



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Ada dua penelitian yang peneliti gunakan sebagai acuan referensi dalam melakukan penelitian ini. Penelitian tersebut adalah *Representasi Otoritarianisme dalam Film Inglorious Basterds Karya Quentin Tarantino* karya Windu Puji Indriani (2013) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Jurnalistik, Universitas Komputer Indonesia. Lalu penelitian yang kedua adalah *Representasi Gaya Kepemimpinan Joko Widodo dalam Film Jakarta Baru The Movie* karya Andika Pranata (2013) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Jurnalistik, Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian Windu Puji Indriani yang berjudul *Representasi Otoritarianisme dalam Film Inglorious Basterds Karya Quentin Tarantino* adalah sebuah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian semiotika dari John Fiske. Windu ingin menunjukkan adanya gaya kepemimpinan otoriter dari Adolf Hitler di film *Inglorious Basterds*. Windu menunjukkan gaya kepemimpinan otoriter dari Adolf Hitler dengan menganalisis kode-kode televisi berdasarkan teori dari John Fiske. Windu Puji Indriani pun berhasil menemukan adanya representasi otoritarianisme Adolf Hitler pada tayangan film *Inglorious Basterds* dari analisis dialog, pencahayaan, dan unsur-unsur *miss-en-scene* lainnya.

Perbedaan penelitian Windu dengan penelitian ini terletak pada cara menganalisis dan teknik analisis data. Windu Puji Indriani menggunakan teknik

analisis data semiotika dari John Fiske, sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis data semiotika karya Charles S. Peirce.

Penelitian Andika Pranata yang berjudul *Representasi Gaya Kepemimpinan Joko Widodo dalam Film Jakarta Baru The Movie* merupakan sebuah penelitian kualitatif yang menggunakan pisau analisis semiotika karya Charles Sanders Peirce. Andika Pranata membedah sebuah film dokumenter karya dari kru dari dua konsultan politik nasional yaitu *The Cyrus Network Consultindo* dan *Matte Strategic Communication*. Film dokumenter ini memuat gambaran nyata polemik kota Jakarta serta rekam jejak calon Gubernur dan Wakil Gubernur Jakarta dalam rangka mengkampanyekan diri mereka untuk dipilih oleh masyarakat kota Jakarta. Andika Pranata berusaha mengungkap adanya representasi gaya kepemimpinan Jokowi melalui aksi nyatanya dalam film dokumenter ini. Ia menemukan bahwa Jokowi merupakan sosok pemimpin yang demokratis, pro-rakyat, dan sosok pemimpin yang mendengarkan aspirasi masyarakatnya, melalui analisis dari unit visual dan non-visualnya.

Perbedaan penelitian Andika dengan penelitian ini terletak pada media yang diteliti. Andika Pranata memilih untuk membedah sebuah film dokumenter yang notabene adalah sebuah media yang menampilkan aksi nyata. Sementara penelitian ini mengambil media sebuah sinetron yang merupakan sebuah skenario yang diambil dari kehidupan sehari-hari.

**Tabel 2.1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**

No.	Item Perbandingan	Penelitian Windu Puji Indriani	Penelitian Andika Pranata
1.	Judul	Representasi Otoritarianisme dalam Film <i>Inglorious Basterds</i> Karya Quentin Tarantino	Representasi Gaya Kepemimpinan Joko Widodo dalam Film <i>Jakarta Baru The Movie</i>
2.	Tahun Penelitian	2013	2013
3.	Tujuan Penelitian	Menjelaskan gaya kepemimpinan kepala perpustakaan Universitas X serta kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapan gaya kepemimpinan tersebut.	Mengetahui gaya kepemimpinan Joko Widodo yang terepresentasikan pada film <i>Jakarta Baru The Movie</i> .
4.	Metode Penelitian	Jenis penelitian deskriptif, menggunakan pendekatan kualitatif, dan metode semiotika.	Jenis penelitian deskriptif, menggunakan pendekatan kualitatif, dan metode semiotika.
5.	Teori / Paradigma	Konsep gaya kepemimpinan otoritarianisme.	Konsep teori semiotika Charles S. Peirce dan gaya kepemimpinan.
6.	Perbedaan	Perbedaan terletak pada teknik analisis data yaitu teknik analisis data karya John Fiske.	Perbedaan terletak pada media yang diteliti. Andika meneliti sebuah film dokumenter.
7.	Hasil Penelitian	Gaya kepemimpinan otoritarianisme terepresentasi pada kode-kode dalam film <i>Inglorious Basterds</i> seperti	Jokowi merupakan sosok pemimpin yang demokratis, pro-rakyat, dan sosok pemimpin yang mendengarkan

		kostum, teknik pengambilan gambar, dan ideology.	aspirasi masyarakatnya, melalui analisis dari unit visual dan non-visualnya
--	--	--	---

