

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka (Kajian Terdahulu)

Kajian pustaka terfokus pada penelitian terdahulu yang dimaksudkan untuk memperkuat kajian penelitian yang ada sehingga aspek-aspek substansi dari penelitian terdahulu yang belum pernah diteliti dapat dilakukan dengan penelitian yang akan datang. Kajian kepustakaan ini juga menunjukkan penelitian tentang makna kepemimpinan pada serial *bollywood*.

2.1.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini terdapat tinjauan hasil penelitian terdahulu yang dimaksudkan untuk memberikan bahan perbandingan dan referensi agar realitas komunikasi yang dihadapi dapat dipahami secara komperhensif, sehingga penelitian ini mampu menyajikan hasil penelitian yang memiliki nilai originalitas dan nilai kebermanfaatan bagi bidang akademik yang ilmiah dan dunia sosial alamiah. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan masalah yang diteliti sebagai berikut :

2.1.1.1 Penelitian Dalam Perspektif Semiotika

Mawaddatur Rahmah, (2018) tentang : Gaya Komunikasi Pemimpin Di Media, Medan.

Permasalahan yang dijadikan pertanyaan dalam meneliti ini adalah yang melatarbelakangi tentang pemaknaan gaya komunikasi Basuki Tjahaja Purnama “Ahok” karena seorang pemimpin menjadi pusat perhatian baik dari segi

kepemimpinannya ataupun gaya komunikasinya. Salah satu pemimpin yang banyak menjadi sorotan media cetak maupun media elektronik yaitu Basuki Tjahaja Purnama karena cara bertutur kata pada saat diwawancarai memiliki ketegasan dengan intonasi suara yang tinggi dan terkadang terlihat seperti emosional seperti adanya rasa amarah sehingga banyak masyarakat yang menilai gaya bicara Ahok kurang sopan sebagai pemimpin. Gaya komunikasinya memang sangat tegas dan blak-blakan ketika berbicara dan dengan tegas mematahkan semua tuduhan yang mengarah kepadanya, pemilihan kata-kata yang digunakan juga sangat santai dan tidak formal. Sebagai seorang pemimpin, Ahok memang memiliki gaya komunikasi yang sedikit berbeda apabila dibandingkan dengan gaya komunikasi para pemimpin lainnya yang biasanya bertutur kata sopan dan tidak menggebu-gebu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi. Metode yang digunakan penelitian ini adalah analisis semiotika. Teknik pengumpulan data yaitu dengan data primer yang diperoleh dari objek penelitian dan data sekunder sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini serta dokumentar dan studi kepustakaan dengan mencari sumber referensi yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan gaya kepemimpinan yang dilakukan oleh Ahok selalu menjadi topik atau pembahasan karena menimbulkan tanggapan baik yang pro maupun yang kontra, mana beliau tidak pernah menganggap hal tersebut menjadi hambatan untuk menjalankan kewajibannya sebagai pemimpin.

2.1.1.2 Penelitian Dalam Pendekatan Kuantitatif

Siti Aimmatul Khoiriyah, (2016) tentang : Analisis Khalayak Dalam Menonton Film *Bollywood*, Yogyakarta

Permasalahan yang dijadikan pertanyaan dalam meneliti ini adalah yang melatarbelakangi Analisis Khalayak Dalam Menonton Film *Bollywood*. Pertengahan tahun 2014 salah satu stasiun televisi menghadirkan kembali *Bollywood* dengan tampilan baru dan lebih menarik dari sebelumnya. Diawali dengan serial *Mahabharata*, *Jodha Akbar*, *Uttaran* dan sampai ke *Swaragini*. Diluar dugaan ternyata antusias penonton terhadap program *Bollywood* menuai banyak dukungan, dan demi memenuhi keinginan para penggemar karena penggemar merupakan ikon terpenting dari kesuksesan suatu program acara, maka salah satu stasiun televisi yaitu ANTV mengadakan *meet and great* dan dari sinilah dapat diketahui bahwa penggemar *Bollywood* di Indonesia cukup banyak dan tidak hanya terbatas pada kalangan ibu rumah tangga saja tetapi pada remaja juga. Selain itu juga untuk mengetahui keterlibatan khalayak aktif dan pasif dalam menonton film *Bollywood*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang menggambarkan atau menjelaskan masalah dan hasilnya dapat digeneralisasikan, dengan menggunakan metode survey deskriptif. Jenis survei ini digunakan untuk menggambarkan populasi yang sedang diteliti. Penelitian ini yang mengambil sampel dan populasi menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok, tujuannya untuk memperoleh informasi tentang responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Pemilihan objek dan sampel penelitian pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunitas UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta yang merupakan khalayak berbasis akademik yang diharapkan mampu memberikan data yang relevan, akurat serta objektif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggemar merupakan salah satu bagian terpenting dari industri media, karena merupakan massa atau khalayak yang mendukung program acara yang disajikan media.

