

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Musik dapat dikatakan sebagai bahasa universal. Musik merupakan sebuah hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi musik melalui unsur-unsur seperti melodi, harmoni, bentuk, atau struktur lagu dan ekspresi (Masduki, 2005:45). Lagu diciptakan oleh seorang pencipta lagu ataupun dinyanyikan oleh seorang penyanyi bertujuan untuk menyampaikan pesan serta mengekspresikan apa yang dirasakan dan dilihat oleh pencipta lagu ataupun penyanyi lagu tersebut.

Persaingan antar pemusik semakin ketat untuk menjadikan posisinya teratas di belantika musik. Mereka berlomba-lomba menciptakan lagu yang dapat dinikmati masyarakat. Seiring perkembangan jaman musik tidak lagi hanya dapat didengarkan tetapi juga musik dapat dinikmati melalui indera penglihatan. Oleh sebab itu terciptalah video klip (*music video*). Pesan yang disampaikan lagu tersebut dapat ditemukan dengan mendengar lirik maupun dengan melihat visualisasi dari video klip. Visualisasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pengungkapan suatu gagasan atau perasaan dengan menggunakan bentuk gambar, tulisan (kata dan angka), peta, grafik, dan sebagainya.

Video klip musik adalah suatu video yang menggabungkan antara musik dari seorang penyanyi atau sebuah grup dengan tampilan visual yang merepresentasikan lagu dari grup atau penyanyi itu sendiri (Assilmia,

2012:2). Dyer (2009:77) mengatakan bahwa dalam sebuah video klip terdapat *tanda non verbal*/visual dan tanda verbal. Tanda visual dalam sebuah video klip dapat dilihat dari perkiraan umur, penampilan, ekspresi, latar, dan sebagainya, sedangkan lirik lagu merupakan tanda verbalnya. Masing-masing tanda verbal dan visual tersebut mengandung makna. Berbagai macam tanda tersebut dapat dikaji menggunakan ilmu semiotika. Semiotika menurut Zoest (1992) adalah studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda yang lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya.

Korea Selatan merupakan negara Asia yang beberapa tahun belakangan ini gencar melakukan ekspor budaya pop yang sangat meng-influence masyarakat Indonesia. Budaya pop Korea tersebut dikenal dengan sebutan *Hallyu* atau *Korean Wave* yang dalam bahasa Indonesia diartikan Gelombang Korea. Dari tahun ke tahun semakin banyak perhatian terhadap produk-produk hiburan yang berasal dari negara Korea, seperti drama, film, maupun musik.

Musik pop dari Korea yang kemudian dikenal dengan sebutan K-pop atau *Korean-pop* menjadi tonggak penguat *hallyu* yang semakin dikenal di seluruh dunia. K-pop sebagai sebuah *genre* musik mempunyai irama yang cukup unik dan *catchy*. Lagu-lagunya juga menampilkan pengulangan pada *chorus* dan yang paling menonjol adalah sinkronisasi tarian/koreografi grup, contohnya seperti *Sorry Sorry* dari Super Junior, *Fantastic Baby* dari Big Bang, *Wolf* dari EXO, dan lain-lain.

Banyaknya video klip yang telah dibuat oleh agensi-agensi yang ada di Korea Selatan sebanding dengan banyaknya konsep video klip yang ditawarkan. Konsep yang ditawarkan oleh agensi tersebut saat ini lebih banyak mengusung konsep cowok cantik atau pria cantik. Konsep pria cantik ini dinilai lebih menarik oleh agensi-agensi di Korea Selatan. Namun di sisi lain konsep pria cantik tersebut menyebabkan banyak boyband yang dinilai *gay* ataupun kemayu oleh masyarakat di luar Korea Selatan atau mereka yang awam dengan K-Pop. Anggapan tersebut dikarenakan bagi mayoritas orang, pria seharusnya menampilkan sisi kejantanannya atau sisi maskulinnya. Pria maskulin terlihat lebih berwibawa, jantan, dan keren dibandingkan dengan pria cantik yang kemayu.

