

ABSTRAK

Indonesian Idol adalah merupakan sebuah ajang pencarian bakat di bidang tarik suara, yang mana program ini sukses menarik hati para calon pesertanya sehingga acara tersebut selalu ditunggu – tunggu oleh khalayaknya. Audisi tersebut melahirkan penyanyi – penyanyi muda berbakat di Indonesia. Penelitian ini berjudul **‘Studi Fenomenologi Pada Pemaknaan Mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis di Universitas Telkom sebagai Peserta Audisi Indonesian Idol’** dengan objek penelitian mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis di Universitas Telkom. fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan pemaknaan mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis di Universitas sebagai peserta audisi *Indonesian Idol* dan menjabarkan motif para mahasiswa tersebut untuk menjadi peserta audisi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan pemaknaan mahasiswa Fakultas Komunikasi di Universitas Telkom, serta motif mereka sebagai peserta audisi *Indonesian Idol*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian mengungkapkan pemaknaan mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis pada audisi *Indonesian Idol*, merupakan ajang pencarian bakat paling bergengsi di Indonesia. Kemudian terdapat beberapa motif peserta untuk mengikuti audisi Indonesian Idol diantaranya, motif sosial, motif ingin tahu, dan motif harapan oleh para informan.

Kata kunci : Pemaknaan, Motif, *Indonesian Idol*, Fenomenologi