2.1.1.2.1 Penelitian Dalam Perspektif Semiotika

Marlenah, (2012) tentang : Analisis Semiotika Terhadap Pesan Moral Dalam Film *Toy Story 3*, Riau

Permasalahan yang dijadikan pertanyaan dalam meneliti ini adalah yang melatarbelakangi pesan moral yang ada dalam film tersebut. Seperti halnya yang terdapat dalam film *Toy Story 3* ini, banyak pesan moral yang disampaikan melalui bahasa ataupun simbol-simbol yang digunakan dalam film ini. Sehingga penonton tidak hanya dimanjakan dengan sekedar hiburan saja, melainkan penonton dapat mengambil pesan moral yang terdapat dalam film ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik data teks, observasi dan dokumentasi. Metode yang digunakan penelitian ini adalah analisis semiotika. Teknik pengumpulan data yaitu dengan data primer yang diperoleh dari objek penelitian dan data sekunder sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini. Seperti studi kepustakaan terhadap teori film dan moral yang relevan dengan penelitian ini.

Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa dalam film *Toy Story 3*, memiliki pesan-pesan moral. Diantaranya dalam film ini kita disuguhkan pesan moral tentang kerjasama, persahabatan dan keadilan, juga dapat berbagi dengan

orang lain, tak perlu pamrih untuk menolong orang lain yang membutuhkan, dendam merupakan perbuatan yang tidak penting dan tidak ada gunanya, karena baik buruknya perbuatan pasti ada akibat yang akan ditimbulkan.

Makna Kepemimpinan Pada Serial *Bollywood*

Tabel 2.1

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Gaya Komunikasi Pemimpin Di Media

No.	Item	Penelitian 1
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Mawaddatur Rahmah, (2018) tentang : Gaya Komunikasi Pemimpin Di Media , Medan.
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan makna denotasi, konotasi, dan mitos pada gaya komunikasi Basuki Tjahaja Purnama dalam Tayangan <i>Mata Najwa On Stage</i> “Semua Karena Ahok
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4.	Teori	Analisis Semiotika
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya berbicara ahok, ketika diwawancarai oleh wartawan, terlihat cara bertutur kata yang diucapkan oleh Ahok sangat tegas saat memberikan pernyataan terkait perihal yang ditanyakan oleh wartawan dan dengan intonasi suara yang tinggi dan terkadang terlihat emosional seperti adanya rasa amarah, sehingga masyarakat banyak yang mengatakan gaya berbicara Ahok dinilai kurang sopan untuk seorang pemimpin.
6.	Perbedaan dan persamaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan peneliti ini adalah dari segi objek yang diambilnya karena dalam penelitian ini objek yang diambil yaitu berita pemimpin yang sedang ada disalah satu program stasiun televisi dan juga menggunakan metode semiotika yang berbeda, dan persamaanya sama-sama mengjaki tentang kepemimpinan.
7.	Kritik	Kritik pada penelitian ini adalah kurang memberikan penjelasan mengenai kepemimpinnya.

