



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HYPERIALITY SENSUALITAS AGNEZ MO DALAM PAKAIAN ADAT

JAWA DI VIDEO KLIP “COKE BOTTLE”



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata

Satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

INDRIYATI WIJI LESTARI

44113120060

BIDANG STUDI BROADCASTING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **HYPERIALITY SENSUALITAS AGNEZ MO DALAM
PAKAIAN ADAT JAWA DI VIDEO KLIP “COKE BOTTLE”**

Nama : Indriyati Wiji Lestari

Nim : 44113120060

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Broadcasting

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, November 2015
Mengetahui,
Pembimbing



(Feni Fasta, SE. M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **HYPERIALITY SENSUALITAS AGNEZ MO DALAM
PAKAIAN ADAT JAWA DI VIDEO KLIP “COKE BOTTLE”**

Nama : Indriyati Wiji Lestari

Nim : 44113120060

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Broadcasting

Jakarta, November 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang
Drs. Riswandi, M.Si



()

Penguji Ahli
Eka Perwitasari Fauzi, S. Sos, M.ED



()

Pembimbing 1
Feni Fasta, SE. M.Si



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **HYPERIALITY SENSUALITAS AGNEZ MO DALAM
PAKAIAN ADAT JAWA DI VIDEO KLIP "COKE BOTTLE"**

Nama : Indriyati Wiji Lestari

Nim : 44113120060

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Broadcasting

Jakarta, November 2015

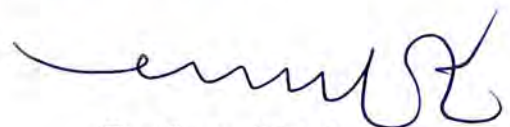
Disetujui dan diterima Oleh:

Pembimbing

Ketua Bidang Studi



(Feni Fasta, SE. M.Si)



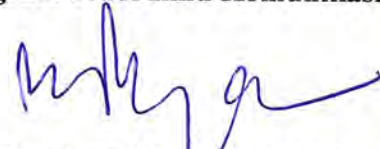
(Feni Fasta, SE. M.Si)

Dekan Fakultas Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan khidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan dapat menyelesaikan skripsi ini. Judul skripsi ini : Hiperreality Sensualitas Agnez Mo dalam Pakaian Adat Jawa di Video klip “*Coke Bottle*” .

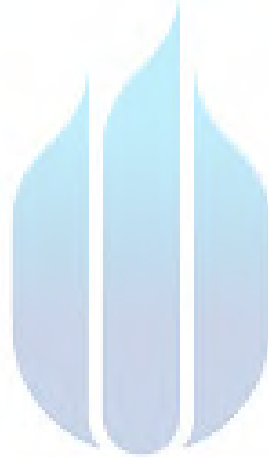
Penulis menyadari bahwa di dalam penyelesaian skripsi ini masih terdapat kekurangan yang masih harus disempurnakan. Dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dari dosen pembimbing dan penguji skripsi yang bersifat membangun, guna menyempurnakan pebunulisan skripsi ini.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang banyak memberikan sumbangan yang sangat berarti baik moril maupun materil. Untuk itu dengan segala ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Feni Fasta, SE., M.Si sebagai pembimbing skripsi sekaligus Kepala Jurusan *Broadcasting* Universitas Mercu Buana yang dengan sabar ditengah kesibukannya selalu mengkoreksi, membimbing serta memberikan nasehat selama penyusunan skripsi ini.
2. Ayahanda Bp. Sunyoto dan Ibu Rominatun yang telah mendoakan, memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.

3. Adik tercinta Andrye Hermawan yang mendoakan dan memberikan dukungannya.
4. Kedua narasumber Mas Wishnu P. Sudarmadji dan Ibu Edi Sedyawati yang telah membantu memberikan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi bidang ilmu komunikasi dan pihak-pihak yang berkenaan membacanya.



Jakarta, 14 November 2015

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Musik Sebagai Media Komunikasi Massa.....	10
2.1.1 Pengertian Media Massa.....	10
2.1.2 Jenis-jenis Media Massa	10
2.1.3 Musik Sebagai Media Komunikasi.....	11
2.1.4 Pemahaman Atribut.....	13
2.1.5 Video Klip.....	14

2.2 Konsep Kebudayaan.....	15
2.2.1 Definisi Kebudayaan	15
2.3 Budaya Massa dan <i>Pop Culture</i>	16
2.3.1 Pengertian Budaya Massa.....	16
2.3.2 Pengertian <i>Pop Culture</i>	17
2.3.3 Budaya Massa Sebagai Budaya Populer.....	18
2.4 <i>Hiperreality</i> dalam Budaya Massa dan Ruang Publik (<i>Publik Sphere</i>)	19
2.4.1 Pengertian <i>Hiperreality</i>	20
2.4.2 <i>Hiperreality</i> dalam Budaya Massa.....	20
2.4.3 Ruang Publik (<i>Publik Sphere</i>).....	21
2.5 Struktur Kebudayaan dan Semiotik.....	22
2.5.2 Struktur Kebudayaan dan Nilai-Nilai yang Dianut Manusia	20
2.5.2 Pakaian Adat Dodotan.....	24
2.5.3 Semiotik.....	25
2.5.4 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Objek Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Data Primer.....	34
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
---	----

4.1.1 Profil Agnez Mo.....	36
4.1.2 Gambaran Lagu “Coke Bottle” Agnez Mo.....	42
4.2 Hasil Penelitian Video Klip “Coke Bottle”.....	43
4.2.1 Hiperealitas Agnez Mo menggunakan pakaian adat dodotan dalam video klip “Coke Bottle”.....	44
4.3 Pembahasan Video Klip “Coke Bottle” dan Pakaian Adat Dodotan.....	61

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	71
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

RIWAYAT HIDUP PENULIS.....



DAFTAR LAMPIRAN

1. Portofolio Narasumber
2. Hasil Wawancara Pemerhati Budaya Wishnu P. Sudarmadji
3. Hasil Wawancara Pemerhati Budaya Ibu Edi Sedyawati

