

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI BROADCASTING

Fathimah Nurul Fadlilah

20110530018

Representasi Perempuan dalam Video Klip *Girlband* Korea (Analisis Semiotik pada Video Klip *I'm the Best* dari *girlband* 2NE1)

Tahun Skripsi : 2015 + 111 Halaman + 4 Tabel + 24 Gambar

Daftar Pustaka : 33 Buku + 26 Penelitian + 15 Sumber Internet

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana representasi perempuan yang ditampilkan oleh *girlband* Korea 2NE1 dalam video klipnya yang berjudul *I'm the Best*. Video Klip musik *I'm the Best* merupakan video klip yang diproduksi pada tahun 2011 oleh YG Entertainment. Video klip *I'm the Best* bercerita mengenai perempuan yang ingin menjadi *the best*, atau terbaik.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan metode analisis semiotik John Fiske dalam mengetahui tanda-tanda yang dimunculkan dalam video klip *I'm the Best* melalui tiga level, yaitu level realita, level representasi dan level ideologi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan perbedaan image dari *girlband* Korea dalam video klip musik. Banyak video klip musik menunjukkan bagaimana tipe perempuan Korea. Mereka cenderung pemalu, lucu dan taat. Video klip musik *I'm the Best* menunjukkan *image* perempuan kuat dan perempuan maskulin yang melawan sistem patriarki.

Kata Kunci: Semiotik, Video klip, Kpop, Hallyu Wave, Perempuan

ABSTRACT

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE
CONCENTRATION OF BROADCASTING**

Fathimah Nurul Fadlilah

20110530018

Women Representation in Korean Video Klip (Semiotics Analysis in I'm the Best Music Video by 2NE1)

Thesis : 2015 + 111 Pages + 4 Table + 24 Pictures

Bibliography : 33 Books + 26 Research + 15 Internet Source

This research was conducted to find out the representation of women that presented by 2NE1 girlband in *I'm the Best* music video. *I'm the Best* is a music video produced in 2011 by YG Entertainment. *I'm the Best* music video tells about women who want to be the best.

This research belongs to qualitative research with John Fiske semiotic analysis method to understand symbols that appeared in the music video through three level, reality level, representation level and ideology level.

The result of this research shows the different of women image in music video of Korean girlband. Many music videos show the type of women in Korea. They are timid, cute and obedient. *I'm the Best* music video shows image of strong women and girl masculinity that against the patriarchal system.

Key Word: Semiotic, Music Video, Kpop, Hallyu Wave, Women