Tabel 2.2

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kuantitatif Analisis Khalayak Dalam Menonton Film *Bollywood*

No.	Item	Penelitian 2
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Siti Aimmatul Khoiriyah, (2016) tentang : Analisis Khalayak Dalam Menonton Film <i>Bollywood</i> , Yogyakarta
2.	Tujuan Penelitian	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Untuk mengetahui keterlibatan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai khalayak aktif atau khalayak pasif dalam menonton film <i>Bollywood</i> . (2) Dengan menggunakan analisis khalayak dan teori Uses And Gratification peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh kebutuhan terhadap keaktifan dalam menggunakan media pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kuantitatif
4.	Teori	Uses And Gratification
5.	Hasil Penelitian	Film merupakan salah satu media hiburan yang sangat digemari masyarakat, antusias penggemar pada film <i>Bollywood</i> tidak kunjung padam. Para penggemar tetap <i>update</i> informasi mengenai film-film <i>Bollywood</i> terbaru, bahkan mereka intens mengakses mengenai <i>Bollywood</i> dan artis idola mereka melalui internet. <i>Booming</i> -nya kembali film maupun sinema <i>Bollywood</i> ditengah air membuat semakin banyak pemirsa yang terdorong untuk ikut serta menikmati sajian <i>Bollywood</i> .
6.	Perbedaan dan persamaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan peneliti ini yaitu dari teori yang digunakan dan juga serial <i>Bollywood</i> -nya berbeda, sedangkan persamaannya yaitu sama-sama mengkaji khalayak yang mempunyai kegemaran terhadap film <i>Bollywood</i> .
7.	Kritik	Kritik pada penelitian ini seharusnya jika melihat judul masuknya kepada metode penelitian kualitatif.

Tabel 2.3

Matriks Penelitian Terdahulu Dalam Pendekatan Kualitatif Analisis Semiotika Terhadap Pesan Moral Dalam Film *Toy Story 3*

No.	Item	Penelitian 3
1.	Nama, Tahun, Judul dan Nama Kota	Marlenah, (2012) tentang : Analisis Semiotika Terhadap Pesan Moral Dalam Film <i>Toy Story 3</i>, Riau
2.	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pesan-pesan moral dalam film <i>Toy Story 3</i> .
3.	Pendekatan Penelitian	Pendekatan Kualitatif
4.	Teori	Analisis Semiotika
5.	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam film <i>Toy Story 3</i> , memiliki pesan-pesan moral. Diantaranya dalam film ini kita disuguhkan pesan moral tentang kerjasama, persahabatan dan kesetiaan, juga dapat berbagi dengan orang lain, tak perlu pamrih untuk menolong orang lain yang membutuhkan, dendam merupakan perbuatan yang tak penting dan tak adagunanya, karena baik buruknya perbuatan pasti ada akibat yang akan ditimbulkan
6.	Perbedaan dan persamaan dengan peneliti yang akan peneliti lakukan	Perbedaan dengan peneliti ini adalah dari segi subjek yang diambil karena dalam penelitian ini subjeknya film kartun, serta metode yang digunakannya juga berbeda karena dalam penelitian ini menggunakan metode semiotika Saussure, dan persamaanya meneliti sebuaah film.
7.	Kritik	Kritik pada penelitian ini adalah terlalu banyak gambar atau adegan yang dianalisis, seharusnya memfokuskan beberapa gambar yang dianggap penting untuk dianalisis.

2.1.2 Kerangka Teoritis

2.1.2.1 Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda. Tanda-tanda tersebut menyampaikan suatu informasi sehingga bersifat komunikasi. Ia mampu menggantikan sesuatu yang lain yang dapat dipikirkan atau dibayangkan. Cabang ilmu ini semula berkembang dalam bidang bahasa, kemudian ber(di)kembang(kan) pula dalam bidang seni rupa dan desain komunikasi visual. (Piliang, 2013, hal. 17)

Semiotika dalam wilayah kajian ilmu komunikasi juga memiliki jangkauan yang luas. Semiotika dapat diterapkan pada berbagai level dan bentuk komunikasi, seperti komunikasi massa, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik, dan sebagainya. Dalam komunikasi massa misalnya kajian semiotika dapat diaplikasikan pada film, televisi, iklan, lagu, foto, jurnalistik, dan lain-lain. Inilah yang membuat semiotika menjadi kajian ilmu yang sangat menarik. (Vera, 2014, hal. 14)

Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika *signifikasi*. Yang pertama menekankan pada teori produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi dan acuan (hal yang dibicarakan), yang kedua memberikan tekanan pada teori dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu.

