



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti telah mencari berbagai referensi dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang diangkat, yaitu *ANALISIS FRAMING ISU PENCALONAN PUAN MAHARANI PADA PEMILU 2024 DI LAPORAN KHUSUS MAJALAH TEMPO “GANJAR HILANG, PUAN TERBILANG”*. Penelitian terdahulu berikut berguna agar tidak terjadi kesamaan topik dari penelitian yang sedang diangkat. Dengan demikian, penulis melampirkan tiga penelitian terdahulu sebagai berikut;

	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
Nama Peneliti	Muhammad Zul Fithri, Syahrul Abidin dan Muhammad Jailani (2023)	Defangga Aby Vonega , Aminudin Fadila dan Dwi Ely Kurniawan (2022)	Novi Dwi Gitawati (2022)
Judul Penelitian	Analisis Framing Pemberitaan Konflik Ganjar Pranowo Versus Puan Maharani Pada Media Online Detikcom	Analisis Sentimen Twitter Terhadap Opini Publik Atas Isu Pencalonan Puan Maharani dalam Pilpres 2024	Analisis Baliho Kepak Sayap Kebhinnekaan Puan Maharani Melalui Pendekatan Semiotik
Hasil Penelitian	Dari pemberitaan mengenai Ganjar Pranowo dan Puan Maharani yang telah diteliti, terlihat bahwa konflik antara Ganjar Pranowo dan Puan Maharani merupakan polemik internal Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan terkait isu pencalonan Presiden 2024 yang melibatkan kedua tokoh tersebut. Setelah dianalisis berdasarkan struktur tematik dan retorik pemberitaan konflik Ganjar Pranowo dan Puan Maharani, peneliti menilai bahwa Detikcom belum	Dalam dataset yang dihasilkan dengan keyword “Puan Maharani”, rata-rata sentimen negatifnya hanya sebesar 0.1%, sentimen netral dengan nilai 97.25, serta sentimen positif 2.55%. Dengan demikian dapat disimpulkan, pengguna Twitter cenderung tidak agresif maupun defensif dalam membicarakan isu yang mengarah dengan pencalonan Puan Maharani dalam pemilihan presiden pada tahun 2024 yang akan datang.	Dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak tanda dalam baliho “Kepak Sayap Kebhinnekaan” dari Puan Maharani. Mulai dari gambar Puan sendiri, warna latar yang digunakan, penggunaan logo PDIP serta adanya penegasan penulisan nama partai di bawahnya, adanya gambar burung-burung, hingga warna dari tulisan nama Puan Maharani beserta jabatannya. Tanda-tanda tersebut dapat dipahami bersifat spesifik yang mana tanda-tanda tersebut sengaja dipilih untuk secara keseluruhan dapat merepresentasikan PDIP

	<p>melakukan pemberitaan secara berimbang. Detikcom lebih menekankan Ganjar Pranowo sebagai sosok yang bersalah dalam pemberitaan tersebut dan kurang memberitakan pandangan Puan Maharani terkait konflik yang melibatkan dirinya dengan Ganjar Pranowo.</p> <p>Untuk pemilihan gambar, tidak ada kebaruan karena foto yang digunakan seringkali menggunakan foto yang sama dengan berita-berita sebelumnya.</p>		<p>dan sosok Puan Maharani sebagai individu dan pejabat publik dengan sifat yang baik, yaitu berhati bersih dan berbudaya.</p>
Relevansi penelitian	<p>Penelitian mengangkat topik yang sama, mengenai Puan Maharani di kancah politik Indonesia.</p>		

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama berjudul *ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN KONFLIK GANJAR PRANOWO VERSUS PUAN MAHARANI PADA MEDIA ONLINE DETIKCOM* yang ditulis oleh Muhammad Zul Fithri, Syahrul Abidin dan Muhammad Jailani yang berasal dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini terdapat di dalam Jurnal Ilmu Sosial Vol. 2 No.2, Maret 2023. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah; “*Bagaimana framing pemberitaan konflik Ganjar Pranowo versus Puan Maharani pada media online detik.com dalam dimensi sintaksis, skrip, tematik dan retorik?*”.

Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh adanya indikasi konflik antara Puan Maharani dengan Ganjar Pranowo (Fithri *et al*, 2023). Indikasi tersebut

dikuatkan melalui sebuah artikel dari *detikcom* yang rilis pada Minggu, 15 Agustus 2021 yang menyatakan bahwa Ganjar Pranowo tidak diundang oleh PDIP dalam sebuah acara pembekalan kader untuk pemilu 2024. Permasalahan tersebut semakin panas dengan ditambahnya isu persaingan elektabilitas antara Puan dan Ganjar yang lazim dibicarakan di antara masyarakat.

Dalam penelitiannya, Fithri memutuskan untuk menganalisis *framing* pemberitaan dalam *detikcom* dikarenakan topik yang diangkat dalam pemberitaan tersebut termasuk dalam topik kontroversial yang dapat meningkatkan minat publik untuk membaca pemberitaan tersebut. Adapun metode *framing* yang dipilih adalah metode dari Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Metode ini adalah metode yang menganalisa bagaimana struktur tulisan pada sebuah pemberitaan tersebut ditulis.

Data yang digunakan oleh Fithri terbagi atas data primer, diperoleh dari hasil wawancara serta observasi selama penelitian berlangsung, dan data sekunder, diperoleh dari buku, jurnal, serta penelitian yang berkaitan dengan topik yang diangkat. Pengerjaan serta pengumpulan data-data dalam penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu Agustus sampai Desember 2021.

Penelitian ini menemukan bahwa pemberitaan mengenai Puan Maharani dan Ganjar Pranowo merupakan pemberitaan mengenai polemik internal dari PDIP yang berkaitan dengan isu pencalonan kedua tokoh tersebut dalam pemilu 2024. Fithri menarik kesimpulan bahwa polemik ini diawali dari teguran kepada Ganjar Pranowo dari PDIP yang ‘terlalu ambisius’ untuk dicalonkan dalam pemilu 2024.

Setelah menganalisis struktur teks pemberitaan tersebut dari segi sintaksis, skrip, tematik serta retorik, Fithri menarik kesimpulan bahwa *detikcom* belum melakukan pemberitaan dengan berimbang. Hal ini

dikarenakan *detikcom* menekankan tokoh Ganjar Pranowo sebagai ‘korban’. Sementara itu, *detikcom* kurang menyampaikan pemberitaan dari sudut pandang seorang Puan Maharani.

Penelitian kedua berjudul *ANALISIS SENTIMEN TWITTER TERHADAP OPINI PUBLIK ATAS ISU PENCALONAN PUAN MAHARANI DALAM PILPRES 2024* yang ditulis oleh Defangga Aby Vonega, Aminudin Fadila serta Dwi Ely Kurniawan yang berasal dari Institut Teknologi Sumatera dan Politeknik Negeri Batam. Penelitian ini terdapat di dalam *Journal of Applied Informatics and Computing (JAIC)* Vol. 6 No.2, Desember 2022. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah; “*Bagaimana sentimen tweet tentang pemilu 2024 pada kandidat Puan Maharani?*”.

Penelitian ini berlandaskan pendapat bahwa Twitter bisa dilihat sebagai platform bagi kandidat dan penggunanya untuk mendapatkan jangkauan yang substansial untuk menunjukkan pandangan mereka tentang siapa kandidat yang akan dipilih pada pemilu 2024 (Vonega *et al*, 2022). Pendapat ini diperkuat oleh Ardiansyah dalam Vonega bahwa antusiasme masyarakat Indonesia terkait kandidat, baik dicalonkan maupun mencalonkan diri, tidak hanya ditunjukkan dalam dunia nyata, tetapi juga melalui dunia maya di sosial media, salah satu contohnya adalah Twitter.

Nurfaizah dan Fathuzaen dalam Vonega berpendapat bahwa masifnya perkembangan sosial media saat ini menjadikan sosial media sebagai salah satu sarana kampanye dalam melakukan kegiatan politisasi. Atas dasar tersebut, Vonega ingin menganalisis sentimen terkait opini yang disampaikan dalam bahasa Indonesia yang dimaksudkan untuk ditujukan kepada Puan Maharani sebagai salah satu kandidat yang diisukan akan maju dalam pemilu 2024.