## 2.2 Teori Atau Konsep Yang Digunakan

### 2.2.1 Semiotika Komunikasi

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai suatu—yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya—dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk adanya hal lain (Wibowo, 2011:5).

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama manusia. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek tersebut berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Sobur, 2006:15).

Menurut Marcel Danesi dalam bukunya *Understanding Media Semiotics* (2002 : 28), kehidupan intelektual dan sosial manusia didasarkan pada produksi, penggunaan dan pertukaran tanda-tanda. Ketika kita bergerak, berbicara, menulis, membaca, menonton program TV, mendengarkan musik, atau melihat sebuah lukisan, kita terlibat dalam perilaku yang berbasis tanda. Untuk mempelajari perilaku ini, abad ke-19 seorang ahli linguistik dari Swiss, Ferdinand de' Saussure dan filsuf Amerika, Charles Peirce, mengusulkan disiplin otonom. Para penemu menyebutnya semiologi, yang akhirnya menjadi 'semiotics'.

Masih dalam Danesi (2002 : 28), istilah Peirce—'semiotics' (semiotika)—adalah yang dipilih, seperti definisi semiotika yang diungkapkannya yaitu sebagai sistem prinsip-prinsip untuk studi berbasis tanda dalam perilaku. Sebuah definisi yang cerdas namun perseptif juga diungkapkan oleh seorang penulis kontemporer dan juga ahli semiotika, Umberto Eco, yang mendefinisikannya sebagai sebuah studi disiplin yang mempelajari segala sesuatu yang dapat digunakan untuk 'berbohong', karena jika sesuatu yang tidak dapat digunakan untuk berbohong, akan sebaliknya yaitu tidak bisa digunakan untuk mengungkapkan kebenaran, bahkan tidak bisa untuk mengungkapkan apapun.

Definisi tersebut merupakan definisi yang mendalam, karena definisi tersebut menyebutkan bahwa kita memiliki kapasitas untuk merepresentasikan dunia dengan cara apapun yang kita inginkan melalui

tanda-tanda, bahkan dengan cara yang meyesatkan dan menipu. Kapasitas tersebut adalah kecerdasan yang ada pada diri kita untuk menyulap hal-hal yang sebenarnya tidak ada, atau hal-hal tanpa adanya bukti empiris, menjadi benar adanya melalui perkataan (Danesi, 2002 : 28).

Umberto Eco yang dikutip Wibowo menjelaskan (2011:6), kajian semiotika sampai sekarang membedakan dua jenis semiotika yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikansi.

Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu di antaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi yaitu pengirim, penerima kode atau sistem tanda, pesan, saluran komunikasi, dan acuan yang dibicarakan. Sementara semiotika signifikansi tidak 'mempersoalkan' adanya tujuan berkomunikasi. Pada jenis kedua, yang lebih diutamakan adalah segi pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan ketimbang prosesnya (Wibowo, 2011:6-7).

Tokoh-tokoh penting dalam bidang semiotik adalah Ferdinand de Saussure, seorang ahli linguistik dari Swiss dan Charles Sanders Peirce, seorang ahli filsafat dan logika Amerika. Kajian semiotik menurut Saussure lebih mengarah pada penguraian sistem tanda yang berkaitan dengan linguistik, sedangkan Peirce lebih menekankan pada logika dan filosofi dari tanda-tanda yang ada di masyarakat (Kriyantono, 2009:264).

Benny Hoed dalam bukunya *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya* (2011:4), menyatakan semiotika pragmatis Peirce, dalam

mengungkap sesuatu dibalik tanda diawali dengan sebuah proses kognisi yang berasal dari apa yang ditangkap oleh panca indra manusia.

