

## Analisis Kepemimpinan Karakter Jack Sparrow dalam Film “Pirates Of The Caribbean: The Curse Of The Black Pearl” dalam Konteks Manajemen Modern

### *Character Leadership Analysis Of Jack Sparrow In The Film "Pirates Of The Caribbean: The Curse Of The Black Pearl" In The Context Of Modern Management*

Azwal Anbya Al Muhyidin<sup>1</sup>, Sigit Djalur Purwoko<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Azwal Anbya Al Muhyidin<sup>1</sup>, email: [azwal10121261@digitechuniversity.ac.id](mailto:azwal10121261@digitechuniversity.ac.id)

#### Info Artikel

##### Riwayat Artikel:

Diajukan: 30/07/2025

Diterima: 30/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

##### Kata Kunci:

Kepemimpinan branding, Jack Sparrow

#### A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakter kepemimpinan Jack Sparrow dalam film *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* sebagai representasi dari kepemimpinan branding dalam konteks manajemen pemasaran modern. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan metode semiotika Charles Sanders Peirce, yang menelaah elemen representamen, objek, dan interpretant dalam adegan-adegan kunci film. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jack Sparrow merepresentasikan berbagai prinsip kepemimpinan branding, seperti komunikasi strategis, otentisitas, penciptaan nilai tambah, dan kesatuan arah.. Temuan ini menegaskan bahwa gaya kepemimpinan non-konvensional justru dapat menciptakan pengaruh dan loyalitas yang tinggi bila dikemas melalui narasi dan simbol yang tepat. Secara teoritis, penelitian ini memperluas penerapan konsep kepemimpinan pemasaran dalam kajian budaya populer. Secara praktis, hasil studi ini memberikan wawasan bagi pemimpin bisnis dan organisasi untuk memahami pentingnya nilai-nilai emosional, citra, dan simbolik dalam membangun koneksi dengan pengikut dan konsumen. Dengan demikian, karakter Jack Sparrow menjadi ilustrasi efektif tentang bagaimana pemimpin dapat menjadi ikon merek yang inspiratif di era pemasaran modern.

#### A B S T R A C T

*This study aims to analyze the leadership character of Jack Sparrow in the film Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl as a representation of branding leadership within the context of modern marketing management. The research adopts a descriptive qualitative approach using Charles Sanders Peirce's semiotic method, examining the elements of representamen, object, and interpretant in key scenes of the film. The findings reveal that Jack Sparrow embodies various principles of branding leadership, such as strategic communication, authenticity, value creation, and unified direction.. The study confirms that non-conventional leadership styles can generate significant influence and loyalty when expressed through effective narrative and symbolic representation. Theoretically, this research expands the application of branding leadership concepts within popular culture studies. Practically, the findings offer valuable insights for business and organizational leaders in understanding the importance of emotional value, image, and symbolism in building strong connections with followers and consumers. Thus, the character of Jack Sparrow serves as an effective illustration of how a leader can become an inspirational brand icon in the modern marketing era.*

##### Keywords:

Branding leadership, Jack Sparrow

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362

p – ISSN: 2614-6681

## 1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kompetensi kepemimpinan menjadi salah satu aspek kunci dalam mendukung keberhasilan organisasi, khususnya dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif dan dinamis. Pemimpin tidak hanya dituntut untuk mampu mengelola tim secara efektif, tetapi juga memiliki kapasitas untuk membentuk identitas merek dan menyampaikan pesan strategis kepada publik. Dalam konteks inilah konsep kepemimpinan branding mulai mendapatkan perhatian luas sebagai pendekatan yang mengintegrasikan fungsi kepemimpinan dengan strategi pemasaran (Yacob 2024).

Media populer seperti film menjadi salah satu sarana yang sangat potensial untuk mengeksplorasi berbagai dimensi kepemimpinan. Film menyajikan narasi yang kaya akan simbol, konflik, serta karakterisasi yang dapat dianalisis untuk memahami perilaku, gaya komunikasi, hingga strategi pengambilan keputusan seorang pemimpin. Salah satu tokoh fiksi yang menarik untuk dikaji dalam konteks ini adalah Captain Jack Sparrow dari film *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl*. Karakter ini dikenal tidak hanya karena keunikannya, tetapi juga karena kemampuannya dalam memengaruhi orang lain, membentuk loyalitas tim, dan membangun citra yang kuat di tengah situasi penuh ketidakpastian.