Analisis ini akan terbagi atas beberapa metode, yaitu *text mining* dan beberapa *library*. Adapun data-data, dalam konteks ini adalah *tweet*,

dikumpulkan terlebih dahulu melalui proses *crawling*, kemudian *preprocessing data*, tokenisasi, *load dictionary* hingga berakhir pada visualisasi data dalam bentuk *piechart*, *barchart* serta *wordcloud*.

Setelah berhasil mengumpulkan sejumlah 681 data selama 24-26 Maret 2022 dan melewati empat tahap selanjutnya, Vonega mendapatkan hasil rata-rata sentimen negatifnya hanya sebesar 0.1%, sentimen netral sebesar 97.25%, serta sentimen positif 2.55%. Dengan demikian, bisa ditarik kesimpulan bahwa pengguna Twitter cenderung tidak agresif maupun defensif dalam membicarakan isu yang berkaitan dengan pencalonan Puan Maharani pemilu 2024 mendatang.

Penelitian ketiga berjudul *ANALISIS BALIHO KEPAK SAYAP KEBHINNEKAAN PUAN MAHARANI MELALUI PENDEKATAN SEMIOTIK* yang ditulis oleh Novi Dwi Gitawati yang berasal dari Universitas Gunadarma. Penelitian ini terdapat di dalam Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan (JUSHPEN) Vol. 1 No.2, Agustus 2022. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah; “*Bagaimana tanda-tanda yang terdapat di dalam baliho atau reklame Puan Maharani berdasarkan teori tanda oleh Pierce?*”.

Dasar penelitian ini berangkat dari sejumlah baliho yang memuat foto Puan Maharani beserta logo PDIP serta tulisan “KEPAK SAYAP KEBHINEKAAN” yang terpampang pada pertengahan tahun 2021 (Gitawati 2021). Padahal, KPU secara resmi telah menyatakan bahwa masa kampanye pemilu 2024 akan berlangsung selama 75 hari, dari 28 November 2023 – 10 Februari 2024.

Namun, kutipan Gitawati dari *detikcom* menyatakan bahwa melalui Ketua F-PPD DPR RI, Utut Adianto, bahwa baliho yang terpampang tersebut bukanlah baliho melainkan billboard dikenai pajak. Dengan kata lain, reklame tersebut dinyatakan Utut tidak berkaitan dengan pemilu 2024, melainkan untuk mengenalkan masyarakat tentang sosok Puan Maharani

sebagai Ketua DPR RI. Berlandaskan hal tersebut, Gitawati akan meneliti bagaimana bentuk promosi Puan tersebut melalui pendekatan semiotik dengan menganalisis tanda-tanda yang terdapat di dalamnya.

Metode yang digunakan Gitawati dalam penelitiannya berasal dari teori tanda yang dikemukakan oleh Pierce. Dalam Gitawati, teori tersebut membagi tanda menjadi tiga, yaitu representamen, objek dan interpretan. Adapun sumber data yang digunakan adalah baliho “KEPAK SAYAP KEBHINEKAAN” Puan Maharani, dan data-data yang diambil adalah tanda-tanda yang ditemukan dalam baliho tersebut. Tanda-tandanya adalah foto serta penulisan nama dan jabatan dari Puan Maharani, latar merah pada baliho, logo dan tulisan PDIP, gambar burung-burung, serta tulisan “KEPAK SAYAP KEBHINEKAAN”.

Setelah dianalisis menggunakan teori tanda dari Pierce, Gitawati menarik kesimpulan bahwa tanda-tanda tersebut sengaja dipilih untuk secara keseluruhan dapat merepresentasikan PDIP dan sosok Puan Maharani sebagai individu dan pejabat publik dengan sifat yang baik, yaitu berhati bersih dan berbudaya.

2.2 Teori dan Konsep yang digunakan

2.2.1 Pembentukan Realitas oleh Media

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann berpendapat bahwa manusia merupakan instrumen dalam menciptakan realitas yang objektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana ia memengaruhinya melalui proses internalisasi yang mencerminkan realitas yang subjektif. (Muslich, 2008). Pengertian ini juga bisa diterapkan pada wartawan di sebuah media ketika sedang membangun realitas untuk menulis sebuah pemberitaan.