Teori semiotika pragmatis Peirce juga membahas bagaimana makna dari sebuah tanda dapat berubah-ubah karena makna tersebut berakar dari kognisi manusia yang bersifat terbuka dan dinamis. Peirce mengatakan lebih lanjut dalam *Semiotika Sosial dan Dinamika Budaya* bahwa kedinamisan pemaknaan tersebut dapat juga disebut dengan dinamisme internal atau semiosis berlanjut (*unlimited semiosis*), yang mana interpretasi bisa berubah menjadi sebuah representamen baru karena semiosis yang terjadi berkali-kali (Hoed, 2011:157).

### **2.2.2 Representasi**

Representasi merupakan kegunaan dari tanda. Menurut Marcel Danesi yang dikutip Wibowo dalam buku *Semiotika Komunikasi* (2011:122), mendefinisikan representasi sebagai berikut: “proses merekam ide, pengetahuan, atau pesan dalam beberapa cara fisik disebut representasi. Ini dapat didefinisikan lebih tepat sebagai kegunaan dari tanda yaitu untuk menyambungkan, melukiskan, meniru sesuatu yang dirasa, dimengerti, diimajinasikan, atau dirasakan dalam beberapa bentuk fisik. Dapat dikarakterisasikan sebagai proses konstruksi bentuk X untuk menimbulkan perhatian kepada sesuatu yang ada secara material atau konseptual, yaitu Y, atau dalam bentuk spesifik Y,  $X=Y$ ”.



Menurut Stuart Hall yang dikutip oleh Wibowo (2011:122), ada dua proses representasi. Pertama, representasi mental, yaitu konsep tentang 'sesuatu' yang ada di kepala kita masing-masing (peta konseptual), representasi mental masih merupakan sesuatu yang abstrak. Kedua, 'bahasa', yang berperan penting dalam proses konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita harus diterjemahkan dalam 'bahasa' yang lazim, supaya dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu tanda dari simbol-simbol tertentu. Media sebagai suatu teks banyak menebarkan bentuk-bentuk representasi pada isinya. Representasi dalam media menunjuk pada bagaimana seseorang atau suatu kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam pemberitaan.

Konsep dari representasi telah menduduki tempat baru dan penting dari bagian pembelajaran budaya. Representasi menyangkut arti dan bahasa dari suatu budaya. Representasi adalah bagian penting dari proses produksi dan pertukaran makna diantara anggota dari suatu budaya. Hal ini termasuk penggunaan bahasa, tanda dan gambar yang ada untuk merepresentasikan sesuatu (Hall, 1997:15).

Ada dua sistem representasi. Yang pertama, sebuah sistem dimana seluruh jenis objek, manusia, dan peristiwa yang berkorelasi dengan konsep atau representasi mental yang ada dalam kepala kita. Tanpa hal tersebut, kita tidak akan bisa menginterpretasi atau memberi arti dari kejadian atau hal-hal di dunia.

Isi media bukan hanya pemberitaan tetapi juga iklan dan hal-hal lain di luar pemberitaan. Intinya bahwa sama dengan berita, iklan juga merepresentasikan orang-orang, kelompok atau gagasan tertentu.

John Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi melalui tabel dibawah ini.

**Tabel 2.2: Proses Representasi John Fiske**

<b>Pertama</b>	<b>Realitas</b>
	(Dalam bahasa tulis, seperti dokumen wawancara transkrip dan sebagainya. Dalam televisi seperti perilaku, <i>make up</i> , pakaian, ucapan, gerak-gerik dan sebagainya).
<b>Kedua</b>	<b>Representasi</b>
	(Elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, caption, grafik, dan sebagainya. Dalam TV seperti kamera, musik, tata cahaya, dan lain-lain).  (Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan di antaranya bagaimana objek digambarkan (karakter, narasi setting, dialog, dan lain-lain).
<b>Ketiga</b>	<b>Ideologi</b>
	Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualism, liberalism, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialism, dan sebagainya.

(Sumber: Fiske, *Television Culture*, 1987, hlm. 5)

Pertama, realitas, dalam proses ini peristiwa atau ide dikonstruksi sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa gambar ini umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan ekspresi dan lain-lain. Di sini realitas selalu siap ditandakan.

Kedua, representasi, dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat-perangkat teknis, seperti bahasa tulis, gambar, grafik, analisis, dan lain-lain. Ketiga, tahap ideologis, dalam proses ini peristiwa-peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat (Wibowo, 2011:123).

### **2.2.3 Gaya Kepemimpinan**

Dalam kehidupan sehari-hari dapat dijumpai beberapa orang yang disebut sebagai pemimpin, baik dalam kancah politik, pendidikan, bisnis, dan lainnya. Dilihat dari aspek politis, pemimpin menurut Syamsul Arifin (2012:1) adalah kepala aktual dari organisasi partai di kota, dusun, atau sub-divisi atau bagian lainnya.

Pemimpin adalah seorang pribadi yang memiliki kecakapan dan kelebihan (khususnya di satu bidang), sehingga mampu memengaruhi orang-orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi tercapainya satu atau beberapa tujuan (Arifin, 2012:1).

Rivai dalam bukunya *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, membagi pimpinan ke dalam dua kategori:

1. Pimpinan formal (eksekutif, legislatif, dan yudikatif), artinya adalah seseorang yang ditunjuk sebagai pemimpin atas dasar keputusan dan pengangkatan resmi untuk memangku suatu jabatan dalam struktur organisasi.
2. Pimpinan informal (tokoh masyarakat, pemuka agama, adat, LSM, guru, bisnis, dan lain-lain). Artinya adalah seseorang yang ditunjuk memimpin secara tidak formal, karena memiliki kualitas unggul, ia mencapai kedudukan sebagai seorang yang mampu memengaruhi kondisi psikis dan perilaku suatu kelompok atau komunitas tertentu.

Penelitian ini membahas tentang gaya kepemimpinan WIN-HT dimana mereka mencalonkan diri sebagai capres dan cawapres dari partai Hanura. Oleh karena itu, bahasan dari penelitian ini adalah kepemimpinan formal yang menyangkut aspek politik. Gaya kepemimpinan WIN-HT direpresentasikan oleh tayangan-tayangan di sinetron *Tukang Bubur Naik Haji*.

Pemimpin politik pastinya memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda-beda. Tentunya gaya kepemimpinan akan mempengaruhi keberhasilan seorang pemimpin dalam memimpin bawahan dan organisasinya.

House (1971:321-338) menjabarkan empat gaya kepemimpinan, yaitu:

#### 1. Gaya Kepemimpinan Direktif

Gaya direktif adalah pemimpin yang langsung (*to the point*) menyatakan kepada bawahannya mengenai apa yang diharapkan bawahannya, memberitahukan jadwal kerja serta standarnya, serta memberikan bimbingan yang spesifik. Fungsi pimpinan dalam situasi ini adalah memberikan sebuah struktur yang spesifik mengenai tugas-tugasnya disertai bimbingan dan pedoman agar sesuai standar dan harapan pemimpin tersebut.

#### 2. Gaya Kepemimpinan Suportif

Gaya suportif menunjukkan keramahan kepada bawahannya dengan memperhatikan bawahannya sehingga kesatuan dan kekompakan kelompok dapat ditingkatkan.

#### 3. Gaya Kepemimpinan Partisipatif

Gaya partisipatif biasanya mengharapkan saran dan ide dari bawahan sebelum mengambil keputusan. Pemimpin akan berinteraksi langsung dengan bawahan dalam mencapai tujuan, guna mengenal dan mengetahui langsung saran dan ide dari pihak lain.

#### 4. Gaya Kepemimpinan Orientasi Prestasi

Gaya kepemimpinan ini menetapkan tujuan yang menantang agar bawahannya menunjukkan prestasi yang maksimal. Selain itu

pemimpin juga terus mencari potensi pengembangan prestasi dalam mencapai tujuan.

House juga mengungkapkan bahwa seorang pemimpin bisa memiliki sifat atau gaya kepemimpinan lebih dari satu. Gaya kepemimpinan yang diungkapkan House ini akan dibuktikan dalam representasi gaya kepemimpinan WIN-HT dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* episode ke-1060.

#### **2.2.4 Gaya Kepemimpinan di Indonesia**

Peneliti juga mengambil teori yang dikemukakan Bahaudin yang mengungkapkan tentang gaya kepemimpinan di Indonesia.