Pada jenis yang kedua, tidak dipersoalkan adanya tujuan berkomunikasi, sebaliknya yang diutamakan dari segi pemahaman suatu tanda hingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan dari pada proses komunikasinya.

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan didunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama 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 dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda (Littlejohn, 1996:64). Konsep dasar ini mengikat bersama seperangkat teori yang amat luas berurusan dengan simbol, bahasa, wacana, dan bentuk-bentuk nonverbal, teori-teori yang menjelaskan bagaimana tanda berhubungan dengan maknanya dan bagaimana tanda disusun. Secara umum studi tentang tanda merujuk kepada semiotika.

Dengan semiotika, kita lantas berurusan dengan tanda. Semiotika, seperti kata Lecthe (2001: 191), adalah teori tentang tanda dan penandaan. Lebih jelasnya

lagi, semiotika adalah suatu disiplin yang semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan secara *signs* tanda-tanda dan berdasarkan pada *sign system (code)* sistem tanda.

Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda”. Semiotika berakar dari *study classic* dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika. Tanda pada masa itu masih bermakna suatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api

Jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembaca. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Dalam penelitian sastra, misalnya kerap diperhatikan hubungan sintaksis antara tanda-tanda (strukturalisme) dan hubungan antara tanda dan apa yang ditandakan (semantik). (Sobur, 2013, hal. 15)

2.1.3 Semiotika Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalitas yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi saussurean. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama. Ekponen penerpaan strukturalisme dan semiotik pada studi sastra. Barthes (2001:208) menyebutkan sebagai tokoh yang memainkan peranan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an.

Salah satu area penting Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca (*the ready*). Konotasi, walaupun merupakan sifat asli tanda, membutuhkan keaktifan pembaca agar dapat berfungsi. Barthes secara panjang lebar mengulas apa yang sering disebut sistem pemaknaan tataran ke-dua yang dibangun diatas sistem lain yang telah ada sebelumnya. Sastra merupakan contoh yang paling jelas sistem pemaknaan tataran ke-dua yang dibangun atas bahasa sebagai sistem pertama. Sistem ke-dua ini oleh Barthes disebut konotatif, yang didalam *Mythologies*-nya secara tegas ia bedakan dari denotatif atau sistem pemaknaan tataran pertama. Melanjutkan studi Hjelmslev, Barthes menciptakan peta tentang bagaimana tanda bekerja:

<i>Signifier</i> (penanda)	<i>Signified</i> (petanda)
<i>Denotative sign</i> (tanda denotatif)	
CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Bagan 2.1.3 Peta Tanda Roland Barthes

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, berulah konotasi harga diri, kegarangan dan keberanian menjadi mungkin.

Jadi, dalam konsep Barthes tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berarti pada penandaan dalam tataran donotatif.

Pada dasarnya ada perbedaan denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi dan konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Dalam pengertian umum denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah, makna yang “sesungguhnya” bahkan kadang kala dirancukan dengan *referensi* atau acuan. Proses *signifikasi* yang secara tradisional disebut sebagai denotasi ini biasanya mengacu kepada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan apa yang terucap. Akan tetapi, didalam semiologi Roland Barthes dan para pengikutnya denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua. Dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan dengan demikian sensor atau represi polotis.

Dalam kerangka Barthes, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai ‘mitos’ dan berfungsi untuk menggunakan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu. Didalam mitos juga terdapat pola tiga dimensi penanda, petanda dan tanda namun sebagai suatu sistem yang unik, mitos dibangun oleh suatu rantai pemaknaan yang telah ada sebelumnya. Dengan kata lain juga mitos adalah suatu sistem

pemaknaan tataran ke-dua, didalam mitos juga sebuah petanda dapat memiliki beberapa penanda. (Sobur, 2013, hal. 71)

Tanda konotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai keterbukaan makna atau makna yang implisit, tidak langsung dan tidak pasti, artinya terbuka kemungkinan terhadap penafsiran-penafsiran baru. Dalam semiologi Barthes, denotasi merupakan sistem signifikan tingkat pertama, sedangkan konotasi merupakan sistem signifikan tingkat kedua. Denotasi dapat dikatakan merupakan makna objektif yang tetap sedangkan konotasi merupakan makna subjektif dan bervariasi.

