
Program Ajang Pencarian Bakat “Indonesian Idol” di Televisi Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media

Kristin Tri Lestari*

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas PGRI
Ronggolawe

(Jalan Manunggal, no.61, Tuban, Indonesia)

*Penulis Korespondensi: kristinlestari@unirow.ac.id

Diterima (Received): 6 Maret 2023 • Direvisi (Revised): 15 Maret 2023 • Disetujui Publikasi (Accepted): 31 Maret 2023

ABSTRACT

In 2022 and in previous years, Indonesia is colored with various types of talent search-based events, such as Indosiar Fantasy Academy, Mamamia, Indonesian Idol, Little Idol, Indonesia Looking for Talent, X Factor, The Voice Indonesia, and others. Various types of peculiarities and advantages of each of these events have attracted the attention of the Indonesian people. The number of talent search programs makes the program the majority program, moreover the winner in the talent search program is determined by the support of the community. Competition between television stations creates great ideas and works to attract television viewers throughout the country, including the "INDONESIAN IDOL" program. This research was conducted to find out how the "INDONESIAN IDOL" talent search program on television is from the political economy perspective of the media. In this study the authors used a descriptive research method with a qualitative approach. The object of this research is the talent search event "INDONESIAN IDOL" on television using a media political economy approach (commodification, spatialization and structuring). Data collection techniques, namely observation and interviews obtained directly from the key informants and informants, where in determining the key informants the researcher used purposive sampling. The data analysis technique uses the Miles and Huberman model with activities in data analysis namely data reduction, data display, and conclusion drawing/verification.

Keywords: Television; Economy; Political; Media.

ABSTRAK (Cambria, 11pt, Bold)

Tahun 2022 maupun tahun-tahun sebelumnya, Indonesia diwarnai dengan berbagai macam jenis acara yang berbasis ajang pencarian bakat, seperti Akademi Fantasi Indosiar, Mamamia, Indonesian Idol, Idola Cilik, Indonesia Mencari Bakat, X Faktor, The Voice Indonesia, dan lainnya. Berbagai jenis kekhasan maupun keunggulan dari masing-masing ajang tersebut menyedot perhatian masyarakat Indonesia. Banyaknya program ajang pencarian bakat menjadikan program tersebut sebagai program mayoritas, apalagi pemenang dalam program pencarian bakat ditentukan oleh dukungan dari masyarakat. Persaingan antar stasiun televisi menciptakan ide-ide serta karya-karya yang hebat demi menarik para pemirsa televisi diseluruh tanah air tidak terkecuali program “INDONESIAN IDOL”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana program ajang pencarian bakat “INDONESIAN IDOL” di televisi dalam perspektif ekonomi politik media. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Objek dari penelitian ini adalah ajang pencarian bakat “INDONESIAN IDOL” di

Silahkan mengutip artikel ini sebagai: Lestari, K. T. (2023). Program Ajang Pencarian Bakat “Indonesian Idol” di Televisi Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *Journal of Political and Government Issues (POLIGOVs)*, 1(1), 13-20.
<https://doi.org/xx.xxxxx/poligovs.vxxx.xxxxx>

televisi dengan menggunakan pendekatan ekonomi politik media (komodifikasi, spesialisasi dan strukturisasi). Teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara yang diperoleh langsung dari key informan dan informan, dimana dalam penentuan key informan peneliti menggunakan purposive sampling. Teknik analisa data menggunakan model Miles dan Huberman dengan aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verivication.

Kata Kunci: Televisi; Ekonomi; Politik; Media.

PENDAHULUAN

Televisi sebagai salah satu produk ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang komunikasi telah lama hadir di tengah-tengah kehidupan manusia. Sebagai produk budaya dan teknologi, kehadirannya akan terus bertambah dan meningkat seiring berjalannya waktu. Pesawat televisi bukan barang mewah lagi, tetapi sudah merupakan kebutuhan setiap orang dalam keluarga, televisi digunakan untuk memuaskan penggunaannya dan jangkauannya yang sangat luas. Televisi merupakan salah satu media komunikasi massa. Semua media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama. Sebagai alat memberikan informasi (fungsi informatif), artinya melalui isinya seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik (fungsi edukatif), artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan dan moral seseorang. Sebagai alat menghibur (fungsi entertainment), yakni melalui isinya seseorang dapat terhibur.