Menurut Bahaudin (2007:221), untuk memahami bangsa ini kita harus memahami Mahabrata (perwayangan) dan memahami Islam. Dua pemahaman ini menjadi penting karena jumlah yang besar sekali dari orang Jawa pada umumnya sangat diwarnai oleh nilai-nilai dan falsafah sebagaimana dalam perwayangan yang dikombinasikan dengan nilai-nilai Islam.

Bahaudin membahas mengenai sebuah gaya kepemimpinan yang didasarkan pada prinsip kepemimpinan "Wali Songo". Kepemimpinan yang dibahas disini mestinya bersifat antaragama dan juga antarsuku di Indonesia. Dengan demikian hal ini mestinya dapat diterima sebagai masukan atau acuan bagi kita sebagai orang Indonesia bila berbicara mengenai pemimpin dan kepemimpinan (Bahaudin, 2007:225).

Keempat prinsip tersebut adalah:

1. **Surti** – yaitu Niat (*nawaitu*) yang harus menjadi dasar sebelum melangkah. Segala sesuatu harus dimulai dengan Niat dan harus niat yang baik. Artinya dalam melakukan apa pun kita harus benar-benar sadar dan tahu kenapa kita melakukan apa yang kita lakukan dan harus memiliki keyakinan bahwa apa yang kita lakukan adalah sesuatu yang benar.
2. **Titi** – Analistis/Teliti yaitu melakukan dan memiliki kemampuan untuk melakukan analisis terhadap apa yang akan dilakukannya. Hal ini menggambarkan adanya tuntutan ketelitian sebelum melakukan atau mengambil keputusan.
3. **Nastiti** – Tahu Caranya. Seorang pemimpin harus memiliki kemampuan untuk dapat memahami dan memanfaatkan masukan dari pihak/orang yang ahli di bidangnya. Untuk itu seorang pemimpin harus memiliki kompetensi dan memahami benar apa yang harus dilakukannya dan tahu bagaimana melakukannya.
4. **Gumanti** – Nurani yang membimbing, yaitu langkah ataupun keputusan yang diambilnya benar-benar harus didasarkan atas bisikan atau bimbingan dari hati nuraninya.

Selain itu menurut Bahaudin (2007:229), budaya Jawa juga menganut sifat kepemimpinan dari Sultan Banten. Ada tiga peran pemimpin menurut kepemimpinan Sultan Banten, yaitu:

1. **Amadangi – Penerang.** Artinya seorang pemimpin harus mampu menjadi dan memberikan penerangan bagi *followers*-nya (pengikutnya). Dia harus mampu berperan sebagai inspirator dan motivatornya.
2. **Amuladani – Teladan/Panutan.** Istilah panutan telah kita kenal selama ini dan bahkan sering menjadi sebagai tren tanpa memahami apa makna sesungguhnya dan apa prasyarat untuk dapat berperan sebagai panutan. Seorang pemimpin akan dapat menjadi panutan karena orang-orang yang dipimpinnya memiliki rasa hormat pada dirinya.
3. **Angayomi – Pelindung** adalah peran ketiga dari seorang pemimpin. Dia harus mampu memberikan perlindungan kepada orang-orang yang dipimpinnya, termasuk memberikan rasa aman.

Kepemimpinan Sultan Banten juga memiliki 10 sifat kepemimpinan, di antaranya: Sing Araja (raja), Sing Andaru (berwibawa), Sing Amerta (kaya), Sing Ajaksa (adil), Sing Alaras (selaras), Sing Aparna (tekun), Sing Apada (mempersatukan), Sing Apura (pemaaf), Sing Alodran (Perkasa), Sing Abaya (angin) (Bahaudin, 2007: 231).



Dalam Budaya Jawa, ada pula gaya kepemimpinan Ki Hajar Dewantoro yang sudah dikenal luas. Tiga sifat dari gaya kepemimpinan Ki Hajar Dewantoro adalah: (Bahaudin, 2007:238-239)

1. **Ing Ngarso Sung Tulodo;** maknanya adalah seorang pemimpin harus mampu memberikan petunjuk (*sung tulodo*) dalam perilaku pada orang-orang yang dipimpinnya. *Sung tulodo* juga sekaligus harus diberi makna sebagai memberikan inspirasi.
2. **Ing Madya Mangun Karso;** maknanya adalah suatu pemberdayaan yang prinsipnya adalah membangkitkan semangat dari orang-orang yang dipimpinnya dalam mencapai Visi yang telah disepakati bersama (*shared-vision*).
3. **Tut Wuri Handayani;** mengawasi atau melakukan monitoring terhadap jalannya pelaksanaan dalam pencapaian visi yang dimaksud.

