

**KOMODIFIKASI POPULARITAS SELEBRITI DALAM
FILM DOKUMENTER “*ALL ACCESS TO ROSSA 25 SHINING
YEARS*”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

CLARISA KARUNIA DEVY

210900081

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2025

***COMMODIFICATION OF CELEBRITY POPULARITY IN THE
DOCUMENTARY “ALL ACCESS TO ROSSA 25 SHINING
YEARS”***

THESIS

***Submitted in one of fulfillment of the requirements for the Degree of
Communication Science***



Compiled by :

CLARISA KARUNIA DEVY

210900081

***COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA***

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 28 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



(Clarisa Karunia Devy)

210900081

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Clarisa Karunia Devy
NIM : 210900081
JUDUL : Komodifikasi Popularitas Selebriti Dalam
Film Dokumenter “*All Access To Rossa 25
Shining Years*”
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Juli 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I



(Fitri Sarasati S.I.kom., M.Sc.)

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP



(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Clarisa Karunia Devy
NIM : 210900081
JUDUL : Komodifikasi Popularitas Selebriti Dalam
Film Dokumenter "*All Access To Rossa 25
Shining Years*"

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Jurnalistik

Jakarta, 27 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom)

Anggota Penguji I

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)

Anggota Penguji II

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP



(Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom)



(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Clarisa Karunia Devy

NIM : 210900081

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Jurnalistik

Komodifikasi Popularitas Selebriti Dalam Film Dokumenter “*All access to Rossa 25 shining years*”

Jumlah halaman : xiii + 107 Halaman + lampiran

Bibliografi : 30 Buku, 12 Jurnal, 2 Artikel Internet

ABSTRAK

Popularitas selebriti dalam media modern semakin dianggap sebagai komoditas dalam kerangka industri budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komodifikasi popularitas selebriti yang terdapat dalam film dokumenter “*All access to rossa 25 shining years.*”

Adapun teori dalam penelitian ini menggunakan teori budaya kritis yang dikemukakan oleh Theodor Adorno, yang digunakan untuk menghubungkan penggambaran dan penjabaran permasalahan yang terdapat pada scene film.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis dan metode analisis semiotika yang dikembangkan oleh John Fiske yang dimana dalam level semiotik terdapat tiga level : level realitas, level representasi dan level ideologi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dokumenter ini menampilkan proses komodifikasi pada tiga elemen : isi (konten kehidupan pribadi sebagai daya tarik utama), audiens (penonton yang dikonstruksi sebagai target pasar), dan pekerja (kru film yang dimobilisasi untuk mendukung citra selebriti).

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa film mengemas sosok selebriti sebagai komoditas dengan cara mengubah narasi kehidupan personal menjadi tontonan emosional dan inspiratif, yang bertujuan menarik perhatian penonton dan mendukung kepentingan pasar industri hiburan.

Kata kunci : Film Dokumenter, Komodifikasi, Budaya Kritis, Semiotika, Selebriti

Pembimbing I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom

Pembimbing II : Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Clarisa Karunia Devy
NIM : 210900081
PROGRAM STUDY : Communication Science
SPECIALIZATION : Journalism

Commodification Of Celebrity Privacy In The Documentary “All Access To Rossa 25 Shining Years”

Total pages : xiii + 107 Pages + attachment

Bibliography : 30 books, 12 journal, 2 internet articles

ABSTRACT

The popularity of celebrities in modern media is increasingly regarded as a commodity within the framework of the cultural industry. This study aims to analyze the commodification of celebrity popularity as depicted in the documentary film “All Access to Rossa: 25 Shining Years.”

The theory used in this study is Theodor Adorno's critical cultural theory, which is used to connect the depiction and explanation of the issues found in the film scenes.

This study uses a qualitative approach with a critical paradigm and a semiotic analysis method developed by John Fiske, in which there are three levels at the semiotic level: the level of reality, the level of representation, and the level of ideology.

The results of this study show that this documentary presents the process of commodification in three elements: content (personal life as the main attraction), audience (viewers constructed as the target market), and workers (film crew mobilized to support the celebrity's image).

The conclusion of this study indicates that the film packages the celebrity as a commodity by transforming the narrative of personal life into an emotional and inspirational spectacle, aimed at attracting audience attention and supporting the interests of the entertainment industry market.

Keyword : Documentary Film, Commodification, Critical Culture, Semiotics, Celebrity

Advisor I : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom

Advisor II : Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc