

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Gender Dan Marketing Politik (Analisis Semiotika Dalam Drama *Queen Maker*)**”. Dalam penelitian ini penulis tertarik memilih drama *Queen Maker* untuk menganalisis tanda yang mencerminkan peran perempuan dalam politik dan realitas dinamika berkampanye antar calon kandidat dan tim sukses menjelang pemilihan umum. Dipilihnya drama ini sebagai media representasi untuk melihat peran gender dan fenomena kontestasi politik yang relevan dengan situasi politik masa kini. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran gender dalam ranah politik dan strategi *marketing* politik dalam pemilihan umum yang tergambarkan pada sebuah drama Korea Selatan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian secara kualitatif yang bersifat deskriptif, dengan objek penelitian menggunakan konteks sebuah drama maka akan dianalisis penelitian menggunakan semiotika Roland Barthes yang menggunakan tingkatan makna terstruktur dengan dua tahapan signifikasi (*two order of signification*) melalui pemaknaan denotasi, konotasi dan mitos. Adapun teori yang digunakan yaitu gender, *marketing* politik dan semiotika Roland Barthes.

Berdasarkan hasil analisa menggunakan pemaknaan denotasi, konotasi dan mitos dari perluasan makna Roland Barthes maka terdapat indikasi tanda peran gender tercerminkan melalui adanya bentuk ketidakadilan gender berupa stereotip, kekerasan fisik, marginalisasi, subordinasi dan beban kerja. Dengan adanya gambaran keterwakilan perempuan dalam politik berarti dapat menjadi salah satu aspek penting untuk mencapai kesetaraan dan keadilan gender dalam pengambilan kebijakan publik. Selain itu terindikasi adanya strategi *marketing* politik tercerminkan melalui tanda proses pendekatan kepada publik dalam berkampanye digunakan melalui bauran *marketing* 3P yaitu *Push Marketing* (kampanye terbuka), *Pull Marketing* (kampanye negatif, kampanye hitam dan kampanye isu-isu gender) dan *Pass Marketing* (pihak ketiga dan tim sukses beserta manajer kampanye).

Kata Kunci : Gender, Strategi Marketing Politik, Kampanye, Semiotika Roland Barthes.