Program hiburan yang saat ini disukai oleh masyarakat adalah jenis program ajang pencarian bakat, dimana pada tahun 2022 maupun tahun-tahun sebelumnya, Indonesia diwarnai dengan berbagai macam jenis acara yang berbasis tallent show, seperti Akademi Fantasi Indosiar, Mamamia, Akademi Pelawak Indonesia, Indonesian Idol, Idola Cilik, Indonesia Mencari Bakat, X Faktor, The Voice Indonesia, dan lainnya. Berbagai jenis kekhasan maupun keunggulan dari masing-masing ajang tersebut menyedot perhatian masyarakat Indonesia. Banyaknya program ajang pencarian bakat menjadikan program tersebut sebagai program mayoritas, apalagi pemenang dalam program tersebut ditentukan oleh banyaknya dukungan dari masyarakat. Hal ini menyebabkan masyarakat selalu mengikuti perkembangan program ajang pencarian bakat pada umumnya. Kurang lebih ada sekitar 10 (sepuluh) saluran televisi yang dapat diterima masyarakat dalam menyiarkan program ajang pencarian bakat saat ini.

Salah satu dari stasiun televisi tersebut yang menyiarkan program ajang pencarian bakat yaitu RCTI. Dengan mengusung program Indonesian Idol, Idola Cilik dan lain-lain, RCTI terbukti berhasil memasuki pasaran acara ajang pencarian bakat di Indonesia. Setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagai program hiburan seperti film, music, talk show dan sebagainya, tetapi program ajang pencarian bakat merupakan program yang mengidentifikasi suatu stasiun televisi kepada pemirsanya untuk mengangkat image pada sebuah stasiun televisi tersebut agar bisa meningkatkan rating. Program ajang pencarian bakat menjadi identitas khusus atau identitas lokal yang dimiliki stasiun televisi. Dengan demikian stasiun televisi tanpa ajang pencarian bakat akan menjadi stasiun tanpa identitas setempat, program ajang pencarian bakat juga menjadi andalan pengelola televisi kepada masyarakat. Persaingan program ajang pencarian bakat dalam menyuguhkan acara hiburan yang sangat disukai oleh masyarakat menjadikan tantangan bagi para produser. Setiap stasiun televisi tidak mau kalah dan

berlomba-lomba untuk mengemas ulang program ajang pencarian bakat dengan menampilkan sesuatu yang berbeda dari yang lain. Hal tersebut bertujuan untuk memberikan masyarakat sebuah hiburan yang sangat baik tidak hanya disuguhkan dengan berita dan sinetron-sinetron saja saat ini, tetapi program ajang pencarian bakat bisa menjadi hiburan yang istimewa untuk keluarga. Semakin banyak jumlah khalayak yang menonton, maka semakin tinggi rating yang akan diperoleh program ajang pencarian bakat tersebut. Selain itu semakin banyak pula keuntungan yang didapat oleh stasiun televisi. Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan yakni bagaimana program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi dalam perspektif ekonomi politik media? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi dalam perspektif ekonomi, politik, media.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian Deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana metode ini menggambarkan program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi dalam perspektif ekonomi politik media, tidak mencari dan menjelaskan suatu hubungan ataupun menguji hipotesa dan membuat prediksi. Penelitian ini memfokuskan pada program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi, serta mengetahui proses-proses yang digunakan seorang produser dalam pelaksanaan programnya. Proses penelitian dengan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pansangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Objek dari penelitian ini adalah program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi dalam perspektif ekonomi politik media.