Maskulin sendiri bermakna luas, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia maskulin berarti bersifat jantan dan laki-laki yang memiliki dada berbulu akan tampak lebih jantan. Secara umum maskulin diartikan sebagai sesuatu yang memiliki sifat-sifat kejantanan, baik berupa kepribadian, perilaku, pekerjaan, benda atau lainnya. Selain itu pria dapat dikatakan maskulin jika gagah, kekar, berpikir secara logika daripada perasaan. Biasanya maskulin kerap dihubungkan dengan gambar pria berotot besar dan macho. Namun maskulin juga dapat diidentifikasi dengan pria menggunakan jas agar terlihat gagah.

Objek yang digunakan pada penelitian ini yaitu *boyband* yang berada di bawah naungan Jin Young Park Entertainment (JYP Entertainment) yang merupakan salah satu agensi terbesar di Korea Selatan (idm.wikipedia.org).

JYP Entertainment mempunyai banyak artis yang mereka asuh yaitu 2PM, 2AM, Wonder Girls, Miss A, GOT7, Twice, dan lain-lain. Artis mereka sangatlah terkenal di hati masyarakat pecinta musik K-pop.

2PM merupakan boyband asuhan JYP Entertainment yang memiliki banyak fans di Korea Selatan maupun di luar Korea Selatan. 2PM debut pada tanggal 4 September 2008 dengan lagu *10 point out of 10 point*. Pada tahun 2010 dengan lagu andalan *Without You*, 2PM meraih posisi pertama di enam program musik yang berbeda. Hingga tahun 2017 total album yang telah dirilis oleh 2PM yakni 6 album. Pada album keenam ini terdapat *single* andalan mereka yakni *Promise*.

Pada video klip *Promise* para member 2PM ini menampilkan sisi elegan serta maskulin dari seorang pria. Video klip ini sangat menarik untuk diulas karena seperti yang sudah dipaparkan di atas, banyaknya agensi yang mengusung konsep pria cantik dan melupakan sisi maskulin seorang pria yang sebenarnya sehingga membuat *boyband* Korea Selatan dipandang sebelah mata. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif karena dalam penelitian ini data yang dihasilkan berupa deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Penelitian ini akan mengulas tentang cara *boyband* 2PM merepresentasikan maskulinitas dari penampilannya dalam video klip *Promise* dengan menggunakan analisis semiotika milik Roland Barthes untuk membantu memahami makna tanda yang muncul pada gambar di video klip baik secara

denotasi maupun konotasi serta makna yang berkaitan dengan mitos. Hasil penelitian ini diharapkan pandangan masyarakat luar tentang boyband Korea Selatan yang dianggap kemayu dengan *image* pria cantik dapat berkurang.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang “**REPRESENTASI MASKULINITAS BOYBAND DALAM VIDEOKLIP (Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Representasi Maskulinitas *Boyband* dalam Video Klip *Promise* oleh 2PM)**”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana maskulinitas yang ditampilkan oleh boyband 2PM dalam video klip?
2. Bagaimana *boyband* 2PM merepresentasikan maskulinitas dari penampilannya dalam video klip *Promise* berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendiskripsikan maskulinitas yang ditampilkan oleh boyband 2PM dalam video klip

2. Menjelaskan representasi maskulinitas dari video klip *Promise boyband* 2PM pada penampilannya berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes.

D. MANFAAT PENELITIAN

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Memperkaya konsep dan teori yang berhubungan dengan ilmu semiotika serta menambah wawasan terhadap linguistik yang nantinya dapat digunakan sebagai penunjang penelitian yang sejenis.

