empowering* berkat hubungan yang erat antara dia dan dirinya sendiri.

Pesan dari Ucita Pohan untuk wanita di luar sana adalah "*don't compare yourself, comparison is the tea of joy*". Menurutnya, jika seseorang terlalu fokus dengan apa yang orang lain punya, maka orang tersebut akan sulit untuk fokus dengan apa yang ia punya karena sebenarnya ia sendiri dapat melakukan banyak hal sehingga dan harus merasa bersyukur. "Jangan membandingkan diri sendiri dengan orang lain yang akhirnya membuat diri *lu engga gerak tuh comparison* biasanya, bersyukur *aja* sama fasilitas yang didapatkan," ujar Ucita Pohan. Ia sangat mendukung nilai-nilai pemberdayaan perempuan serta menyamaratakan representasi perempuan dalam semua aspek. Bukan hanya representasi yang dalam perbandingan dengan laki-laki, tetapi juga representasi keberagaman perempuan dari kepemilikan aspek fisik dari berbagai macam sisi (ras, bentuk tubuh, dan usia). Ucita sangat bersyukur bahwa visi misi kampanye yang ia kumandangkan juga banyak didukung secara tidak langsung oleh *brand* besar dengan kampanye mereka.

Ucita Pohan selalu mengingatkan bahwa ia mendefinisikan cantik melalui tiga hal, yaitu dengan menerima, mensyukuri, dan merawat. Pertama adalah untuk menerima dulu, yang berarti *accepting ourselves*, artinya seseorang harus menerima bahwa ia sudah terlahir menjadi dirinya mulai dari rambut, kulit, bentuk tubuh, dan lainnya. Kedua adalah untuk mensyukuri, yaitu untuk mensyukuri apa yang telah diberikan. Setelah disyukuri, ketiga adalah untuk merawat, dimana seseorang harus merawat apa yang sudah diberikan. Menurut Ucita, ketiga hal tersebut tidak boleh terlongkapi antara satu dan lainnya karena itu adalah sebuah langkah atau arahan untuk mencapai kecantikan menurut Ucita.

## Leveraging Difference

Banyak sekali *influencer* di Indonesia yang berkarya melalui sosial media yang mereka miliki. Mulai dari *beauty influencer*, *food reviewer*, *travel influencer*, dan lain-lainnya. Mereka semua jelas memiliki keunikan masing-masing dari dirinya yang membuat mereka menjadi inspirasi bagi masyarakat luas. Tak beda dengan Ucita Pohan, banyak wanita di Indonesia yang menjadikan Ucita sebagai salah satu panutan mereka di media sosial seperti Instagram. Mulai dari gaya berpakaian, hingga tingkat kepercayaan diri yang dapat diikuti oleh setiap wanita.

Menurut Ucita Pohan, keunikan yang dimiliki dirinya hingga menjadi *influencer* seperti sekarang adalah sebagai orang yang kreatif. Hal tersebut disampaikannya karena ia merasa bahwa ia dapat menemukan berbagai *angle* dari berbagai isu atau yang disebut mempunyai ide. Hal lainnya yang dimilikinya adalah jam terbang. Jika dibandingkan dengan *influencer* lainnya, Ucita Pohan sudah tergolong salah satu *influencer* yang telah lama di sosial media dibandingkan dengan *influencer* lainnya sehingga jam terbang tersebut merupakan salah satu nilai tambah baginya.

## Building and Maintaining Network

Sebagai *influencer*, tentunya mereka harus selalu memberikan *engagement* kepada para *followers*-nya. Hal ini telah dilakukan oleh Ucita Pohan melalui akun Instagram yang dimilikinya. Ucita memilih Instagram sebagai salah satu *platform* untuk membagikan kontennya karena ia merasa lebih simple dan ringkas dibandingkan dengan *platform* lainnya seperti *Youtube* yang kurang produktif. Ucita selalu menjaga interaksi antara dirinya dengan *followers*-nya dengan cara membalas komentar dan *direct message*. Ia juga memanfaatkan fitur *instagram story*, dan juga *live*. Disamping itu Ucita tidak berusaha berpura-pura (menjadi orang lain) dalam semua tindakannya, hal ini lah yang menjadi pembeda Ucita Pohan dengan *lifestyle influencer* lainnya. Ia adalah seorang *influencer* yang apa adanya, *straight to the point* dan berani *speak up*. Kadang ada yang menganggap kontennya terlalu kontroversial, namun Ucita menggunakan *caption* yang lugas menjelaskan konten ataupun postingan tersebut dengan baik. Ia berinteraksi dengan *followers* nya dengan

menggunakan bahasa yang *casual*, dan ia juga memanfaatkan fitur di Instagram dengan maksimal untuk berinteraksi dengan para *followers*-nya.