Jack Sparrow merupakan sosok yang tidak mengikuti pola kepemimpinan konvensional. Gaya kepemimpinannya mencerminkan kombinasi antara fleksibilitas, karisma, improvisasi, serta kepekaan terhadap situasi sosial yang berubah-ubah. Hal ini menjadikannya relevan dalam konteks manajemen modern, di mana pemimpin dituntut untuk adaptif, inovatif, dan komunikatif. Lebih dari itu, Jack juga menampilkan atribut personal branding yang kuat melalui cara berpakaian, gaya bicara, hingga pengambilan keputusan yang penuh strategi. Kepribadian dan nilai-nilai yang dibawa oleh Jack Sparrow menjadikan dirinya sebagai simbol kepemimpinan yang mampu menciptakan emotional attachment dengan pengikutnya—suatu hal yang esensial dalam membangun loyalitas merek dalam konteks pemasaran.

Fenomena ini menjadi relevan dengan kondisi aktual di mana banyak organisasi mulai menyadari pentingnya kepemimpinan yang tidak hanya fokus pada hasil, tetapi juga pada citra, persepsi, dan nilai simbolik yang dikomunikasikan oleh pemimpin. Dalam dunia korporasi modern, pemimpin yang kuat adalah mereka yang tidak hanya mampu mengambil keputusan strategis, tetapi juga menjadi representasi dari nilai dan kepribadian merek yang mereka wakili (Yacob 2024). Hal ini sejalan dengan tren komunikasi pemasaran saat ini yang semakin mengedepankan storytelling dan emotional branding sebagai strategi membangun koneksi jangka panjang dengan konsumen.

Oleh karena itu, analisis terhadap karakter Jack Sparrow sebagai representasi pemimpin dalam film tidak hanya bersifat akademis, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam (Supriyadi 2025) memahami bagaimana strategi kepemimpinan dan personal branding dapat diterapkan dalam konteks pemasaran modern. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce untuk menelaah elemen-elemen tanda dalam adegan film, sehingga dapat ditarik makna yang merefleksikan prinsip-prinsip kepemimpinan branding.

## 2. Kajian Teori

### Manajemen Modern

Manajemen modern menekankan pentingnya kemampuan adaptif dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif. Menurut Yusuf (Yusuf 2023), manajemen saat ini bukan hanya tentang fungsi-fungsi klasik seperti perencanaan dan pengorganisasian, melainkan juga tentang kreativitas, inovasi, dan kemampuan pemimpin untuk menjadi agen perubahan. Dalam era VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity), seorang pemimpin harus mampu mengembangkan fleksibilitas, komunikasi lintas budaya, dan pengambilan keputusan berbasis data. Manajemen modern juga menuntut pendekatan partisipatif, kolaboratif, dan humanistik agar organisasi mampu bertahan dalam ketidakpastian yang terus berkembang.

### Konsep Dasar Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan proses memengaruhi, mengarahkan, dan memotivasi orang lain untuk mencapai tujuan bersama (Northouse 2021). Berbagai teori kepemimpinan telah berkembang, antara lain:

Teori sifat, yang menyatakan bahwa kepemimpinan bersifat bawaan, ditentukan oleh ciri-ciri pribadi tertentu seperti kepercayaan diri, kecerdasan, dan ketegasan.

Teori perilaku, yang menitikberatkan pada apa yang dilakukan pemimpin, baik dalam mengarahkan tugas maupun membangun hubungan dengan bawahan.

Teori situasional, yang menyatakan bahwa efektivitas kepemimpinan tergantung pada kesesuaian antara gaya kepemimpinan dan kondisi pengikut (Graeff 2020).

Pemimpin yang efektif adalah mereka yang mampu menggabungkan kecerdasan emosional, kemampuan komunikasi, serta daya tarik personal (charisma) untuk memengaruhi dan menginspirasi orang lain.