2. Manfaat praktis

Memberikan tambahan wawasan mengenai informasi kepada pembaca maupun penikmat K-Pop mengenai tanda visual dan tanda verbal dari video klip.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan adalah meninjau, padangan, pendapat sesudah menyelidiki, atau mempelajari (KBBI, 2002:1198). Sebagai penunjang untuk memenuhi kecukupan data, referensi, dan untuk mendapatkan pendekatan teori terkait visualisasi maskulinitas, dalam penelitian ini dilakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian terdahulu. Dari hasil penelusuran penelitian terdahulu, diperoleh beberapa masalah yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu :

Pertama, adalah karya Junita Anggrahaeni, *Representasi Maskulinitas Pada Iklan Cetak Minuman Vodka (Kajian Semiotik)*, Universitas Indonesia, 2012. Sebuah penelitian yang menggunakan pendekatan teori representasi, serta analisis semiotika Roland Barthes dan Charles Sander Pierce sebagai pisau analisisnya. Penelitian ini ditujukan untuk meneliti maskulinitas yang terdapat pada iklan cetak minuman vodka, dimana laki-laki yang divisualkan mengkonsumsi minuman vodka melalui tanda, baik verbal maupun *non verbal*, merupakan sosok laki-laki yang maskulin. Penelitian ini memilih iklan sebagai objek kajian karena merupakan salah satu media yang membawa dampak besar terhadap konsumen. Walaupun sama-sama mengambil maskulin sebagai pokok bahasan, namun dalam penelitian Junita meneliti iklan gambar sedangkan dalam penelitian ini meneliti video klip K-Pop.

Kedua, karya milik Rendy Ardian Muhammad, *Pemaknaan Maskulinitas Selebriti Pria Korea dalam Variety Show Running Man*, Universitas Diponegoro, 2016. Sebuah penelitian yang menggunakan pendekatan teori analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pemaknaan khalayak terhadap maskulinitas selebriti pria Korea pada *variety show Running Man*. Penelitian ini menekankan pada pemaknaan maskulinitas selebriti pada *variety show Running Man* dan dikaitkan maskulinitas selebriti tersebut saat memerankan peran dalam drama Korea yang nampaknya sudah menghegemoni khalayak dan menjadikan bagian dari sifat laki-laki pada kehidupan nyata. Meskipun maskulin merupakan pokok

bahasan yang sama-sama diambil, namun pada karya Rendy lebih menekankan pemaknaan maskulinitas dengan analisis resepsi Stuart Hall dengan objek penelitian *variety show* sedangkan dalam penelitian ini lebih pada representasi maskulinitas dengan analisis semiotika Roland Barthes dengan objek penelitian video klip *boyband*.

Ketiga, skripsi milik Rotua Uly Inge, Representasi Budaya dalam Iklan Pariwisata (Analisis Semiotika pada Video Musik S.E.O.U.L DAN *Fly to Seoul*), Universitas Indonesia, 2012. Penelitian ini berfokus hanya pada video klip dari 2 boy band dengan menggunakan teori analisis semiotika Roland Barthes sebagai pisau bedahnya. Penelitian ini mengambil budaya yang terdapat pada video klip dan dikaitkan pada budaya daerah Korea itu sendiri, sehingga menunjukkan budaya anak muda Korea yang divisualisasikan dalam video klip serta kebiasaan dan aktifitas yang mereka lakukan juga. Perbedaan skripsi Rotua dan penelitian ini adalah fokus penelitian, dalam skripsi Rotua lebih berfokus pada representasi budaya dalam iklan pariwisata sedangkan dalam penelitian ini berfokus pada representasi maskulinitas walaupun sama-sama mengambil objek video klip K-Pop.

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan di berbagai perpustakaan perguruan tinggi hingga perpustakaan digital (*online*), ditemukan beberapa sumber pustaka berupa buku, baik yang berisi teori maupun laporan penelitian, untuk selanjutnya dipilih beberapa buku yang relevan dalam tema penelitian, antara lain :

Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2013. Pada buku ini memfokuskan pada semiotika komunikasi, yang berkaitan dengan penggunaan dan produksi tanda secara sosial di dalam proses komunikasi. Buku ini menguraikan secara komprehensif sistem-sistem tanda, penggunaan tanda secara sosial di dalam media komunikasi (iklan, sastra, komik, musik, film, dan sebagainya). Selain itu pada buku ini juga dilengkapi berbagai pemikiran dari tokoh-tokoh semiotika dunia. Sehingga dalam penelitian ini bisa ditentukan teori analisis yang akan digunakan sebagai pisau bedah.

