

**BANALITAS SIMBOL KEAGAMAAN
DALAM SINETRON RELIGI:
Analisis Tayangan Sinetron “Bukan Islam KTP” di SCTV**

Siti Solikhati, Heddy Shri Ahimsa Putra, Heru Nugroho

Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang

Email: sholy_zain@yahoo.com, ahimsa_putra@yahoo.com, herunug@yahoo.com

Abstract

The banality of religious symbols used in television soap opera has caused the distortion on meaning, so that some values of religious teachings have moved away from its substance. By observing the religious soap opera entitled “Bukan Islam KTP”, the writer tries to find out how such banality happens. This piece of work finds out that, in this soap opera, verbal and non-verbal religious symbols have been constructed in such a way for the sake of market interest as well as for the benefits of the symbol creator. This aim is carried out by representing religious teaching using entertainment program.

Banalitas penggunaan simbol-simbol keagamaan dalam tayangan sinetron di televisi telah mengakibatkan pembelokan makna, sehingga ajaran agama telah bergeser dari substansinya. Tulisan ini bermaksud untuk menemukan bagaimana peristiwa banalitas tersebut terjadi, dengan meneliti tayangan sinetron religi “Bukan Islam KTP”. Dalam sinetron ini, simbol keagamaan yang bersifat verbal dan non-verbal dikonstruksikan sedemikian rupa untuk kepentingan pasar serta keuntungan produsen pesan, dengan menyajikan program keagamaan yang bersifat hiburan.

Keywords: Banality, religious symbol, soap opera.

A. Pendahuluan

Islam merupakan agama yang disampaikan menggunakan simbol-simbol yang bersifat permanen doktrinal. Secara doktriner, Islam bersifat elitis dalam arti bahwa secara normatif kompetensi untuk menyampaikan ajaran ini menjadi wilayah orang-orang yang dianggap memenuhi kriteria tertentu. Secara pragmatis proses penyebaran ajaran Islam tidak selamanya berbanding lurus dengan bagaimana Islam diwacanakan secara doktriner. Dalam praktiknya, penyebaran Islam dilakukan setelah melalui beberapa tahapan interpretasi.

Seiring dengan dinamika masyarakat serta perkembangan teknologi komunikasi penyebaran ajaran Islam tidak cukup jika hanya dilakukan dengan cara melalui tatap muka, tetapi memerlukan media. Salah satu media komunikasi modern yang banyak digunakan untuk menyebarkan ajaran ini adalah televisi. Ketika ajaran Islam disampaikan dengan menggunakan televisi, maka perubahan makna semakin kelihatan karena adanya proses banalisasi atau pendangkalan makna yang dilakukan stasiun televisi. Banalitas simbol-simbol keagamaan ini setidaknya bisa dilihat dalam tayangan keagamaan yang dikemas dalam bentuk hiburan, khususnya dalam bentuk program sinetron.

Bentuk banalisasi simbol-simbol keagamaan dalam sinetron bisa dilihat dari adanya proses simplifikasi serta pendangkalan dalam menjelaskan sebuah doktrin ajaran, penggunaan atribut keagamaan, eksploitasi ayat-ayat suci, penggunaan dialog, dan penyederhanaan sebuah *problem solving*. Taylor dan Harris menjelaskan bahwa ciri televisi dalam menayangkan program fiksi biasanya mengedepankan *meta-story* serta *ideological reduction* yang mengakibatkan terjadinya kebanalan¹. Jika dilihat dari teori ini, maka penyederhanaan dalam penggunaan simbol-simbol keagamaan dalam tayangan program sinetron di televisi merupakan sebuah konsekuensi logis dari praktek televisi.

Selanjutnya, jika hal ini dilihat dari perspektif ideologi media, maka banalitas ini nampaknya menjadi hal yang tak terhindarkan karena sebagai agen pelipat ganda mobilitas, televisi lebih cenderung untuk berorientasi bisnis ketimbang orientasi untuk melakukan pencerahan sosial. Ideologi kapitalis media ini kemudian memunculkan keprihatinan di kalangan umat Islam. Beberapa akademisi yang memiliki komitmen terhadap Islam seperti Amin Rais, Jalaludin Rahmat, Nurcohlis Madjid, dan Yudi Latif menyatakan bahwa sudah saatnya umat Islam memiliki media yang memadai sebagai

¹ P. A. Taylor and Harris, J. L. L., *Critical Theories of Mass Media: Now and Then*, (England: Open University Press, 2008), hlm. 163.

wahana komunikasi umat dan bisa memberikan pencerahan kepada umat². Masalah yang kemudian dipersoalkan adalah, apakah media itu semestinya secara spesifik menggunakan label “media Islam” atau media islami. Label khusus sebagai “media Islam” yang didefinisikan sebagai proses meliput, mengolah, dan menyebarkan luaskan berbagai peristiwa kepada khalayak yang secara normatif berbeda dengan media pada umumnya, akan menyebabkan media terjebak pada eksklusifisme, dan kurang *marketable*.

Menurut Donnan, porsi siaran tentang Islam di televisi Indonesia tidak jauh berbeda dengan yang diberikan pada tayangan Islam di negara-negara barat, dimana Islam adalah agama minoritas³. Dalam prakteknya, televisi suka bermain-main dalam ranah representasi atas realitas dalam menggambarkan Islam dengan mengambil contoh tayangan pada bulan ramadhan yang direpresentasikan menggunakan simbol-simbol yang kasat mata yang menunjukkan citra keislaman.

