

## **ABSTRACT**

*The phenomenon of female leadership especially millennial generation, in some community is still interpreted as a weakness. Even in partly, it is still limited. However, Tokomanamana dared to trust the leadership to a very young female. To explain this, a quantitative descriptive research method with a constructivist paradigm is used as an aid in understanding the theory of Blumer's Symbolic Interaction. The goal of this study is to find out how the meaning, the media, and the barriers to the symbolic interaction of millennial generation of women in the e-commerce company PT. Tokomanamana. In this case the researchers used Data Triangulation to conduct in-depth interviews, then explore other information from key informants, supporting informants, direct observation, and document literacy through archives and photographs, and social media history of the research object. And Methodological triangulation is using various methods to examine the single problem of research results with open and transparent interpersonal communication from the figure of a female leader who is young, beautiful, has an independent, authoritative, charismatic personality, in interpreting herself with the latest technological media as a communication tool for the advancement of company employees even though there are still many obstacles.*

***Keyword: Symbolic interactions, Leadership, Women, Millennials Generation***



## ABSTRAK

Fenomena kepemimpinan perempuan apalagi kaum generasi milenial, pada sebagian golongan masih dimaknai kurang kuat. Bahkan pada beberapa golongan, masih dibatasi. Namun, Tokomanamana berani mempercayai kepemimpinannya pada seorang perempuan yang masih sangat muda. Untuk mengungkap hal ini digunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan paradigma konstruktivis sebagai alat bantu pemahaman di gunakan teori Interaksi Simbolik Mahzab Blumer. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana makna, media, dan hambatan Interaksi Simbolik kepemimpinan perempuan generasi milenial pada perusahaan e-Commerce PT. Tokomanamana. Dalam hal ini peneliti menggunakan Triangulasi Data melakukan wawancara yang mendalam, lalu menggali informasi lain dari informan utama, informan pendukung, observasi langsung, dan literasi dokumentasi melalui arsip dan foto-foto, dan history sosial media objek penelitian. Dan Triangulasi Metodologis (*Methodological triangulation*) yaitu menggunakan beragam metode untuk mengkaji problem tunggal. Hasil penelitian dengan komunikasi antar pribadi yang terbuka dan transparan dari sosok seorang pemimpin perempuan yang masih muda, cantik, memiliki pribadi mandiri, berwibawa, kharismatik, dalam memaknai dirinya dengan media teknologi terkini sebagai alat komunikasi untuk kemajuan karyawan perusahaan meskipun masih banyak hambatan.

**Keyword:** Interaksi Simbolik, Kepemimpinan, Perempuan, Generasi Milenial

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**