Connell, R.W., *Masculinities*, Los Angeles, University of Californian Press, 2005. Buku ini menjelaskan tentang laki-laki dalam hubungan gender dan juga bagaimana pengamatan dunia baru atau modern terhadap pemahaman tentang maskulinitas yang mungkin dapat terjadi pada diri kita. Sehingga dalam penelitian ini bisa menganalisis konsep maskulin dari objek yang akan diteliti.

Tabel 1. Kajian penelitian terdahulu

| No | Penulis | Junita Anggrahaeni, Universitas Indonesia, 2012. | Rendy Ardian Muhammad, Universitas Diponegoro, 2016. | Rotua Uly Inge, Universitas Indonesia, 2012. |
|----|---------|--|--|---|
| 1. | Judul | Representasi Maskulinitas pada Iklan Cetak Minuman Vodka (Kajian Semiotik) | Pemaknaan Maskulinitas Selebriti Pria Korea dalam <i>Variety Show Running Man</i> | Representasi Budaya dalam Iklan Pariwisata (Analisis Semiotika pada Video Musik S.E.O.U.L DAN <i>Fly to Seoul</i>) |
| 2. | Fokus | Maskulinitas yang terdapat pada iklan cetak minuman Vodka, dimana laki-laki yang divisualisasikan mengkonsumsi minuman vodka melalui tanda, baik verbal maupun <i>non verbal</i> merupakan sosok laki-laki yang maskulin | Penelitian ini fokus pada pemaknaan khalayak terhadap maskulinitas selebriti pria Korea pada <i>variety show Running Man</i> | Penelitian ini fokus hanya pada video klip dari 2 <i>boyband</i> |
| 3. | Teori | Analisis | Analisis resepsi | Analisis semiotika |

| | | | | |
|----|-----------|---|--|--|
| | | semiotika Roland Barthes dan Charles S. Pierce | Stuart Hall | Roland Barthes |
| 4. | Metode | Kualitatif deskriptif | Kualitatif deskriptif | Kualitatif deskriptif |
| 5. | Perbedaan | Penelitian ini menggunakan pendekatan teori representasi dengan mengambil tanda-tanda yang dikaitkan pada tanda laki-laki maskulin | Penelitian ini menekankan pemaknaan maskulinitas selebriti pada <i>variety show</i> <i>Running Man</i> dan dikaitkan maskulinitas selebriti tersebut saat memerankan peran dalam drama Korea | Penelitian ini mengambil budaya yang terdapat pada video klip dan dikaitkan pada budaya daerah Korea itu sendiri |
| 6. | Simpulan | Pada iklan ini menunjukkan tanda yang divisualisasikan oleh seorang laki-laki yang menampilkan sisi maskulinitasnya melalui tanda verbal dan non verbal | Pada <i>variety show</i> ini menunjukkan bahwa maskulinitas selebriti pria sangatlah berbeda saat dibandingkan dengan perannya dalam drama, namun nampaknya maskulinitas | Pada video ini menunjukkan budaya anak muda Korea yang divisualisasikan dalam video klip. Kebiasaan dan aktifitas yang mereka lakukan juga |

| | | | | |
|----|--|---|---|--|
| | | | <p>selebriti tersebut sudah menghegemoni khalayak dan menjadikan bagian dari sifat laki-laki pada kehidupan nyata</p> | |
| 7. | Perbedaan dengan skripsi yang diteliti | <p>Penelitian Junita meneliti iklan gambar sedangkan dalam penelitian ini meneliti video klip K-Pop</p> | <p>Penelitian Rendy lebih menekankan pemaknaan maskulinitas dengan analisis resepsi Stuart Hall dengan objek penelitian <i>variety show</i> sedangkan dalam penelitian ini lebih pada representasi maskulinitas dengan analisis semiotika Roland Barthes dengan objek penelitian video klip <i>boyband</i>.</p> | <p>Penelitian Rotua lebih berfokus pada representasi budaya dalam iklan pariwisata sedangkan dalam penelitian ini fokus pada representasi maskulinitas</p> |