Mitos dalam pandangan Barthes berbeda dengan konsep mitos dalam arti umum. Barthes mengemukakan mitos adalah bahasa, maka mitos adalah sebuah sistem komunikasi dan mitos adalah sebuah pesan. Dalam uraiannya ia mengemukakan bahwa mitos dalam pengertian khusus ini merupakan perkembangan dari konotasi. Konotasi yang sudah terbentuk lama dimasyarakat itulah mitos. Barthes juga mengatakan bahwa mitos juga sistem semiologis, yakni sistem tanda-tanda yang dimaknai manusia. Mitos dapat dikaitkan sebagai produk kelas sosial yang sudah memiliki suatu dominasi. Mitos Barthes dengan sendirinya berbeda dengan mitos yang kita anggap tahayul, tidak masuk akal, ahistoris tetapi mitos menurut Barthes sebagai *type of speech* (gaya bicara) seseorang. (Vera, 2014, hal. 29)

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah kemampuan dan seni memperoleh hasil melalui kegiatan dengan mempengaruhi orang lain dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Perwujudan yang nyata dari kemampuan memimpin juga dilihat pada ketangguhan seseorang menyelenggarakan fungsi menjadi tanggung jawab, artinya sesuai dengan tingkat jabatan seseorang dalam organisasi mampu menentukan strategi yang tepat serta menjadi perencana yang tangguh. Secara konseptual kepemimpinan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang yaitu kelompok status, tokoh, peran dan proses. Selain itu kepemimpinan yang dibutuhkan adalah kepemimpinan yang ditentukan oleh peran pemimpin dan secara konseptual sama dengan perilaku *supervisory standart* dan kekepalanya. Kepemimpinan juga merupakan pengaruh antar pribadi yang dilaksanakan dalam berbagai situasi dan diarahkan untuk mencapai sasaran tertentu melalui proses komunikasi, kepemimpinan itu selalu menyangkut usaha pemimpin untuk mempengaruhi pengikutnya. (Nawawi, 2013, hal. 153)

Kepemimpinan ini juga berhubungan dengan psikologi komunikasi kerana psikologi membantu untuk memahami berbagai situasi sosial dan kepribadian menjadi penting didalamnya. Didalam psikologi komunikasi juga terdiri atas kredibilitas, atraksi dan kekuatan. Ketiga dimensi itu berhubungan dengan jenis pengaruh sosial yang ditimbulkannya. Kredibilitas merupakan kondisi yang dapat dipercaya atau dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya karena seorang pemimpin harus mempunyai fondasi yang menjadi landasannya supaya dapat

dipercaya oleh pengikutnya, Kerena komponen dalam kredibilitas yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian merupan kesan yang dibentuk pengikut tentang kemampuan pemimpin dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan serta kepercayaan merupakan kesan pengikutnya tentang pemimpin yang berkaitan dengan wataknya.

Atraksi fisik menyebabkan seorang pemimpin menarik dan karena menarik ia akan memiliki daya persuasif. Tetapi terkadang tertarik juga disebabkan oleh ketidaksamaan atau kesamaan pengikut dengan yang diikutinya kerana dengan sumua itu yang akan menjadi daya tarik. Dan pada umumnya komunikator atau sorangan pemimpin yang memiliki daya tarik akan lebih efektif dari pada seorang pemimpin yang tidak memiliki daya tarik.

Kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan, seperti kredibilitas dan atraksi. Ketundukan timbul karena interaksi antara komunikator dengan komunikan. Kekuasaan menyebabkan seorang komunikator dapat memaksa kehendaknya kepada orang lain. Karena memiliki sumber daya yang sangat penting. Kekuasaan yang ada didalam penelitian ini adalah Kekuasaan *Koersif*, Kekuasaan Keahlian dan Kekuasaan Informasional. Kekuasaan *Koersif* adalah kemampuan seorang pemimpin untuk mendatangkan ganjaran atau memberikan hukuman kepada pengikutnya. Kekuasaan Keahlian ini berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh seorang pemimpin dan Kekuasaan Informasional adalah isi informasi tertentu atau pengetahuan baru yang dimiliki seorang pemimpin. (Rakhmat, 2009, hal. 251)

2.2.2 Film

Film merupakan alat komunikasi massa yang muncul pada akhir abad ke 19. Film merupakan alat komunikasi yang tidak terbatas ruang lingkungannya dimana didalamnya menjadi ruang ekspresi bebas dalam sebuah proses pembelajaran massa. Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyaknya segmen sosial yang membuat para ahli film memilih potensi untuk mempengaruhi, membentuk suatu pandangan dimasyarakat dengan muatan pesan didalamnya. Hal ini didasarkan atas argument bahwa film adalah potret dari realitas dimasyarakat. Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang didalam masyarakat dan kemudian memproyeksikannya ke dalam layar.

Kekuatan dan kemampuan film menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak. Sejak itu, maka merebaklah penelitian yang hendak melihat dampak film terhadap masyarakat. Misalnya, dapat dilihat dari sejumlah penelitian film yang mengambil berbagai topik seperti: pengaruh film terhadap anak, film dan agresivitas, film dan politik.

Hubungan antara film dan masyarakat selalu dipahami secara linier. Artinya, film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan muatan pesan (*message*) dibalikinya, tanpa pernah berlaku sebaliknya. (Sobur, 2013, hal. 126)

2.2.2.1 Serial

Terbitan berkala atau dalam bahasa Inggris *Serial* adalah salah satu jenis koleksi di perpustakaan yang terbit dalam jangka waktu yang periodik atau berkala. Terbitan berkala merupakan salah satu bahan bacaan yang sangat berguna sehingga sangat dibutuhkan oleh pemustaka, karena informasi yang terdapat di dalam terbitan berkala tersebut bersifat *up to date* berdasarkan hal-hal yang baru terjadi. Terbitan serial adalah terbitan yang terbit secara terus menerus berdasarkan waktu atau kala terbit tertentu. Terbitan ini dapat berbentuk bulletin, jurnal, majalah, surat kabar dan sebagainya. (Anisah, 2019)

2.2.3 Bollywood

Industri film India saat ini menjadi industri film terbesar di dunia, salah satunya disumbang oleh *Bollywood* yang berpusat di *Mumbai* atau, *Maharashtra, India*. *Bollywood* sering disalahartikan sama dengan industri film *India*. Padahal, di negara ini pusat-pusat industri film tidak cuma *Bollywood* saja dan *Bollywood* hanya salah satu di antaranya. Meskipun memang, *Bollywood* merupakan industri film yang terbesar di *India*. *Bollywood* sendiri sebenarnya mengacu pada film Hindi. Dalam perkembangannya saat ini, film-film *Bollywood* banyak menggunakan dialog dalam Bahasa Inggris. Begitu pula lagu-lagu yang dinyanyikan dalam film itu. Karena itu, tidak heran muncul istilah *Hinglish (Hindi-English)*.

Nama *Bollywood* juga terinspirasi dari *Tollywood*, pusat industri film yang ada di Bengal Barat yang sudah lebih dulu ada sekitar 1932. *Tollywood*, yang juga terinspirasi dari nama *Hollywood*, mengacu pada film-film Bengali

yang berpusat di *Tollygunge, Calcutta*. Sebelum ada *Bollywood, Tollywood* sudah menjadi pusat sinema *India*. *Tollywood* saat ini juga digunakan untuk merujuk pada industri film Telugu di *Andhra Pradesh*. Penggunaan nama *Bollywood* sebenarnya baru mulai resmi dan populer digunakan sekitar 1970-an, ketika India berhasil mengambillalih *Amerika Serikat* sebagai negara industri film terbesar di dunia. (Tempo, 2012)

2.2.4 Komunikasi Massa

2.2.4.1 Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is messages communicated though a mass medium to a large number a people*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa, jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan luas dihadiri oleh ribuan, bahkan sampai puluhan ribu orang, jika tidak menggunakan media massa maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio siaran dan televisi keduanya disebut sebagai media cetak serta media film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop. (Ardianto, 2007, hal. 188)

2.2.4.2 Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa secara umum menurut Effendy (1993) adalah :

1. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya.