Sehingga Instagram dari Ucita Pohan sendiri bisa dikatakan sangat adem dan terhindar dari masalah karena ia tidak membagikan postingan yang berbentuk provokatif dan jarang memancing *haters* untuk memberikan komentarnya. Jika ada pun, ia menganggap *haters* sebagai orang yang hanya ingin membagikan opini mereka karena setiap orang berhak opini. Menurutnya, membagikan opini bukan berarti mereka membenci.

## Leadership Impact

No one is too small to make a difference.  
– Greta Thunberg

Kepemimpinan yang dilakukan oleh seseorang pasti berdampak kepada dua buah sisi baik internal maupun eksternal. Internal merupakan saat dimana pemimpin dapat merasakan dampak dari kepemimpinan yang telah dilakukan oleh dirinya sendiri, sedangkan eksternal merupakan saat dimana orang-orang disekitar pemimpin dapat merasakan dampak dari kepemimpinan tersebut. (Vanderbrock, 2014, p. 110).

Menurut Ucita, perjalanannya selama dia berkarir dan menjalani kehidupannya merupakan edukasi dari para dosen dan idola-idolanya. Dengan begitu, ia merasa bahwa ia mempunyai kewajiban untuk membagikan kembali hal atau pengetahuan yang telah didapatkannya untuk khalayak umum yang berada di Kawasan *range*-nya. Ia juga merasa bertanggung jawab untuk terus membagikan ilmu yang telah diterima agar tidak berhenti sampai disitu saja.

### Dampak Kepemimpinan Bagi Diri Sendiri dan Orang Lain

Dampak dari kepemimpinan seseorang dapat dirasakan dari dua buah sisi baik internal maupun eksternal. Internal merupakan saat dimana pemimpin dapat merasakan dampak dari kepemimpinan yang telah dilakukan oleh

dirinya sendiri, sedangkan eksternal merupakan saat dimana orang-orang disekitar pemimpin dapat merasakan dampak dari kepemimpinan tersebut. (Vanderbrock, 2014, p. 65).

Uchita memiliki harapan untuk dapat memberikan informasi yang berguna dan menyebarkan hal-hal yang positif bagi *followers*-nya. Hal ini juga dikemukakan oleh Minduta dan Hayden (2017), *Influencer* adalah seseorang yang memberikan pendapat yang unik, dan memberikan konten yang bermakna bagi audiensnya. Menurutnya hal itu adalah hal yang utama sebagai seorang *influencer*.

Seorang *influencer* bukan sekedar memotivasi, tapi juga menginspirasi. Seorang Uchita Pohan menunjukkan hasil kerjanya dengan tindakan, bukan hanya dengan omongan. Apa yang dikatakan pastilah sesuatu yang memang dilakukan. Dari tindakannya audiens dapat melihat *hardwork* dan *passion*-nya yang otomatis menginspirasi orang lain untuk menjadi lebih baik. Hal ini berbeda dengan sikap ambisius, melainkan menjalankan visi, misi dan *goal*-nya. Memiliki niatan baik, tujuan yang *solid*, dan berusaha terbaik disetiap proses yang dijalankan. Ia berharap kepemimpinan yang dilakukannya dapat bermanfaat bagi sesama, Uchiet juga menjaga relasi dengan baik dan sebaik mungkin menghindari konflik dengan pihak lain.

Menurut Vanderbrock, dampak kepemimpinan dari seorang pemimpin dapat dilihat melalui hubungan antara kepemimpinan yang dilakukan dengan keadaan seorang individu. Setiap individu dapat menentukan sendiri dan mengambil kesimpulan yang berbeda dari setiap pemimpin, dengan ilmu pengetahuan, seseorang individu menjadi mahir dalam menilai individu lain dan menentukan pilihannya (Vanderbrock, 2014, p. 2).

Uchit merupakan pribadi yang sungguh-sungguh mengetahui tujuan hidupnya dan selalu berusaha memberikan yang terbaik dalam pekerjaannya. Sessa dan Ayu ikut merasa terinspirasi dan bangga terhadap Uchit. Dampak kepemimpinan dari seorang pemimpin dapat dilihat melalui hubungan yang ada antara kepemimpinan yang dilakukan dengan keadaan individu di sekitarnya (Vanderbrock, 2014, p. 2).