Tabel 2. Kajian buku

| Judul | Semiotika Komunikasi | <i>Masculinities</i> |
|-----------|---|--|
| Pengarang | Alex Sobur | R. W. Connell |
| Isi | Buku ini memfokuskan pada semiotika komunikasi, yang berkaitan dengan penggunaan dan produksi tanda secara sosial di dalam proses komunikasi. Di dalamnya diuraikan secara komprehensif sistem-sistem tanda, penggunaan tanda secara sosial di dalam media komunikasi (iklan, sastra, komik, musik, film, dsb). Selain itu pada buku ini juga dilengkapi berbagai pemikiran dari tokoh-tokoh semiotika dunia. | Buku ini menjelaskan tentang laki-laki dalam hubungan gender dan juga bagaimana pengamatan dunia baru atau modern terhadap pemahaman tentang maskulinitas yang mungkin dapat terjadi pada diri kita. |
| Manfaat | Menambah pengetahuan tentang sistem-sistem tanda, penggunaan tanda secara sosial di dalam | Menambah pengetahuan tentang konsep maskulin dari jaman ke jaman sehingga bisa |

| | | |
|--|---|--|
| | media komunikasi serta pemikiran tokoh-tokoh semiotika dunia sehingga dapat menentukan teori analisis mana yang akan digunakan sebagai “pisau bedah” penelitian | menganalisis konsep maskulin dari objek yang akan diteliti |
|--|---|--|

F. METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan sebuah video klip *Promise* dari *boyband* 2PM sebagai objek yang dijadikan kajian penelitian. Penelitian dilakukan melalui pengamatan terhadap visual video klip *Promise*.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif milik Sugiyono. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan, tulisan serta gambar dan bukan angka-angka dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh.

3. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut :

a. Sumber Data Observasi

Sumber data diperoleh dari observasi secara tidak langsung yakni dari arsip Youtube dan wawancara pada dua desainer video klip yaitu Ingga Wahyu Saputra, Pegawai Transcorp, Jakarta, 25th: 13Juni 2017 dan Catur, Wirausaha, Solo, 28th: 13 Juni 2017 serta satu penikmat video klip korea yaitu Silvia, Pegawai swasta, 22th, Jakarta :12 Juni 2017.

b. Sumber Data Studi Pustaka

Sumber data diperoleh dari studi pustaka berupa buku, majalah umum maupun internal, jurnal, karangan ilmiah dan sebagainya tentang semiotika Roland Barthes, maskulinitas, dan *boyband* 2PM.

c. Sumber Data Dokumentasi

Sumber data diperoleh dari dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri berupa foto dan potongan video klip atau oleh orang lain tentang subjek melalui media tertulis dan dokumen lainnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:62) metode penelitian merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data pada penelitian kali ini lebih banyak menggunakan studi pustaka sebagai bahan penelitian.

a. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dengan melakukan pengamatan lewat video klip *Promise* untuk melihat tanda visual yang dapat dijadikan acuan untuk meneliti maskulinitas pada setiap member *boyband* 2PM dan wawancara dengan dua desainer video klip dan satu penikmat video klip korea.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan upaya guna memperoleh data informasi yang berkaitan dengan objek penelitian dengan cara mempelajari

