

ABSTRAK

Nama : Gamaliel Paulus Setianugraha

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul :

**FORMAT TELEVISI *IDOLS* SEBAGAI KOMODITAS GLOBAL
(STUDI KASUS PADA *INDONESIAN IDOL*)**

(xiii + 125 halaman : 2 gambar, 2 tabel)

Salah satu strategi *programming* stasiun televisi dalam menarik mayoritas penonton untuk mendapatkan rating, adalah dengan membeli konsep format program televisi yang sukses di negara – negara lain. Beberapa diantaranya adalah *Idols*, *The Voice*, *MasterChef*, *X-Factor*, *Family 100*. Stasiun televisi di suatu negara akan memproduksi Kembali format yang dibeli dan menayangkannya di negara tersebut.

Format – format televisi tersebut menjamin kesuksesan di banyak negara yang mengadopsinya. Salah satu yang fenomenal adalah format *Idols* dimana format ini telah diproduksi di lebih dari 50 negara dengan lebih dari 300 *seasons*. Peneliti melihat ada universalitas dalam konsep format program televisi sehingga format tersebut bisa sukses dan disukai di banyak negara. Dengan menggunakan paradigma konstruktivis dan metode studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sebuah konsep format program TV *Idols* bisa sukses sebagai komoditas di pasar global. Dari hasil wawancara dengan Fremantle dan RCTI, peneliti menemukan bahwa ada elemen *cultural universals* yaitu kompetisi, partisipasi dan narasi dalam konsep format *Idols*. Disamping itu ditemukan juga elemen *emotion universal* dalam aturan – aturan *Idols* yang baku yang membangun *conditioned emotional response* dan *emotion contagion* dalam *Idols*. Dengan memahami universalitas program televisi, diharapkan awak produksi akan lebih mengerti bagaimana menciptakan program televisi yang sukses dan disukai banyak penonton.

Kata Kunci : Format TV, *Cultural Universals*, *Emotion Universals*, Format *Idols*,

ABSTRACT

Nama : Gamaliel Paulus Setianugraha

Program Studi : Communication Science

Judul :

**TELEVISION FORMAT IDOLS AS A GLOBAL COMMODITY
(CASE STUDY OF INDONESIAN IDOL)**

(xiii + 125 pages : 2 pictures, 2 tables)

One of TV network's strategies to attract the majority of TV audience to gain rating is to acquire the concept of successful television program formats in many countries before. Some of them are Idols, The Voice, MasterChef, X-Factor, Family Feud. TV networks in a country will produce the format and broadcast it nationally.

These TV formats ensured success in many countries. One of the phenomenal formats is Idols which has been produced in more than 50 countries with more than 300 seasons. The researcher sees that there is universality in TV format concept which make it successful in many countries. By using constructivist paradigm and case study methods, this research aims to explain how Idols format can become global commodity. Based on interview with Fremantle and RCTI, the findings reveal that there is element of Cultural Universals such as competition, participation and narration in Idols. Besides, there is element of Emotion Universals in the fixed rules of Idols which builds conditioned emotional response and emotion contagion in Idols. By understanding the universality of television format concept, the production crew will better understand how to create television programs that can bring success.

Keywords : TV format, cultural universals, emotion universals, Idols format.