## What can we Learn from this Leader?

“Don’t compare yourself, comparison is the tea of joy”

Denmark (dalam Cantor dan Bernay, 1992, p. 229) mengatakan bahwa, kepemimpinan seorang perempuan adalah contoh dari kekuatan perempuan yang merupakan sebuah kombinasi dari sisi maskulin dan feminin yang menggabungkan kekuatan murni dan kekuatan pengasuhan. Kepemimpinan feminin yang efektif adalah saat seorang pemimpin perempuan dapat memberdayakan mereka yang tidak memiliki motivasi untuk membuat karya. Astin dan Leland (1991, p. 107).

Sebagai pemimpin wanita, Ucita pohan mengatakan bahwa semua wanita harus dapat merangkul sisi feminin mereka. Pada zaman dahulu, perempuan diharuskan mempunyai beberapa *point* maskulin untuk menjadi seorang pemimpin, entah itu dari sisi pemikiran atau penampilannya. Tetapi menurut Ucita, khayalan atau tipe pemimpin yang diinginkan adalah lebih ke arah *genderless* dan lebih mementingkan kemampuannya. Ia mengatakan bahwa sudah seharusnya *gender* menjadi urutan yang terbelakang dan bukan lagi sebagai nilai utama dalam memimpin. Sosok contoh yang digunakan Ucita Pohan dalam sebuah kepemimpinan adalah Najwa Shihab. Menurutnya, Najwa Shihab tidak takut untuk pindah ke ranah yang baru dan memulai kembali dari awal. Najwa Shihab juga merupakan sosok yang dicintai dan dihormati karena *team*-nya yang merasa dihargai. Pada intinya menurut Ucita, seorang pemimpin lebih ke arah *genderless*.

Kepemimpinan feminin yang efektif adalah saat seorang pemimpin perempuan dapat memberdayakan mereka yang tidak memiliki motivasi untuk membuat karya. Menurut Astin dan Leland, strategi untuk pemberdayaan dimulai dengan berkomunikasi kepada sesama, mau mendengarkan, memberikan tanggapan yang positif dan membangun, dan keinginan untuk bekerjasama dalam pemberdayaan serta sebuah komitmen untuk menjadi panutan dalam memberikan ajaran atau pengalaman (Astin dan Leland, 1991, p. 107).

Ucit berharap perempuan di luar sana dapat mempelajari *Self Acceptance*. Ucit juga mendukung perempuan di luar sana untuk menemukan jati diri, nilai, dan tujuan dari hidupnya. Menurut Astin dan Leland (1991, p. 107) kepemimpinan feminin yang efektif adalah saat seorang pemimpin perempuan dapat memberdayakan mereka yang tidak memiliki motivasi untuk membuat karya.

## **Tips: Do & Dont's**

“Learn to Trust the Journey, and Repeat.”

Perubahan pola komunikasi yang terjadi dalam masyarakat di ruang siber ini memberikan dampak pada perilaku kehidupan masyarakat modern. Kehadiran media siber merupakan bentuk baru cara masyarakat berkomunikasi. Bila selama ini pola komunikasi yang telah mapan terdiri dari pola *'one to many audiences'* atau dari satu sumber ke banyak audiens (seperti buku, radio, dan televisi), dan pola *'one to one audience'* dari satu sumber ke satu pemirsa atau (seperti telepon dan surat), maka pola komunikasi masyarakat siber menggunakan kombinasi pola *'many to many'* dan pola *'few to few'*. Realitasnya yang ada saat ini, kemunculan media sosial tidak hanya digunakan untuk sekedar bersosialisasi semata namun juga sudah meluas menjadi sarana bertukar informasi, berbisnis (jual-beli, dan iklan), berkampanye, mengajukan protes, ajakan berdemonstrasi, bahkan mencari jodoh (Juliswara, 2017).

Ucita Pohan merupakan seorang pemimpin yang memberdayakan perempuan melalui media sosial dengan menyebarkan pesan mengenai penerimaan terhadap diri sendiri (*Self-acceptance*). Ucita merupakan pribadi yang tekun, positif, kreatif, dan suka menolong. Ucita membagikan pesan tersebut melalui konten Instagram yang ia bagikan dan melalui buku yang ia ciptakan (Bicara Tubuh). Selain itu, Ucita juga bersedia untuk memberikan materi pengajaran mengenai *Self-Acceptance*.



