



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Penyiaran  
Indriyati Wiji Lestari  
44113120060

*Hiperrealitas Agnez Mo dalam Pakaian Adat Jawa Di Video Klip “Coke Bottle”*

Jumlah halaman: VII + 72 halaman + 18 lampiran

Bibliografi: 26 acuan, Tahun 1981-2015

### ABSTRAKSI

Adanya unsur Indonesia dalam video klip Coke Bottle yang dipopulerkan oleh Agnez Mo, merupakan kebanggaan bagi negara Indonesia. Pakaian adat Jawa yang menyerupai dodotan, dipamerkan kepada negara asing dalam video klip ini. Namun entah secara sadar atau tidak, Agnez telah memperkenalkan pakaian adat Jawa yang menyerupai dodotan tersebut secara berlebihan ke ranah Internasional sehingga di khawatirkan adanya pergeseran makna budaya yang ada pada pakaian adat yang menyerupai dodotan tersebut karena entah sengaja atau tidak, Agnez telah memunculkan unsur hiperrealitas dan sensualitas dalam penggunaannya dalam video klip tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan yang terkandung dalam video klip “Coke Bottle” yang dipopulerkan oleh Agnez Mo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan teori semiotika dari Charles Sanders Pierces. Berdasarkan teori tersebut peneliti mengamati Tanda (*sign*), objek, dan *interpretant* kemudian mencari makna yang ingin ditunjukkan oleh Agnez Mo dalam penggunaan pakaian adat dodotan dalam video klip tersebut, setelah itu baru menarik kesimpulan.

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi generasi penerus bangsa agar bisa lebih kritis dan menghargai budaya Indonesia. Sehingga dalam pengenalan kepada orang awam atau negara lain, nilai yang terkandung dalam sebuah budaya tidak bergeser dari arti yang sebenarnya.