Eksternalisasi bisa dikatakan sebagai usaha ekspresi diri manusia ke dalam dunia luar, baik kegiatan mental maupun fisik, sedangkan internalisasi adalah penyerapan kembali dunia objektif ke dalam kesadaran subjektif

sedemikian rupa sehingga individu dipengaruhi oleh struktur sosial atau dunia sosial (Muslich, 2008).

Adapun visualisasi dari proses tersebut yang dihasilkan oleh wartawan dapat dinyatakan dalam berbagai bentuk, citra visual, suara, dan bahasa (Gamson *et al*, 1992). Namun sebagai *audience*, ada kesulitan melacak pesan dalam visualisasi tersebut dikarenakan adanya ‘lapisan arti’. Dengan kata lain, visualisasi tersebut bisa diterima dengan makna yang berbeda oleh setiap *audience*, bergantung dari bagaimana pribadi masing-masing menafsirkannya.

2.2.2 Framing sebagai konsep

Pada setiap pemberitaan, sebuah media memiliki *angle/frame* tertentu. *Framing* sendiri bisa dikaitkan dengan proses produksi berita – kerangka kerja – dan rutinitas organisasi media. Bagaimana peristiwa dibingkai, kenapa peristiwa dipahami dalam kerangka tertentu atau bingkai tertentu, tidak bingkai yang lain, bukan semata-mata disebabkan oleh struktur wartawan, melainkan juga rutinitas kerja dan institusi media secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi pemaknaan peristiwa.

Framing merupakan metode penyajian realitas dimana kebenaran tentang suatu kejadian tidak diingkari secara total melainkan dibelokkan secara halus, dengan memberikan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu, dengan menggunakan istilah-istilah yang punya konotasi tertentu, dan dengan bantuan foto, karikatur, dan alat ilustrasi lainnya (Eriyanto, 2011).

Menurut Wazis, *framing* adalah cara media menyajikan suatu berita dalam sebuah bingkai dan bagaimana pembaca bisa memaknai berita tersebut (Lugito *et al*, 2022). Melalui teks berita yang dibaca oleh pembacanya, media perlahan mengarahkan mereka agar mereka memahami berita melalui bingkai yang telah ditentukan.

2.2.3 Framing sebagai metode

Dalam hal yang berkaitan dengan pemberitaan media, termasuk materi-materi yang terdapat di dalamnya, bisa dianalisis dengan metode analisis media. Metode tersebut lazim digunakan di bidang komunikasi, pemasaran, hingga ilmu politik (Giles dan Shaw, 2009)

Dalam Provalis Research, definisi yang dikemukakan oleh Robert Entman mengenai metode *framing* adalah salah satu pengertian yang sering dikutip dalam berbagai penelitian;

“Framing pada dasarnya melibatkan seleksi dan arti-penting. Membingkai adalah memilih beberapa aspek dari realitas yang dirasakan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks yang dikomunikasikan, sedemikian rupa untuk mempromosikan definisi masalah tertentu, interpretasi kausal, evaluasi moral, dan/atau rekomendasi perawatan untuk item yang dijelaskan.”

Menurut Provalis Research, metode *framing* berkaitan dengan pilihan beberapa kata dan frase kunci, dan gambar yang memperkuat representasi tertentu dari realitas dan emosi tertentu terhadapnya, serta penghilangan faktor lain yang dapat menyarankan perspektif yang berbeda atau memicu sentimen yang berbeda. Hal ini bisa dilihat ketika wartawan membuat sebuah pemberitaan, siapa yang dikutip, apa yang dikutip dan di mana kutipan ini akan ditempatkan dalam cerita yang menurutnya sesuai dengan arah pemberitaan ingin dibawakan.