### **Kepemimpinan dalam Konteks Film**

Film merupakan media ekspresi yang merefleksikan nilai-nilai budaya dan sosial masyarakat, termasuk dalam hal kepemimpinan. Representasi pemimpin dalam film dapat dianalisis sebagai konstruksi simbolik atas karakter dan ideologi tertentu. Hall (2020) menyatakan bahwa media tidak hanya merepresentasikan kenyataan, tetapi juga membentuk cara pandang publik terhadap figur-figur otoritas, termasuk pemimpin. Dalam konteks ini, karakter seperti Jack Sparrow bukan hanya sosok fiktif, tetapi juga cerminan gaya kepemimpinan tertentu—unik, anti-otoritatif, namun tetap berpengaruh. Pendekatan semiotik sangat berguna untuk membongkar makna simbolik dari tindakan, kostum, dialog, dan ekspresi visual karakter film sebagai tanda-tanda kepemimpinan (Hall 2020).

### **Kepemimpinan Branding dalam Pemasaran**

Menurut Yacob dan Sabrina (2024), kepemimpinan branding adalah kemampuan pemimpin dalam membentuk, menyampaikan, dan mempertahankan pesan merek secara autentik dan konsisten. Pemimpin berperan sebagai ikon merek (brand icon) yang membawa nilai-nilai inti organisasi ke dalam relasi dengan publik. Aspek utama dalam kepemimpinan branding antara lain:

1. Kejelasan visi dan nilai, yang disampaikan secara konsisten.
2. Integritas perilaku, di mana tindakan pemimpin mencerminkan pesan yang disampaikan.
3. Komunikasi simbolik dan naratif, yang mengikat audiens secara emosional.

Kepemimpinan branding menjadi semakin penting di era pemasaran digital, di mana persepsi publik terhadap pemimpin dapat secara langsung memengaruhi citra dan daya tarik organisasi atau produk yang diwakili.

## **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami karakter kepemimpinan Jack Sparrow dalam film *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* melalui interpretasi simbolik dan konteks perilaku karakter. Pendekatan yang digunakan bersifat induktif, karena penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan interpretasi data yang ditemukan di lapangan, dalam hal ini berupa teks visual dan naratif film.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah karakter fiksi Jack Sparrow sebagai representasi pemimpin dalam media film. Peneliti menganalisis bagaimana kepemimpinan Jack ditampilkan melalui adegan, dialog, tindakan, serta simbol visual dalam film tersebut.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa dokumentasi visual dari film *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* serta literatur pendukung yang mencakup teori kepemimpinan, manajemen pemasaran, branding, dan semiotika. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi, dengan menelaah sumber-sumber akademik dan potongan adegan yang dipilih berdasarkan relevansi terhadap tema kepemimpinan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap media film dengan mengidentifikasi adegan-adegan yang menunjukkan perilaku kepemimpinan Jack Sparrow. Peneliti juga melakukan pengkodean terhadap dialog dan gestur karakter untuk mengungkap makna yang tersirat maupun tersurat. Penentuan adegan dilakukan secara purposif, dengan mempertimbangkan aspek komunikasi simbolik dan tindakan strategis tokoh utama.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif-sekunder, yang bersumber dari karya fiksi visual dan literatur tertulis. Data dianalisis dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce, yang meliputi tiga elemen utama: representamen (tanda), objek (acuan), dan interpretant (makna). Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali makna kepemimpinan dari simbol-simbol yang ditampilkan dalam film.

Hasil (Suantha 2025) analisis kemudian disajikan secara deskriptif untuk menggambarkan karakter kepemimpinan Jack Sparrow sebagai bentuk kepemimpinan branding dalam konteks manajemen pemasaran. Pendekatan ini digunakan agar makna-makna simbolik yang terkandung dalam tindakan tokoh dapat ditafsirkan secara sistematis dan mendalam.

## 4. Hasil Dan Pembahasan

### 4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini menemukan bahwa karakter Jack Sparrow dalam film *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* memperlihatkan berbagai gaya kepemimpinan yang kompleks dan dinamis. Melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, ditunjukkan bahwa Jack Sparrow tidak hanya berperan sebagai tokoh utama dalam narasi film, tetapi juga sebagai simbol kepemimpinan yang mengandung nilai-nilai strategis dalam konteks pemasaran dan branding.