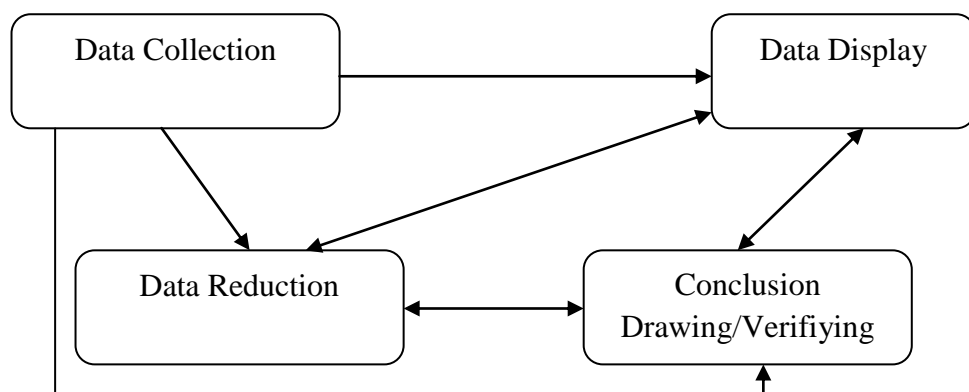
berbagai literatur, baik buku-buku, majalah umum maupun internal, jurnal, karangan ilmiah dan sebagainya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik berupa dokumen tertulis, gambar maupun elektronik.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2016:88). Penelitian ini melakukan proses analisis pada objek penelitian dengan cara mengamati visualisasi penampilan member *boyband* 2PM. Aktifitas yang dilakukan pada tahapan analisis data adalah data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*. Selanjutnya model interaktif dalam analisis data ditunjukkan pada gambar berikut.



Komponen dalam analisis data (interactive model)
 Sumber : "Metode Penelitian Kualitatif"
 (Djam'an Satori, Dr. Aan Komariah)

a. Kumpulan Data

Kumpulan data merupakan data-data dan informasi yang sudah diperoleh dan tertulis lengkap dalam catatan penelitian selama peneliti melakukan pengamatan pada objek yang akan dikaji yaitu video klip *Promise*.

b. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan data, pemusatan perhatian pada penyederhaan data, pengabstrakan data, dan transformasi data kasar dari semua jenis data dan informasi yang sudah diperoleh dan tertulis lengkap dalam catatan penelitian selama peneliti melakukan pengamatan pada objek yang akan dikaji yaitu video klip *Promise* dengan mengacu pada kajian penampilan member *boyband* 2PM untuk mendapatkan visualisasi yang menunjukkan maskulinitas.

c. Penyajian Data

Pada penelitian kualitatif penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, dan sejenisnya dalam bentuk narasi lengkap yang selanjutnya digunakan sebagai proses untuk merumuskan kesimpulan. Proses penyajian data dalam kajian ini nantinya akan didapatkan melalui gambar yang diambil dari video klip sebagai objek kajian penelitian yang dalam penelitian ini adalah video klip *Promise*. Visualisasi berbentuk tanda yang didapatkan dari pengamatan pada video klip akan menjadi acuan analisis mengenai maskulinitas.

d. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dalam penelitian perlu diverifikasi agar dalam proses pengkajian dapat dipertanggungjawabkan. Verifikasi merupakan aktivitas pengulangan yang bertujuan untuk pematapan dan penelusuran data yang mana biasanya terjadi pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali catatan penelitian di selama melakukan pengamatan. Verifikasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati kembali video klip *Promise*, kemudian dicocokkan dengan kesimpulan yang telah diperoleh apakah ada pengurangan atau penambahan. Pencocokan dilakukan dengan pendekatan teori yang telah dipilih yaitu semiotika. Tahapan ini peneliti berupaya untuk memberikan data yang terkumpul hingga menjadi sebuah kesimpulan yang relevan dan dapat dipertanggungjawabkan.

G. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran singkat mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan kajian teoritis tentang ilmu semiotika serta teori-teori pendukungnya yang digunakan dalam penelitian.

BAB III IDENTIFIKASI DATA

Bab ini berisi tentang data yang diperoleh dari pengamatan terhadap penampilan member 2PM dalam video klip Promise

BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi pembahasan mengenai penanda, petanda, dan makna dengan teori Roland Barthes tentang representasi maskulinitas oleh *boyband* 2PM yang terdapat pada video klip *Promise*.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang simpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang dapat diberikan kepada pihak yang berkepentingan agar menciptakan penelitian yang lebih sempurna.