Teknik pengumpulan data, beberapa jenis data yang dikumpulkan adalah (1) Data Primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya. Data primer merupakan data penelitian berupa informasi-informasi penelitian yang diperoleh secara langsung dari informan baik melalui wawancara langsung maupun dengan hasil observasi di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut: (a) Observasi, adalah suatu teknik pengumpulan data yang melalui pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian. Pengamatan ini dilakukan untuk memaksimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian dan kebiasaan. (b) Interview/Wawancara, adalah suatu teknik pengumpulan data melalui wawancara yang ditujukan untuk mendapatkan data berupa keterangan atau pendapat yang kompeten. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan percakapan antara dua orang, yaitu peneliti dan key informan, dengan tujuan mendapatkan keterangan yang sesuai dengan penelitian. Wawancara terbuka dilakukan dengan narasumber dari lingkungan internal yaitu pihak-pihak yang terlibat langsung dalam program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi dan wawancara yang dilakukan dengan pelaku eksternal yaitu para pemirsa/penonton program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi. (2) Data Sekunder, adalah data yang bersumber dari perusahaan, maupun hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda. Data tersebut dapat

berupa fakta (rating dan share), gambar dan lain-lain. Keunggulan data sekunder adalah dapat diperoleh dengan biaya dan waktu yang ekonomis. Kelemahan dari data ini adalah data tersebut mungkin tidak dapat langsung cocok dengan data yang diperlukan. Penentuan key informan dan informan. Pada proses penentuan key informan, peneliti menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan sample berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai hubungan atau sangkut paut dalam penelitian ini. Peneliti memilih key informan berdasarkan karakter yang sesuai dengan tujuan peneliti atau yang dianggap memiliki informasi yang relevan dengan masalah pokok penelitian. Pada penelitian ini key informan yang peneliti pilih adalah Produser program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi, karena dianggap sebagai orang yang paling mengetahui dan menguasai sehingga data-data yang diperoleh sangat relevan. Informan dalam penelitian ini ialah penonton program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” di televisi, khalayak yang menonton meliputi berbagai unsure lapisan masyarakat: Mahasiswa, Karyawan, Ibu Rumah Tangga dan lain sebagainya.

Teknik analisis data merupakan tahap selanjutnya yang dilakukan peneliti guna mencari, menata dan merumuskan kesimpulan secara sistematis dari catatan hasil wawancara key informan dan informan, observasi langsung dan lain- lain. Penulis pada penelitian ini mempergunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, data display dan conclusion drawing/verivication. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan hal-hal yang yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan hal-hal yang dikatakannya sepanjang waktu, membandingkan hal-hal yang dikatakan umum dengan hal-hal yang dikatakan pribadi, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

HASIL DAN DISKUSI

Gambaran Umum Lokasi Penelitian Tanggal 24 Agustus 1989 sebuah catatan penting digoreskan dalam lembaran sejarah pertelevisian Indonesia, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, RCTI, mulai mengudara secara terrestrial di Jakarta. Menayangkan berbagai program acara hiburan, informasi dan berita yang dikemas dengan menarik. RCTI tumbuh dengan cepat menjadi agen perubahan dan pembaharu dalam dinamika sosial masyarakat di Indonesia. Saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia, melalui 48 stasiun relaynya program-program RCTI disaksikan oleh lebih dari 190,4 juta pemirsa yang tersebar di 478 kota di seluruh Nusantara, atau kira-kira 80,1% dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi demografi ini disertai rancangan program-program menarik diikuti rating yang bagus, menarik minat pengiklan untuk menayangkan promo mereka di RCTI. Sejak awal, cita-cita RCTI adalah menciptakan serangkaian acara unggulan dalam satu saluran, yang memungkinkan para pengiklan memilih RCTI sebagai media iklan-iklan mereka. Cita- cita

itu menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi market leader. Tahun 2022 (periode Januari - Desember 2022) RCTI tetap mempertahankan posisi market leader dengan pangsa pemirsa mencapai 17.5% (ABC, 5+) dan 17.8% (All Demography). RCTI juga berhasil mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15.7% (periode Januari - Nopember 2022), seperti dilaporkan oleh Nielsen Audience Measurement. Di RCTI, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari mimpi, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan doa. 6 (enam) aspek tersebut tercermin dan mewarnai program-program RCTI yang mengusung motto "Kebanggaan Bersama Milik Bangsa" namun tampil dalam kemasan yang "oke". Kualitas program-program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Indonesia.