Karakter Jack Sparrow mencerminkan integrasi yang kuat antara kepemimpinan dan branding personal. Dalam konteks teori kepemimpinan pemasaran (Yacob & Sabrina, 2024), pemimpin bukan hanya pengendali keputusan, tetapi juga perancang narasi dan pembentuk persepsi. Jack Sparrow menjelma menjadi brand hero yang memproyeksikan nilai-nilai kebebasan, keberanian, ketidakpastian yang terkontrol, dan loyalitas emosional.

Setiap adegan yang dianalisis memiliki kedalaman makna yang tidak hanya berkaitan dengan tindakan fisik atau dialog verbal, melainkan juga dengan identitas naratif yang dibangun secara terus-menerus. Tindakan Jack dalam menyampaikan pesan, mengelola konflik, menanamkan visi, dan membentuk simbol kepemimpinan menunjukkan bahwa ia memahami secara intuitif cara membentuk brand equity melalui pengalaman emosional.

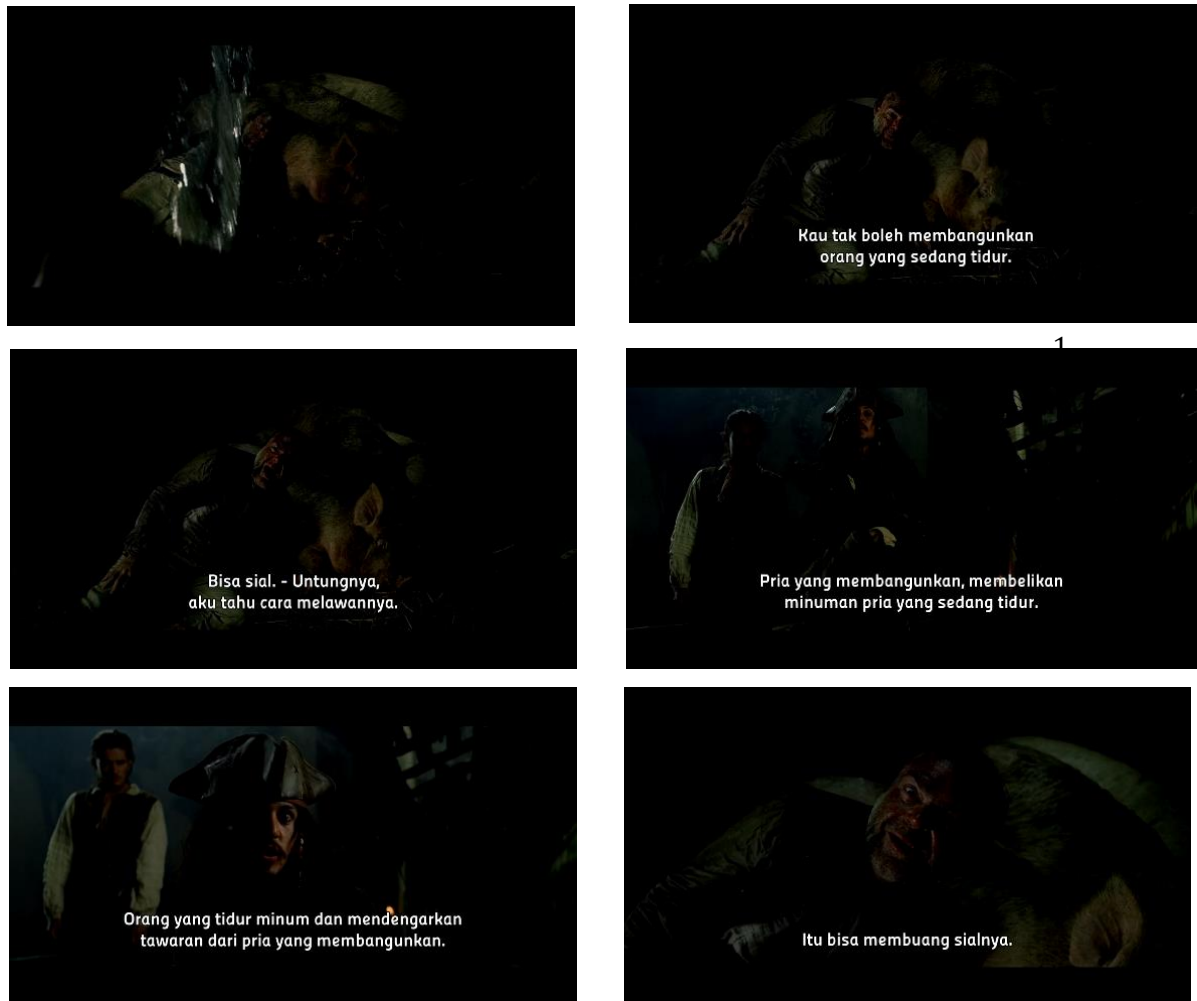
Potongan-potongan adegan menunjukkan bahwa Jack menggunakan komunikasi yang strategis, membentuk identitas merek personal, serta mengekspresikan otoritas dan visi melalui pendekatan simbolik dan emosional. Jack memimpin bukan dengan cara konvensional, melainkan melalui narasi yang dibangunnya sendiri — sebuah narasi yang memuat keteguhan, daya tarik karismatik, improvisasi, dan orisinalitas.