Ucita memiliki pemikiran yang terbuka dan dapat menerima kritik. Ucita juga tetap menjaga relasi yang baik dengan orang-orang di sekitarnya. Ucita melihat bahwa seorang pemimpin perempuan tidak perlu menjadi seperti pemimpin laki-laki untuk diterima. Ucita mendukung pemimpin perempuan untuk tetap menjadi dirinya sendiri dalam memimpin. Selain itu, citra dan reputasi yang dibentuk oleh pemimpinlah yang akan menunjukkan kualitasnya. Ia juga memiliki kemampuan komunikasi yang tinggi. Ketekunan dan kedisiplinan yang dilakukan Ucita

membawanya menjadi seorang yang ahli dan sukses. Menurut Ucita memiliki banyak pengetahuan dapat menjadikan pemimpin terbuka terhadap lingkungan sekitar. Menurut Ucita, pemimpin juga tidak disarankan untuk membandingkan keberhasilan yang dicapai olehnya dengan pencapaian orang lain.

Ucita Pohan kerap menyarankan sekitarnya untuk terus terbuka dengan informasi, terus belajar, dan tidak mudah puas. Namun juga pintar memilah informasi mana yang bisa dipercaya, dan melakukan cek & ricek pada informasi yang mencurigakan. Hal ini sering dilakukannya melalui semua kanal media sosialnya, khususnya akun Instagramnya.

Terbuka dengan informasi bisa dengan cara lebih banyak membaca, menonton, dan mendengar dari mana saja seperti di buku, internet, media sosial, mendengarkan musik, menonton televisi, bahkan serial film. Esensi dari semua kegiatan di atas adalah, semakin banyak informasi yang diterima oleh seseorang, akan membuat pemikirannya lebih terbuka atau tidak

terjebak dalam satu pemikiran yang sama saja, bahkan bisa membuat seseorang semakin kreatif dan meningkatkan potensi diri.

Ucita Pohan juga mengatakan untuk jangan pernah membandingkan proses diri sendiri dengan prestasi orang lain. Karena menurutnya, seorang individu tidak akan pernah tau apa saja yang telah dilewati orang lain untuk mendapatkan prestasi tersebut. Jadi jika melihat orang, tidak hanya dari suksesnya saja tetapi juga melalui perjalanan yang telah dilaluinya. Mendapatkan banyak informasi dan referensi dapat menambah pengetahuan seorang individu, membekalinya dengan berbagai pemikiran berbeda yang membuatnya lebih terbuka dengan keadaan lingkungan sekitar.

Selain itu jangan membandingkan pencapaian dan kesuksesan individu lain dengan apa yang kita miliki karena kita juga tidak memahami bagaimana individu tersebut dapat mencapai kesuksesannya. Bagi seorang pemimpin, membandingkan keberhasilan yang dicapai oleh orang lain dan apa yang dicapai oleh diri sendiri merupakan hal yang negatif. Meskipun membandingkan pencapaian diri dengan pencapaian individu lain merupakan hal yang lazim terjadi dan dapat dilakukan dengan mudah, tetapi sebagai pemimpin yang baik, dapat membuat pemimpin menjadi agresif dan lambat laun berubah menjadi tidak kompeten dalam memimpin individu lain (Vanderbrock, 2014, p. 53-54).

## Referensi

- Astin, H. S., & Leland, C. (1991). *Women of influence, women of vision. A crossgenerational study of leaders and social change*. San Francisco: Jossey-Bass
- APJII & Polling Indonesia. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Jakarta, Indonesia: APJII
- Akun Instagram Ucita Pohan; @Uchiet, dilansir tanggal 21 Februari 2020.
- Breakenridge, D. (2012). *Social Media and Public Relations. Eight New Practices for the PR Professional*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Bicara Tubuh [@bicaratubuh]. (n.d.). Post [Instagram Profile]. Diperoleh pada 27 September 2019, dari <https://www.instagram.com/bicaratubuh/>