Peneliti mengambil gaya kepemimpinan Indonesia yang merujuk pada budaya Jawa menurut Bahaudin ini karena Wiranto sendiri merupakan sosok yang lahir dan besar dalam Budaya Jawa. Tentunya hal ini membuatnya selalu menerapkan nilai-nilai budaya Jawa dalam hidupnya sehari-hari. Gaya kepemimpinannya pun merujuk pada nilai-nilai budaya Jawa, yang akan dibuktikan pada penelitian ini.

#### 2.2.4 Sinetron

Film cerita yang dibuat untuk media televisi, yang dalam wacana televisi Indonesia disebut sinema elektronik (sinetron), sudah menjadi bagian wacana public dalam ruang sosial masyarakat. Cerita sinetron tidak hanya menjadi sekedar sajian menarik di layar kaca, tetapi telah menjadi bahan diskusi atau bahan “ngerumpi baru” di antara para ibu di kelompok arisan, antaranggota keluarga, bahkan tidak jarang, nilai-nilai sosial di dalamnya hadir sebagai rujukan perilaku para penggemarnya (Labib, 2002:1).

Oleh karena itu, sinetron menjadi salah satu media yang digunakan WIN-HT untuk mendongkrak popularitas mereka. Menurut Labib, masyarakat yang biasanya menonton sinetron akan selalu membicarakan cerita di sinetron tersebut dengan rekan-rekannya. Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* menjadi pilihan WIN-HT karena banyaknya penonton dan ratingnya yang tinggi. Buktinya, sinetron ini mendapatkan dua kali berturut-turut penghargaan Panasonic Gobel Awards yang diadakan di RCTI sebagai Sinetron Terfavorit ([www.sinemart.com](http://www.sinemart.com)).

Kekuatan media memang sering menciptakan imitasi di kalangan masyarakat, mulai anak-anak hingga orang dewasa. Kita sering melihat anak-anak melompat-lompat seperti hendak terbang, atau saling memukul dengan temannya menirukan adegan Superman atau Batman dalam film di televisi (Labib, 2002:2). Imitasi ini juga menjadi pertimbangan WIN-HT

dalam penggunaan media sinetron sebagai media sosialisasi gaya kepemimpinan mereka, agar mendapat simpati dari masyarakat Indonesia.

Diskusi-diskusi kecil (*ngerumpi*), konflik-konflik kecil akibat rasa cemas tidak bisa mengikuti alur cerita sinetron secara lengkap, parodi lagu-lagu sinetron, munculnya komunitas fans artis sinetron, sampai trend menirukan model pakaian dan potongan rambut para artis sinetron, serta memanfaatkan ketenaran sang artis sinetron untuk menarik massa—sepintas hanyalah peristiwa-peristiwa kecil yang berkembang di masyarakat secara musiman, yang beberapa saat kemudian akan menghilang dengan sendirinya (Labib, 2002:3). Fenomena-fenomena dalam masyarakat ini telah disadari oleh WIN-HT dalam mensosialisasikan gaya kepemimpinan mereka. Ketergantungan masyarakat terhadap sinetron ini menjadi dasar WIN-HT menggunakan sebuah episode sinetron untuk tampil memperlihatkan gaya kepemimpinan mereka.

Menurut Bungin yang dikutip oleh Labib (2002:3), realitas sosial menggambarkan kekuatan media dalam mengonstruksi realitas sosial. Media memiliki kekuatan untuk memindahkan realitas sosial ke dalam pesan media dengan atau setelah diubah citranya, kemudian memindahkannya melalui replika citra ke dalam realitas sosial yang baru di masyarakat.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah kerangka pemikiran yang menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, terkait representasi gaya kepemimpinan WIN-HT pada tayangan Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji* episode ke-1060.

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