Kelima adegan kunci yang dianalisis menunjukkan keberagaman gaya kepemimpinan Jack Sparrow:



Gambar 1. Adegan Diskusi Antara Jack Sparrow dan Will Turner

Analisis: *Militeristis – Strategi Komunikasi Tegas*: Jack menunjukkan gaya otoritatif yang disampaikan melalui narasi simbolik. Ini mendukung teori bahwa dalam branding kepemimpinan, narasi yang kuat mampu menggantikan struktur formal kekuasaan. Jack memengaruhi bawahannya (Will Turner) dengan retorika ancaman terselubung.

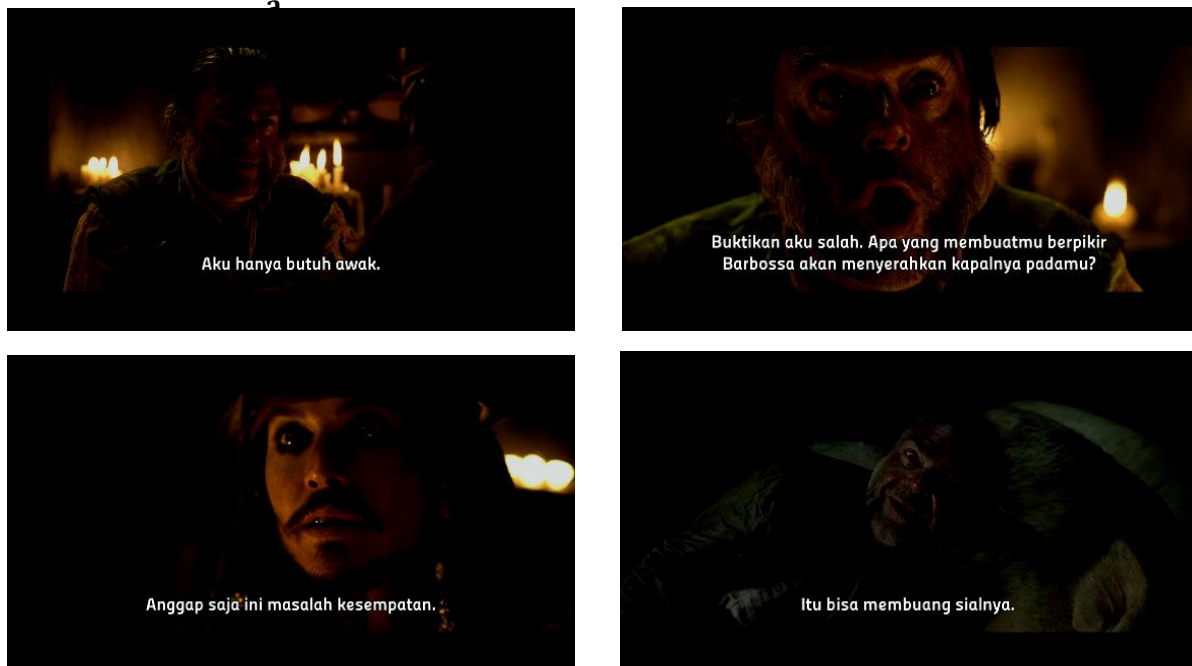


Gambar 2. Adegan Jack Sparrow Membangunkan Gibbs Dari Tidurnya

Analisis: Demokratik – Autentisitas dan Konsistensi: Jack menunjukkan autentisitas dan konsistensi sebagai kunci membangun kepercayaan. Humor dan simbol sosial menjadi alat komunikasi yang mendalam. Jack membangunkan Gibbs dengan cara humoris dan simbolik, menunjukkan konsistensi gaya kepemimpinan.