Program Indonesian Idol

Indonesian Idol adalah ajang kompetisi menyanyi yang digagas oleh Simon Fuller dan diproduksi oleh Tim Produksi RCTI dan FremantleMedia Asia. Acara pencarian bakat penyanyi ini mulai ditayangkan di RCTI pada Maret 2004 dan menjadi salah satu acara paling populer dalam sejarah pertelevisian Indonesia. Indonesian Idol sendiri merupakan bagian dari franchise Idol dari acara Pop Idol di Inggris. Adapun tujuan utama dari acara ini adalah untuk menemukan artis rekaman solo baru di mana pemenang ditentukan oleh voting suara oleh pemirsa. Voting diperoleh dari telepon, SMS, dan online vote di situs resmi Indonesian Idol. Kontestan Indonesian Idol dinilai kualitasnya melalui panel juri yang biasanya terdiri dari empat juri berpengalaman yang merupakan musisi handal, produser terkemuka, dan penyanyi solo populer. Setiap tahunnya, Indonesian Idol seringkali berganti-ganti formasi juri panel. Pasa season pertama misalnya, empat juri utama terdiri atas musisi jazz Indra Lesmana, penyanyi pop sekaligus diva Indonesia Titi DJ, penyiar Radio dan presenter Meuthia Kasim dan Dimas Djayadiningrat. Baca selengkapnya di: Daftar Juri dan Host Utama Indonesian Idol. Pada musim pertama, Indonesia Idol dipandu oleh DJ radio Amelia Natasha dan pembawa acara TV Irgi Ahmad Fahrezy sebagai host. Pada tahun 2006, Daniel Mananta menggantikan Irgi sebagai host utama dan Dewi Sandra digantikan oleh Ata tahun 2008. Sejak 2010, Daniel Mananta menjadi host tunggal untuk program ini.

Penghargaan yang Diperoleh Indonesian Idol

Indonesian Idol berhasil memenangkan penghargaan Panasonic Awards untuk Best Music Variety Show pada tahun 2005 dan 2006. Pencapaian ini terbilang fantastis mengingat Indonesia Idol mengalahkan program pencarian bakat serupa, Akademi Fantasi Indosiar (AFI) yang sebelumnya telah menerima penghargaan yang sama pada tahun 2004 AFI dalam kategori Best Reality Show. Di samping itu, Singapore Tourism Board juga memberikan penghargaan untuk Indonesian Idol Season 1 dengan mengundang 11 kontestan American Idol World Tour. Joy Tobing sebagai juara Indonesian Idol musim pertama turut diundang sebagai penyanyi pembuka dalam acara tersebut.

Proses Seleksi Indonesian Idol

Proses seleksi peserta Indonesian Idol memiliki beberapa tahapan, diantaranya, kelayakan kontestan, audisi awal, eliminasi, voting pemirsa, dan workshop. Berikut penjelasan detail seleksinya.

1. Kelayakan Kontestan

Syarat dan kriteria awal yang harus dipenuhi seorang kontestan yaitu berusia 16-27 tahun. Pada musim perdananya, batas usia kontestan adalah 18-25 tahun. Lalu, batas maksimal dinaikkan menjadi 29 hingga musim ke 4, dan kemudian dikurangi menjadi 27 di musim 5. Sedangkan pada season ke 2, batas bawah usia dikurangi menjadi 16 tahun. Peserta merupakan warga Indonesia (WNI) serta tidak sedang mempunyai kontrak rekaman dengan label manapun pada tahap semifinal.

2. Audisi awal

Dalam audisi awal ini, peserta diwajibkan menunjukkan bakat bernyanyinya di depan para juri. Audisi ini biasanya diadakan di kota-kota besar di seluruh Indonesia yang diikuti oleh lebih dari 10.000 orang di setiap kota. Jika seorang peserta lolos tahap ini, mereka bisa mengikuti tahap selanjutnya yaitu eliminasi di Jakarta dengan persyaratan dan saingan yang lebih berat dan ketat.

3. Eliminasi

Setelah lolos pada tahap audisi, para kontestan diharuskan tampil secara individu maupun berkelompok dalam serangkaian putaran di tahap eliminasi. Dalam beberapa musim, tahap eliminasi terdiri atas tiga putaran. Pada putaran pertama kontestan perform dalam kelompok tetapi dilakukan secara individual. Untuk babak berikutnya, para kontestan dibagi menjadi kelompok-kelompok kecil untuk menyanyikan satu lagu secara bersama. Di babak final, para kontestan tampil solo dengan lagu pilihan mereka secara cappella atau diiringi oleh band tergantung pada musim. Pada akhir babak Eliminasi, 24-32 kontestan dipilih untuk melanjutkan ke babak workshop.