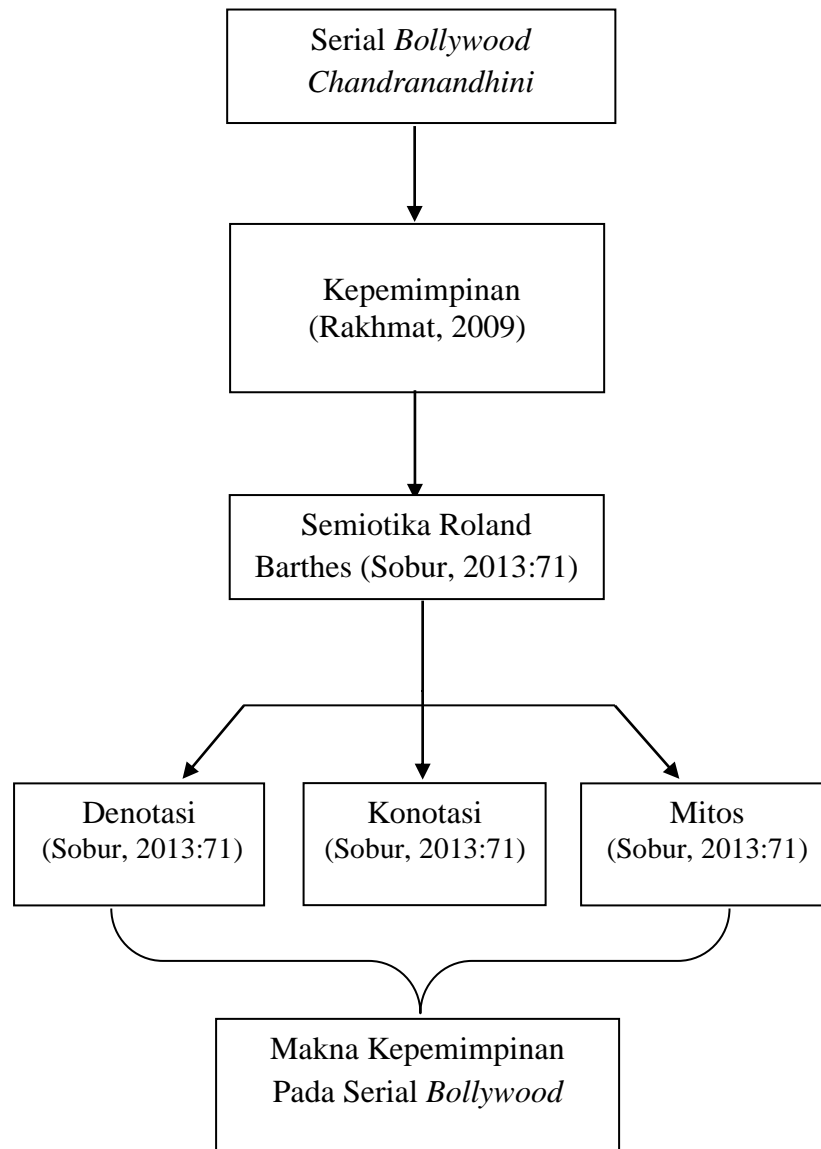
2. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*). Karena media massa banyak menjanjikan hal-hal yang sifatnya mendidik.

3. Fungsi Mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisif terdapat pada tajuk/editorial, feature, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh oleh iklan-iklan yang ditayangkan televisi. Sebagai contoh dalam media cetak surat kabar, fungsi mempengaruhi antara lain dalam ruang kolom khusus iklan atau artikel yang disusun sedemikian rupa sehingga tidak terlihat sebagai suatu artikel yang isinya mempromosikan suatu produk dan khalayak terpengaruh oleh pesan-pesan dalam tulisan tersebut sehingga tanpa sadar khalayak melakukan tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh media tersebut.

2.3 Kerangka Pemikiran



Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran

Sumber : Sobur(2013), Rachmat, (2009) Modifikasi Penulis