- Brava Radio [@Brava Radio]. (2019, April 25). Woman on Top With Prita Kemal Gani Part 1. [Youtube Video]. Diperoleh pada 27 Desember 2019, dari [https://www.youtube.com/watch?v=2pTTOeJ6NGE&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx\\_&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=2pTTOeJ6NGE&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx_&index=2)
- Brava Radio [@Brava Radio]. (2019, April 25). Woman on Top With Prita Kemal Gani Part 2. [Youtube Video]. Diperoleh pada 27 Desember 2019, dari [https://www.youtube.com/watch?v=DYRR9HO2eF0&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx\\_&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=DYRR9HO2eF0&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx_&index=3)
- Brava Radio [@Brava Radio]. (2019, April 25). Woman on Top With Prita Kemal Gani Part 3. [Youtube Video]. Diperoleh pada 27 Desember 2019, dari [https://www.youtube.com/watch?v=Yt8oerOoRzA&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx\\_&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=Yt8oerOoRzA&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx_&index=1)
- Brava Radio [@Brava Radio]. (2019, April 25). Woman on Top With Prita Kemal Gani Part 4. [Youtube Video]. Diperoleh pada 27 Desember 2019, dari [https://www.youtube.com/watch?v=K-hxStp-jvw&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx\\_&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=K-hxStp-jvw&list=PLQJaNDtEhzByFHQdhbeyt0xRcHMD6GRx_&index=4)
- Denmark, F. L. (1993). *Women, leadership, and empowerment. Psychology of women quarterly*. 17(3), 343-356. Diperoleh dari <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.918.4768&rep=rep1&type=pdf>
- Dhani, S. R. (2010). *Beyond Borders: Communication Modernity & History*. Jakarta, Indonesia: STIKOM London School of Public Relations
- Dimara, G. Y. (2019). Ucita Pohan: I'm 33, Single, and Happy!. Diperoleh dari <https://today.line.me/id/pc/article/Ucita+Pohan+I'm+33+Single+and+Happy-eQVqwx>
- Febriani, G. A. (2019). Pernah Alami Beauty Bullying, Ini Kata Ucita Pohan. Diperoleh dari <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4649601/pernah-alami-beauty-bullying-ini-kata-ucita-pohan>
- Flew, T. (2014). *New Media: An Introduction*. Australia: Oxford University Press.
- Franedy, R. (2019). Bukan Instagram, orang RI Paling Doyan Main Facebook. Diperoleh dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516193440-37-73045/bukan-instagram-orang-ri-paling-doyan-main-facebook>
- Furqon, Fadila F., Romli, R., Prastowo, A.A. (2020) Personal Branding Andrea Gunawan sebagai Lifestyle Influencer di Instagram. JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan Volume 3 No. 1. Januari 2020. P. 78-86 di lansir pada tanggal 23 Januari 2020 <http://www.jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/article/viewFile/1734/1528>
- Hayden, Kellie. (2017). *Running Head: Social Influence*.
- Juliswara, V. (2017). *Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial*. Jurnal Pemikiran Sosiologi, 4 no. 2.
- Hartanti, L. E. P. (2018). *Komunikasi Orang Muda di Sosial Media sebagai Influencer*. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 17(2), 152-162. ISSN: 2598-7402

- Kumalaningtyas, N., Sadasri, Lidwina M. (2018). *Citra Tubuh Positif Perempuan dalam Iklan Video Digital (Studi Femvertising pada Iklan Real Beauty)*. Jurnal Diakom, Vol.1 No.2, Desember 2018: P.62-73
- McCann Truth Central (2016). The Truth about Beauty. Retrieved from <http://truthcentral.mccann.com/portfolio/truth-about-beauty/>.
- Mullins, J. Laurie. (2005). *Management and Organisational Behavior*. 7<sup>th</sup> Edition. Essex. Pearson Education Limited. p.282
- Mustika, Rieka. (2018). *Etika Berkomunikasi di Media Online dalam Menangkal Hoax*. Jurnal Diakom, Vol. 1 No. 2, Desember 2018: 43-50. e-ISSN: 2623-1212
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurkolis. (2003). *Manajemen Berbasis Sekolah: Teori, Model dan Aplikasi*. Jakarta. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Phillips, David & Young, Philip. (1994). *Online Public Relations*. Kogan Page Ltd
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Hafiar, H. (2017). Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia. *PRoMEDIA*, 3(2). <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/938>
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Trampe, D., Stapel, D. A., Siero, F. W. (2011) The Self-Activation Effect of Advertisement: Ads can Affect Whether and How Consumers Think about the Self. *Journal of Consumer Research* Volume 37, Issue 6, 1 April 2011, P. 1030-1045.
- Vanderbrock, P. (2014). *Leadership Strategies for Women. Lessons from Four Queens on Leadership and Career Development*. New York: Springer.
- Van Vonderen, K.E., Kinnaly, W. (2012). Media Effect on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and other Social Factor. *American Communication Journal*, 14 (2): 41-57. March 2012.
- Yuliasuti, D. (2018). Perempuan Berpeluang Memimpin di Era Disrupsi Digital. Diperoleh dari <https://www.digination.id/read/011216/perempuan-berpeluang-memimpin-di-era-disrupsi-digital>