

## ABSTRAK

Mukhtar Syafi'i NIM. 1312010133. Penelitian ini berjudul: *Komodifikasi Budaya Populer dalam Acara Televisi (Studi Analisis Semiotika Jhon Fiske Tentang Budaya Populer dalam Acara "Rupa Indonesia" yang Ditayangkan Di TV One)*. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Imam Bonjol Padang.

Latar belakang penelitian ini adalah budaya populer yang sering ada disekitar, kini menjadi suatu objek tontonan di televisi. Saat ini, media tidak hanya menyuguhkan berita-berita mengenai budaya populer/tren sosial saja, tapi juga menjadikan budaya populer "tokoh utama" dalam beberapa program favorit di televisi, sebagaimana yang sering terlihat di acara-acara televisi berformat dokumenter, semi-dokumenter, *reality show* dan acara sejenisnya. Dalam hal ini tontonan populer televisi dikomodifikasikan atau digambarkan sebagai transformasi nilai guna menjadi nilai tukar, yang pada dasarnya tidak bernilai jual ditransformasikan menjadi suatu komoditas yang bisa mempunyai nilai jual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komodifikasi budaya populer yang terjadi dalam acara "Rupa Indonesia" yang ditayangkan di TV One, sehingga tontonan menjadi menarik dan diminati penonton.

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif dengan model analisis John Fiske, penelitian berfokus pada tiga level, yaitu level realitas, representasi dan ideologi. Dalam hal ini penulis akan meneliti dua video episode tayangan "Rupa Indonesia" yaitu pada episode 01 Desember 2016 yang berjudul "Sulit Demi Duit" dan episode 15 Desember 2016 yang berjudul "Selfie Luar Biasa"

Hasil yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pada level realitas, tanda-tanda budaya populer ditampilkan dan diceritakan secara jelas dalam acara ini, diantaranya perilaku tokoh utama yang menggambarkan fanatisme, metrealis, popularitas. Dalam level representasi, teknik-teknik editing mampu membuat tayangan ini menjadi lebih dramatis pada level ideologi, terlihat jelas bahwa ideologi kapitalis sangat erat hubungannya dengan acara ini.

Budaya populer dilihat sebagai komoditas yang bernilai tinggi. Karakteristik khalayak penonton yang cenderung menerima apa adanya tanpa melihat apa yang terjadi dibelakang telvis, dimanfaatkan oleh para kapitalis dengan merancang suatu produk yang berpotensi meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan modal sekecil-kecilnya.