Dalam Giles dan Shaw, seiring berjalannya waktu, pengertian serta teknik dari metode *framing* mengalami perubahan dikarenakan penyesuaian perubahan media. Perubahan-perubahan ini terlihat dari adanya berbagai macam metode *framing* dari beberapa ahli, misal Entman, Pan dan Kosicki, Ganson dan Modigliani, dan lainnya. Setiap metode memiliki faktor analisis yang kurang lebih sama, hanya metodologi untuk menganalisis faktor-faktor *framing* yang memiliki penyesuaian dari setiap ahli.

Misal, pada metode *framing* menurut Entman dalam Shaw dan Giles, ketika Entman mempelajari tentang sebuah pemberitaan tentang kecelakaan Korean Air Lines dan Iran Air, ia menyimpulkan bahwa dalam metode *framing* terbagi atas tiga faktor. Faktor tersebut meliputi *problem definition*, tahap di mana *angle*/ sudut pandang pemberitaan dibuat atas sebuah kasus. Kemudian menentukan permasalahan/ sebab-akibat dari kasus tersebut. Lalu metode berlanjut ke tahap di mana moral yang bisa dijelaskan atau bisa digunakan untuk melegitimasi/ mendelegitimasi kasus tersebut. Dan ada tahap terakhir di mana *framing* menekankan penyelesaian serta tanggung jawab atas kasus tersebut.

Berbeda dengan Entman, Pan dan Kosicki condong menganalisis bagaimana struktur tulisan pada pemberitaan tersebut ditulis. Dalam metodenya, ada 4 tahapan yang dimulai dengan *syntactical structures*; mengacu pada pola dari susunan kata atau frase menjadi kalimat dalam pemberitaan (Pan dan Kosicki, 1993). Kemudian *script structures*; bagaimana kasus dikisahkan atau diceritakan ke dalam bentuk pemberitaan. Lalu *thematic structures*; bagaimana pembuat pemberitaan mengungkapkan pandangannya atas peristiwa ke dalam proposisi, kalimat atau hubungan antar kalimat yang membentuk teks secara keseluruhan. Dan terakhir *rhetorical structures*; bagian di arti tertentu akan ditekankan ke dalam sebuah pemberitaan.

Sementara itu, Gamson dan Modigliani juga memiliki pendapat serta metodenya tersendiri mengenai *framing*. Menurut Gamson dan Modigliani setelah diparafrasekan oleh Abrudan, *framing* adalah;

“Ide pengorganisasian sentral untuk memahami peristiwa yang relevan dan menyarankan apa yang sedang dipermasalahkan.”

Dengan demikian, *framing* bisa diartikan sebagai sebuah konsep yang tujuannya adalah mengatur peristiwa sehari-hari sehingga mereka mendapatkan makna (Abrudan, 2008).

Dalam Shaw dan Giles, pengertian *framing* dari Gamson dan Modigliani juga telah tersampaikan juga dalam karya Bransford dan Johnson pada 1972, di mana mereka menyatakan bahwa kemungkinan *audience/* partisipan bisa mengingat kembali sebuah kalimat yang diberikan secara acak ketika partisipan tersebut diberikan bantuan berupa judul dan gambar.

Shaw dan Giles berpendapat bahwa jika teks kurang penting daripada *framing* pemberitaan yang dibangun, hal ini menunjukkan bahwa elemen kunci dari setiap *framing* adalah judul utama, keterangan, foto, serta isu agenda seperti penjabaran cerita, urutan buletin, dan lainnya.

Gamson menyatakan bahwa menganalisis sebuah *framing*, konten utama dari laporan berita bukanlah hal yang utama, melainkan komentar interpretatif yang mengelilinginya yang jadi fokus utama (Gamson, 1989). Ia mencontohkan bahwa dalam pemberitaan televisi, penuh dengan metafora, slogan, dan perangkat simbolis lainnya sehingga bisa memberitahukan alur cerita yang mendasarinya secara singkat. Faktor-faktor tersebut lah yang menjembatani sehingga sediskrit apapun sebuah informasi yang ingin disampaikan, bisa tersampaikan dan bisa dihubungkan dengan informasi lainnya.

Dengan demikian, *framing* menurut William A. Gamson dan Modigliani bisa terbagi menjadi dua perangkat utama, yaitu *framing devices* (perangkat *framing*); perangkat yang berhubungan dan berkaitan langsung dengan ide sentral atau *framing* yang ditekankan dalam teks berita, serta *reasoning devices* (perangkat penalaran); perangkat yang bisa menjembatani pengertian *audience/* partisipan dengan informasi yang ingin disampaikan.