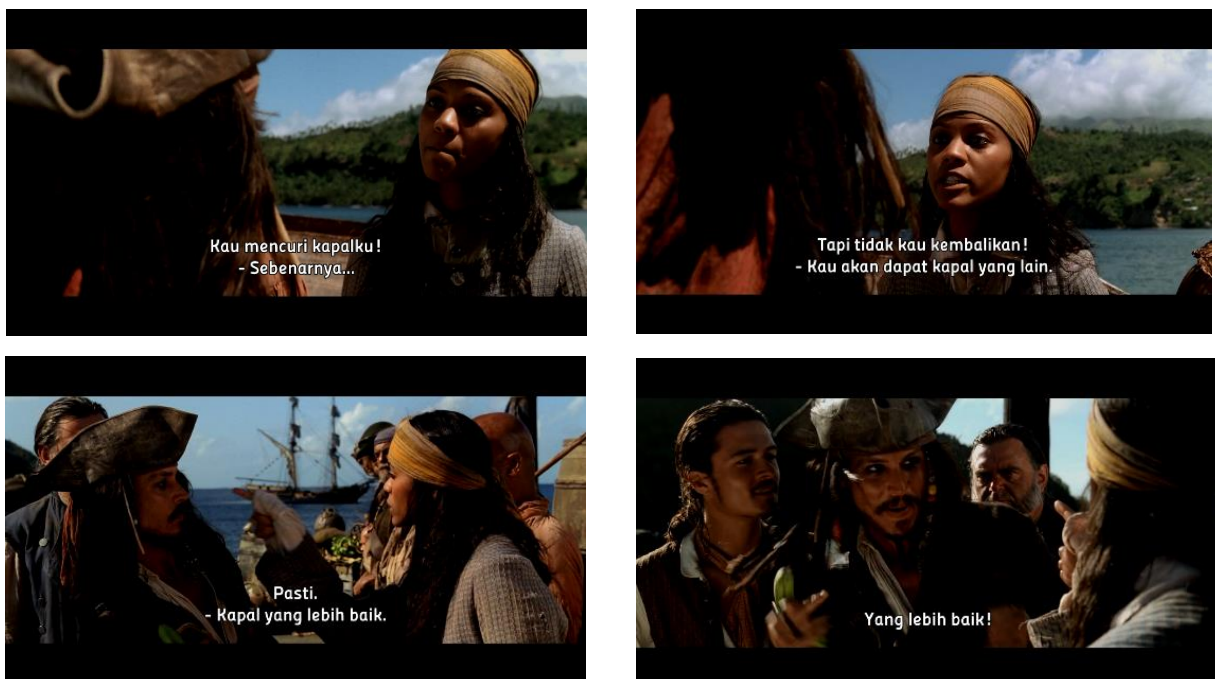






Gambar 3. Adegan Jack Sparrow Mengajak Gibbs Untuk Membangun Ulang Kru Kapal The Black Pearl

Analisis: Kesatuan Arah – Visi Inspiratif: Jack tidak sekadar retorik, tetapi menjadi fondasi mobilisasi kolektif. Ia menunjukkan kemampuan menyatukan tim melalui arah dan makna. Jack menyampaikan visi besar secara jelas dan menggerakkan orang lain untuk percaya padanya.





Gambar 4. Adegan Jack Sparrow Menenangkan Anamaria Selaku Kru Kapal-nya

Analisis: Inisiatif – Penciptaan Nilai Tambah: dalam konteks inisiatif memperlihatkan bahwa Jack mampu mengubah konflik menjadi peluang emosional, memperkuat loyalitas tim. Jack menyelesaikan konflik dengan Anamaria melalui solusi yang menawarkan kompensasi simbolik.



