

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA THESIS	iii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR TESIS.....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xiii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Pertanyaan Penelitian	12
1.4. Pembatasan Masalah.....	12
1.5. Tujuan Penelitian.....	12
1.6. Signifikansi Penelitian.....	12
1.6.1. Manfaat Akademis	13
1.6.2. Manfaat Sosial/Praktis.....	13
BAB II.....	14
2.1. Kerangka Konseptual	16
2.1.1. Program TV.....	16
2.1.2. Format TV	17
2.1.3. Penonton TV	19
2.1.4. Format TV Universal	21
2.1.5. Budaya sebagai Elemen Universal.....	21
2.2. Kerangka Teoritikal.....	24
2.2.1. Komodifikasi.....	24
2.3. Kerangka Berpikir	27
BAB III.....	28
3.1. Paradigma Penelitian	28
3.2. Metode Penelitian.....	29
3.3. Metode Pengumpulan Data & Sumber Data	30
3.3.1. Wawancara & Observasi.....	30

3.3.2.	Sumber Data.....	31
3.4.	Keabsahan Penelitian.....	33
3.5.	Analisa Data	33
BAB IV	35
4.1.	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1.	Kesuksesan Format Idols	36
4.1.1.1.	Arti Sukses Idols	36
4.1.1.2.	Kunci Sukses Idols.....	37
4.1.2.	Singing is Universal	37
4.1.3.	Elemen – elemen budaya Idols yang universal	38
4.1.3.1.	Elemen Reality.....	39
4.1.3.2.	Elemen Talent Search	39
4.1.3.3.	Elemen Kompetisi.....	39
4.1.3.4.	Elemen Friendship	40
4.1.3.5.	Elemen Music Show	40
4.1.3.6.	Elemen Journey From Zero to Hero	40
4.1.3.7.	Elemen Patron.....	41
4.1.3.8.	Elemen Keterikatan Emosional.....	41
4.1.3.9.	Elemen Voting	41
4.1.3.10.	Elemen Identitas.....	42
4.1.3.11.	Elemen Performance	42
4.1.3.12.	Elemen Kebersamaan dengan Penonton	43
4.1.3.13.	Elemen Mudah Beradaptasi	43
4.1.3.14.	Elemen Menggerakkan Bangsa.....	43
4.1.4.	Tema Acara Universal.....	44
4.1.5.	Format Points	45
4.1.6.	Elemen Fleksibel	49
4.1.7.	Emosi Penonton.....	50
4.2.	Pembahasan Penelitian	52
4.2.1.	Cultural Universals.....	52
4.2.1.1.	Kompetisi.....	54
4.2.1.2.	Narasi	58
4.2.1.3.	Partisipasi.....	61
4.2.2.	Emotion Universals	64
4.2.2.1.	Conditioned Emotional Response.....	66

4.2.2.2. Emotion Contagion	69
BAB V	72
5.1. Simpulan Penelitian	72
5.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1. 1 Jaringan Alur Produksi dalam Perdagangan Format.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	27
Tabel 3. 1 Tipe – Tipe Dasar Desain Studi Kasus	30
Tabel 4. 1 Contoh - contoh Cultural Universals.....	53