4. Workshop

Dalam dua musim pertama, serta musim ke enam, para kontestan dibagi menjadi kelompok-kelompok yang berbeda untuk tampil secara individu dalam setiap penampilan. Dalam musim perdana, ada tiga grup yang masing-masing terdiri atas sepuluh peserta. Dari ketiga grup tersebut diambil 3 peserta untuk melaju ke tahap final. Pada musim ketiga sampai kelima, peserta pria dan wanita tampil secara terpisah dan diseleksi masing-masing lima kontestan. Pada musim keenam, terdapat babak wildcard di mana kontestan yang gagal lolos diberi kesempatan lagi. Dalam musim pertama, dua kontestan wildcard dipilih oleh para juri (awalnya satu), untuk melengkapi finalis menjadi total sebelas orang. Di musim kedua, ada 12 kontestan yang dipilih tanpa menggunakan sistem wildcard. Namun, pada season ketiga, sistem ini kembali dipakai untuk memilih 2 kontestan. Dari musim ke 4 hingga ke 7, serta musim kesembilan, 24 semi-finalis dibagi berdasarkan jenis kelamin. Para pria dan wanita bernyanyi secara terpisah pada malam penjurian secara berturut-turut, dan dua peserta yang berada di urutan terbawah dari setiap kelompok dieliminasi tiap minggunya hingga tersisa hanya enam orang dari masing-masing kelompok untuk mendapatkan 12 peserta final.

5. Voting pemirsa

Dari babak workshop, nasib para kontestan ditentukan oleh suara pemirsa. Peserta harus tampil maksimal di malam penjurian yang kemudian dinilai dan dikomentari oleh para juri. Selama acara berlangsung, pemirsa di rumah diperbolehkan mendukung kontestan melalui jalur voting sms, telepon, maupun voting online sebanyak mungkin.

Spektakuler Show

Spektakuler Show berlangsung selama sebelas minggu. Dalam setiap minggunya, setiap finalis diwajibkan menyanyikan sebuah lagu tertentu secara live dengan tema tertentu. Jika tersisa 3 atau 4 orang, peserta harus menyanyikan 2 lagu, sedangkan pada grand final, peserta harus melantunkan 3 lagu. Tidak seperti American Idol, Result Show dari Indonesian Idol dilakukan sekitar 1 jam setelah Spektakuler Show. Untuk Grand Final, Result Show ditayangkan 7 hari setelah Grand Final. Dalam Result Show, beberapa finalis yang mendapatkan suara paling sedikit ditempatkan di peringkat dua atau tiga terbawah (bottom two or three). Setiap minggu, finalis dengan suara paling sedikit akan dipulangkan. Proses ini diulang setiap minggu sampai tersisa satu kontestan yang kemudian dinyatakan sebagai pemenang Indonesian Idol. Setiap musimnya, dua finalis yang tersisa di Grand Final akan menyanyikan sebuah single baru untuk selanjutnya direkam di album kemenangan. Baca juga artikel tentang Daftar Juara Indonesian Idol dari tahun ke tahun.