Gambar 5. Adegan Jack Meyakinkan Kru Kapal-nya Untuk Tetap Tenang Menghadapi Badai Di Lautan

Analisis: Otokratif – Transformasi Menjadi Simbol Merek: Jack tidak kaku, melainkan simbolik. Ia menunjukkan bahwa keberanian dan kontrol diri yang ditampilkan secara konsisten dapat menjadi sumber kekuatan merek personal. Jack menghadapi krisis dengan sikap tak tergoyahkan, memperkuat posisinya sebagai ikon kepemimpinan.

Analisis ini juga menunjukkan bahwa pendekatan kepemimpinan Jack Sparrow sejalan dengan prinsip-prinsip kepemimpinan branding modern: penggunaan narasi yang kuat, simbolisme sosial, dan emosi sebagai alat persuasi. Kepemimpinan Jack tidak terletak pada posisi struktural, melainkan pada kekuatan makna dan persepsi yang ia bangun di mata pengikutnya dan penonton film.

## 5. Penutup

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya kepemimpinan karakter Jack Sparrow dalam film *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dan dikaitkan dengan konsep kepemimpinan branding. Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap sejumlah adegan kunci dalam film, dapat disimpulkan bahwa Jack Sparrow merupakan representasi dari pemimpin dengan identitas branding yang kuat. Ia menampilkan gaya kepemimpinan yang otentik, komunikatif, strategis, dan simbolik.

Jack tidak hanya berfungsi sebagai tokoh sentral dalam narasi film, tetapi juga membentuk citra kepemimpinan yang mencerminkan nilai-nilai seperti kebebasan, keberanian, dan loyalitas. Melalui strategi komunikasi dan simbol visual yang konsisten, ia berhasil memengaruhi, memobilisasi, dan menciptakan ikatan emosional dengan pengikutnya. Temuan ini menguatkan relevansi konsep kepemimpinan branding dalam media populer sebagai representasi konkret dari teori kepemimpinan kontemporer.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Pengembangan Objek Kajian  
Penelitian mendatang dapat memperluas objek analisis pada karakter fiksi lain dari berbagai genre film, seperti drama, animasi, atau fiksi ilmiah, guna memperkaya pemahaman terhadap dinamika kepemimpinan dalam budaya populer.
- b. Pendekatan Analisis Multidisipliner  
Disarankan untuk menggunakan pendekatan yang lebih beragam seperti analisis wacana, psikologi media, atau kuantitatif naratif, agar hasil penelitian menjadi lebih mendalam dan komprehensif dari berbagai sudut pandang ilmiah.
- c. Penerapan Konsep dalam Konteks Nyata  
Konsep kepemimpinan branding yang dianalisis dalam konteks film juga perlu diuji dalam realitas organisasi atau bisnis, untuk melihat sejauh mana prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan secara efektif dalam konteks profesional dan institusional.

## 6. Ucapan Terimakasih

Ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu atas terselenggaranya kegiatan riset ilmiah manajemen dan akuntansi.

## 7. Referensi

- Graeff, C. L. "Evolution of situational leadership theory: A critical review. *Leadership & Organization Development Journal*." 2020: 324–335.
- Hall. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. SAGE, 2020.
- Northouse, P. G. *Leadership: Theory and Practice*. SAGE Publications, 2021.
- Suantha, Kasan K. "Pengaruh Sistem Pengendalian Internal Dan Sistem Pelaporan Keuangan Terhadap Akuntabilitas Kinerja Satuan Reserse NarkobaPolisi Daerah Jawa Timur." *STAR – Study & Accounting Research*, 2025: 8.
- Supriyadi, Susafa'ati. "Implementasi Monitoring Suhu Dan Kelembapan Data Center Berbasis Arduino." *Digital Transformation Technology (Digitech)*, 2025: 8.
- Yacob, Syahmardi. "Kepemimpinan Pemasaran." *Jambi*, 2024: WIDA Publishing.
- Yusuf, M. *Manajemen Modern dan Tantangan Organisasi Kontemporer*. Jakarta: Elex Media, 2023.