2.2.4 Kepemimpinan Wanita dalam Dunia Politik di Indonesia

Kepemimpinan masih identik dengan laki-laki dikarenakan stigma terhadap perempuan yang dianggap minim wawasan, berpengalaman rendah, serta dipengaruhi emosional sehingga ‘tidak layak’ disebut sebagai pemimpin.

Kepemimpinan dinyatakan sebagai kemampuan seseorang untuk memengaruhi orang-orang atau kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan (Dawam dan Ta’arifin, 2004). Selain itu, kepemimpinan bisa dinyatakan sebagai suatu aktivitas dalam memengaruhi dan membimbing suatu kelompok dengan segala relevansinya sehingga tercapailah tujuan kelompok yang telah disepakati bersama (Wahjosumidjo, 2003).

Kepemimpinan bisa terbagi menjadi tiga kategori (Kadarusman, 2012);

1. *Self leadership*: jenis kepemimpinan di mana seseorang memimpin diri sendiri agar tidak gagal dalam menjalani kehidupannya.
2. *Team leadership*: jenis kepemimpinan di mana seseorang memimpin orang lain dan bisa memahami apa tanggung jawabnya, bagaimana kondisi bawahannya serta berkomitmen untuk mengembangkan potensi dirinya hingga bisa mencapai prestasi tertinggi bersama timnya.
3. *Organizational leadership*: mirip dengan *team leadership*, perbedaannya terletak pada aspek skala yang dipimpin karena seorang *organizational leader* harus bisa paham mengenai nafas bisnis perusahaan yang dipimpinnya, membangun visi dan misi pengembangan bisnisnya, kesediaan untuk melebur dengan tuntutan dan konsekuensi tanggung jawab sosial, serta komitmen yang tinggi untuk menjadikan perusahaan yang dipimpinnya sebagai pembawa berkah bagi komunitas baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Wcaanita dianggap kurang kompeten jika menjadi seorang pemimpin dikarenakan memiliki gaya kepemimpinan tradisional (Carli, 1999). Selain itu, wanita juga dianggap mencontoh gaya kepemimpinan dari pria sehingga kapasitas wanita ketika memimpin semakin diragukan. Keraguan kepemimpinan wanita bisa dikarenakan keputusan-keputusan wanita dilandaskan berdasarkan intuisi dan empati (Pierce dan Newstrom, 1999).

Rosener menyatakan bahwa gaya kepemimpinan perempuan lebih cenderung mengarah kepada kepemimpinan transformasional jika dibandingkan dengan laki-laki (Parashakti, 2015). Gaya kepemimpinan transformasional ini melibatkan partisipasi, motivasi dan kekuasaan (dengan karisma), sedangkan kepemimpinan transaksional melibatkan motivasi dengan memberikan *reward* dan *punishment* kepada karyawan.

Menurut Burke dan Collins dalam Parashakti, mereka menemukan bahwa perempuan mungkin lebih bisa menunjukkan bahwa mereka menggunakan sebuah kepemimpinan interaktif dibanding laki-laki, yang disebut kepemimpinan transformasional. Adapun kepemimpinan ini sangat berhubungan dengan tujuh skill manajemen secara umum yaitu;

1. pendelegasian,
2. manajemen konflik,
3. *coaching* dan *developing*,
4. *personal organization* dan *time management*,
5. komunikasi,
6. adaptabilitas personal, serta
7. analisa masalah dan pengambilan keputusan.