Penyajian Hasil Wawancara

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan direktur program dan produksi RCTI yaitu ibu Endah Hari Utami diketahui bahwa Indonesian Idol (musim 12) adalah musim keduabelas dari ajang pencarian bakat Indonesian Idol yang mulai mengudara di RCTI pada tanggal 19 Desember 2022. Proses audisi utama digelar di 5 kota besar di Indonesia, yakni Yogyakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Jakarta, babak Showcase dimulai pada 16 Januari kemudian berlanjut hingga 17 Januari 2023, dan memasuki puncak pada 23 dan 24 Januari 2023. Babak Road To Spektakuler Show disiarkan pada 30 Januari 2023. Spektakuler Show dimulai pada 6 Februari 2023 dan selanjutnya tayang setiap Senin pukul 21.30 WIB. Pada musim ini, posisi pembawa acara kembali diisi oleh Boy William. Anang Hermansyah, Judika dan Rossa tetap menjadi juri bersama David Bayu dan Bunga Citra Lestari yang menggantikan posisi Ari Lasso dan Maia Estianty. Musim ini menjadi musim pertama bagi David Bayu sebagai juri Indonesian Idol, sedangkan musim ini adalah yang ketiga kalinya bagi Rossa dan BCL serta keempat kalinya bagi Judika dan kedelapan kalinya untuk Anang Hermansyah. Ini juga merupakan peristiwa yang pertama kalinya terjadi sepanjang kompetisi Indonesian Idol berlangsung setelah Ari Lasso menyatakan pengunduran dirinya dari posisi juri Indonesian Idol, sehubungan dengan kanker DLBCL yang dideritanya. Pertama kali dalam sejarah Indonesian Idol, musim ini menghadirkan juri pendamping. Mereka adalah Armand Maulana, Maia Estianty, Afgan, Fadly, Momo dan Dikta, sehingga total juri pada musim ini adalah 11 orang yang akan tampil secara bergantian dengan disediakan 5 kursi juri di panggung Indonesian Idol. Alasannya adalah situasi pandemi Covid-19 yang berangsur pulih, sehingga jadwal para juri utama tampil bernyanyi di berbagai acara dan berbagai kota pun padat. Alhasil, diperlukan peran juri pendamping untuk menggantikan posisi

juri utama yang berhalangan. Untuk pertama kalinya setelah Special Season, penonton sudah bisa menonton langsung penampilan peserta favorit mereka di Babak Showcase.

Sedangkan untuk penerimaan rating acara dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan direktur program dan produksi RCTI yaitu ibu Endah Hari Utami dari perolehan rating yang tinggi berpengaruh terhadap pemasukan iklan di RCTI khususnya untuk program Indonesian Idol dan hal ini mengakibatkan kondisi keuangan RCTI meningkat drastis. Kondisi stabilitas keuangan dan keamanan karyawannyapun terjamin dengan baik. Hal ini akan meningkatkan antusiasme karyawan RCTI dalam membuat suatu program unggulan yang lain yang lebih bermutu. Selain itu dapat dipastikan bahwa RCTI menjadi salah satu media yang paling berpengaruh di masyarakat apalagi dengan adanya acara yang berbeda dari program televisi yang lain dan siap bersaing dengan media televisi yang ada di Indonesia. Kekuatan RCTI dalam mempengaruhi pasar begitu kuat, dimana hal ini ditunjukkan dengan makin beragamnya acara-acara yang sengaja dipilih dan disajikan oleh RCTI kepada masyarakat dengan program yang menghibur, inovatif, kreatif dan tentu saja berkualitas seperti program Indonesian Idol. Selain itu Indonesian Idol di RCTI adalah salah satu program unggulan RCTI yang berhasil merebut simpati publik. Dan hal ini tentu saja akan ditindak lanjuti oleh pihak RCTI untuk membuat ini berlanjut dan diharapkan program lanjutan ini pun akan berdampak positif dan tetap meraih simpati publik seperti sebelumnya

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian program ajang pencarian bakat “Indonesian Idol” Di televisi Dalam Perspektif Ekonomi Politik Media” yang telah dilakukan di RCTI dan terkait dengan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan direktur program dan produksi RCTI yaitu ibu Endah Hari Utami dapat diambil kesimpulan yaitu : Perolehan rating untuk program acara Indonesian Idol di RCTI ini selalu menduduki peringkat teratas dibanding program acara yang lain, hal ini tentu saja berpengaruh terhadap kondisi stabilitas keuangan di RCTI yang juga semakin meningkat karena banyaknya iklan yang masuk dan RCTI pun memiliki kekuatan untuk bertahan dan bahkan unggul dipasaran..

DAFTAR PUSTAKA

- Alo, L. (2018). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Remaja Offset.
- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda karya.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bhineka Cipta.
- Effendi., Uchjana, O. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendi., Uchjana, O. (2008). *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung: Alumni.
- Effendi., Uchjana, O. (2005). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya.
- Sulchan, Y. (2020). *Kamus Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: CV. Putra Karya.