

ABSTRAK

‘REKONSTRUKSI *TALENT SHOW* DAKWAH DI TELEVISI INDOSIAR’ (Studi Fenomenologi Tentang Industri Hiburan Ajang Pencarian Bakat Pada Program Acara Akademi Sahur Indosiar Asia 2017)

Disusun oleh:

DIDIK YULIANTO dan AHMAD MULYANA

Magister Ilmu Komunikasi

Program Pascasarjana Universitas Mercubuna, Menteng Raya, Jakarta

(didikpare@yahoo.com & ahmad.mulyana@mercubiana.ac.id)

ABSTRAK

Penelitian kualitatif diskriptif ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana rekonstruksi *talent show* dakwah melalui industri hiburan ajang pencarian bakat di media-massa televisi. Tujuan penelitian untuk menghasilkan pemahaman dan pengembangan pola konstruksi realitas sosial media massa televisi Indosiar melalui rekonstruksi *talent show* dakwah oleh tim produksi, pengisi acara, dan programing pada acara AKSI Asia tahun 2017. Penelitian menggunakan pendekatan studi fenomenologi mazhab Stanly Deetz, dengan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data melalui *in-depth interview* multi sumber, pengamatan, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik pemeriksaan keabsahan data berdasarkan prinsip referensial, melakukan perbandingan dan kesesuaian data hingga pada titik jenuh. Temuan penting penelitian, media-massa televisi sudah menggunakan dakwah sebagai bagian hiburan melalui ajang pencarian bakat (*talent show*) yang merupakan bentuk konstruksi realitas sosial media massa yang bernilai komodifikasi. Realitas dakwah sebagai tuntunan dan tontonan dikonstruksi oleh tim produksi dan programing untuk memenuhi standar industri televisi dimana selain memberi informasi juga menghibur pemirsa sehingga bisa memperoleh *Share* bagus, menghasilkan Iklan dan membuat perusahaan profit. Kesimpulan, acara *talent show* dakwah AKSI Asia 2017 merupakan bentuk realitas dakwah sebagai komoditi media-massa bernilai komodifikasi, dan mampu memperkuat *positioning* Indosiar sebagai stasiun televisi yang unggul dalam hal *in-house production*.

Kata Kunci: AKSI Asia, Dakwah, Talent show, Konstruksi Realitas

ABSTRACT

The phenomenon which becomes the objects of the research is audition or talent show program (Talent Show - Dakwah). This qualitative research aims to understanding the reconstruction of talent show program through a media industry within talent search program into television style. The goal of the research is to developing the model of reality construction which is constructed by mass-media (television) through the production team, talent and programing of AKSI Asia 2017. This research used a phenomenology approach method of Stanly Deetz, and constructivist paradigm. Data collected by triangulation of an in-depth interview, observation, documentation, and literature study. The findings evidenced that talent show of Dakwah AKSI Asia at Indosiar was indicated as a commodity that have commodification motive. Commodification is the process of transforming use values into exchange values. Conclusion; the research have resulted inference that talent show of Dakwah AKSI Asia 2017 was indicated as a social reality that constructed by mass-media (Indosiar) through television style to attract audience, reaching share, grabbing advertiser and to gain the profit.

Key Words: AKSI Asia, Dakwah, Talent Show, Konstruksi Realitas