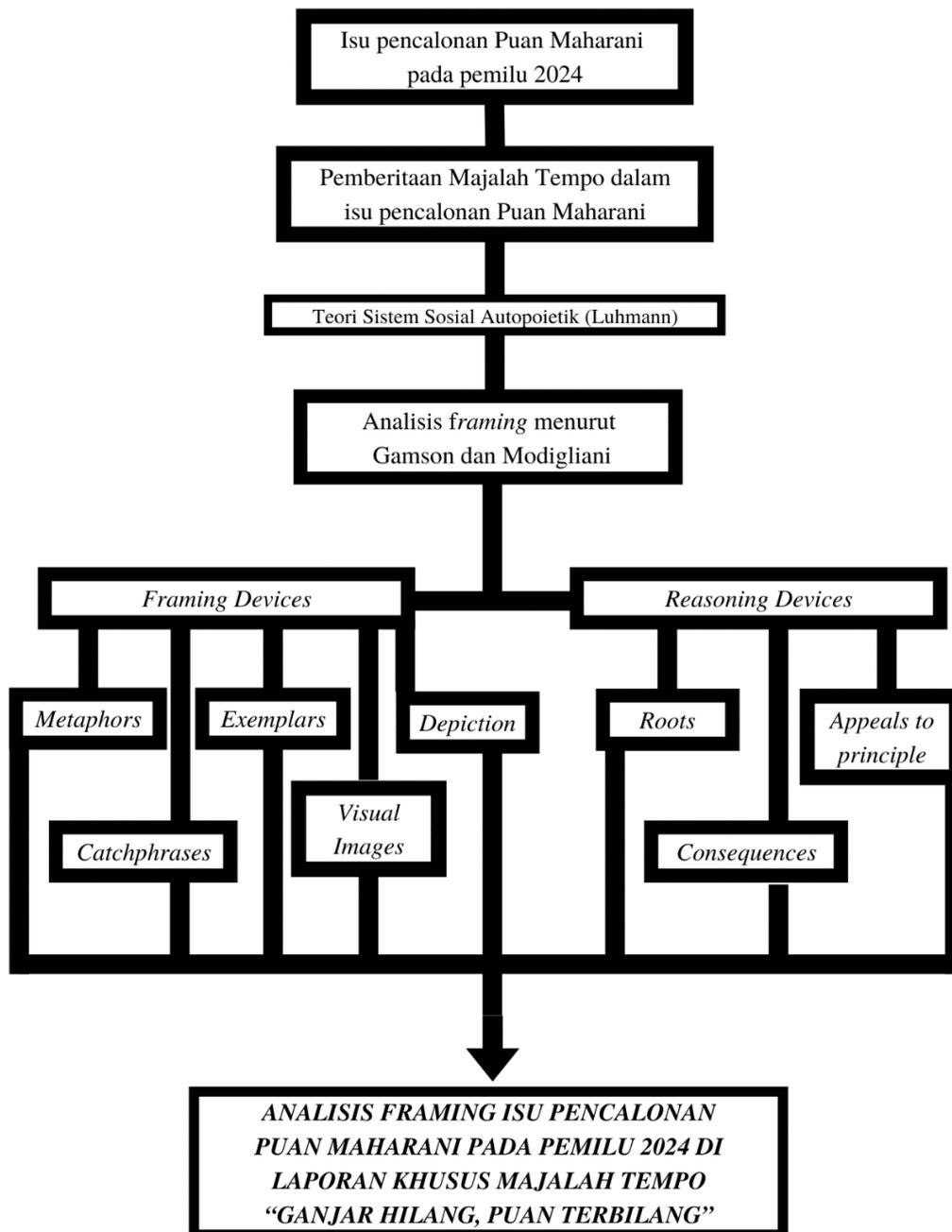
Di Indonesia sendiri, Megawati Soekarnoputri bisa dibilang sebagai salah satu contoh pemimpin wanita yang memiliki gaya kepemimpinan transformasional yang cenderung memimpin secara karismatik. Dalam Supriadi (2018), gaya kepemimpinan karismatik memiliki kelebihan yaitu

dapat menarik perhatian orang lain dikarenakan cara berbicaranya yang mampu membangkitkan semangat. Namun memiliki kelemahan yaitu bisa dianggap sebagai peribahasa ‘tong kosong nyaring bunyinya’ karena ada kemungkinan orang lain bisa kecewa akibat adanya ketidak-konsistenan dari ucapannya dengan apa yang dilakukan.



2.3 Alur Penelitian

Berikut alur penelitian yang akan penelitian lakukan:



N U S A N T A R A

Gambar 2.1 Alur penelitian (Data olahan peneliti, 2022)