Televisi merupakan media yang penting bagi masyarakat Indonesia, baik sebagai sumber informasi maupun hiburan. Kebutuhan masyarakat akan televisi merupakan peluang bagi media tersebut untuk memasarkan produk-produknya yang berupa informasi. Besarnya kecenderungan televisi dalam komersialisasi informasi ditengarai oleh Wardhana sebagai salah satu karakter televisi Indonesia, terutama sejak munculnya stasiun swasta pada tahun⁴. Dalam aspek kultural, masyarakat memiliki karakter sebagai turis budaya, oleh karenanya televisi berusaha untuk memasukkan sebanyak mungkin unsur kebudayaan yang menjadi kebutuhan penontonnya, termasuk di dalamnya budaya dalam beragama.

Penonton memiliki cara tersendiri untuk mencari kesenangan, dan televisi menangkap peluang ini dengan menghadirkan program yang populer untuk menggaet sebanyak mungkin pemirsa sebagai pencarian kultural (*cultural pursuit*) sehingga bisa meyakinkan pengiklan⁵. Dalam pasar televisi yang kapitalis, aspek kebudayaan masyarakat hanya berperan sebagai obyek jual dan kemudian dipertimbangkan sebagai bahan materi tayangan. Pada saat popularitas di mata masyarakat sudah terpenuhi, maka secara tidak langsung popularitas di mata pengiklan juga tercapai dan ideologi kapitalisme semakin terkuatkan. Konsep popularitas

² I. S Ibrahim, *Media dan Citra Muslim, dari Spiritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), hlm. 44

³ H. Donnan, *Interpreting Islam*, (London: Sage, 2002), hlm. 3.

⁴ V. Wardhana, *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), hlm. 350.

⁵ G. Burton, *Membicarakan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi* (terj. Laily Rahmawaty), (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 96.

serta ideologi kapitalis semakin melengkapi klaim yang mengatakan bahwa televisi merupakan salah satu bentuk budaya populer, yang dalam catatan Storey, telah muncul pada awal abad 20-an⁶. Berdasarkan tesis Storey ini, maka dalam wacana budaya populer, televisi bukan hanya dianggap semata-mata sebagai '*agent of social changes*' tetapi juga sudah menjadi 'bagian' dari budaya populer itu sendiri.

Untuk mengetahui popularitas program, televisi memiliki tingkat ketergantungan yang relatif tinggi terhadap hasil rating. Untuk menarik perhatian penonton, meskipun untuk menghadirkan pesan-pesan keagamaan yang sifatnya *sacred*, secara logis televisi lebih banyak berkiblat pada ideologi kapitalis. Pada umumnya, pesan-pesan keagamaan yang disampaikan televisi melalui sinetron yang menggunakan simbol-simbol keagamaan bersifat banal. Penyederhanaan jenis pesan-pesan keagamaan ini dibuat dengan tujuan pesan yang disampaikan lebih mudah dicerna dan dipahami oleh pemirsa, sehingga pemirsa mendapat hiburan yang bernilai religius.

Banalitas dalam penggunaan simbol-simbol keagamaan terlihat pada sinetron "Bukan Islam KTP" yang ditayangkan SCTV. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat lebih lanjut tentang terjadinya banalisasi simbol-simbol keagamaan yang merupakan permasalahan pokok dalam kajian ini. Untuk selanjutnya, permasalahan pokok tersebut dijabarkan dalam fokus yang lebih rinci sebagai berikut: (1) untuk mengetahui bentuk-bentuk banalitas simbol keagamaan, (2) untuk melihat terjadinya banalisasi simbol keagamaan, serta (3) serta untuk mengetahui ideologi yang bermain di balik banalisasi simbol-simbol keagamaan.

B. Kerangka Konseptual

1. Simbol

Secara terminologis, kata simbol sering menimbulkan pengertian yang berbeda-beda. Dalam kamus Collin Cobuild, simbol didefinisikan sebagai: (1) "*a shape or design that used to represent something such as an idea*", (2) "*something that seems to represent society or aspects of life, because it is very typical of it*". Sedangkan dalam istilah sosiologi kata simbol didefinisikan sebagai: (1). "*A sign, in which the connection between*

⁶ J Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode* (terj. Laily Rahmawati), (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), hlm. 11.

⁷ C Cobuild, *English Language Dictionary*, (London: Collin Publisher, 1987), hlm. 1482

the meaning and the sign is conventional rather than natural", (2). "An indirect representation of an underlying meaning, syndrome, etc, as for example, in religious symbolism and ritual"⁸.

Karena hubungan antara makna dan tanda lebih bersifat konvensional, maka sebuah simbol tidak selamanya mengandung makna universal, tetapi pemaknaan terhadap simbol tergantung pada komunitas masyarakat dimana simbol tersebut digunakan. Menurut Berger, sebuah simbol bisa dianggap bersifat konvensional karena seringkali manusia menafsiri simbol-simbol tersebut dan mengasosiasikan serta menerapkannya dalam budaya mereka sendiri⁹.

2. Simbol Kegamaan

Dalam penelitian yang dimaksud dengan 'simbol keagamaan' adalah semua atribut, gejala, dan atau penanda yang digunakan manusia untuk menunjukkan keberadaan serta ciri tertentu suatu agama. Dalam teori sosial, disebutkan: "*Religious symbols may embody or condense moods, feelings and values, but symbols may also refer to specific places, persons or events in history*"¹⁰. Dengan melihat klasifikasi tentang pemaknaan manusia terhadap nilai-nilai simbolik, maka realisme simbolik dalam agama sering dihadapkan dengan praktek keagamaan yang dianut oleh kelompok pengguna agama, karena dalam kenyataannya praktek keagamaan yang berkembang dalam masyarakat bisa bervariasi sesuai dengan kelompok atau kelas sosial. Selanjutnya Turner menjelaskan bahwa kelompok yang menamakan diri sebagai 'kelompok rasional' seperti masyarakat Amerika Serikat, misalnya, lebih mengutamakan sisi praktek keagamaan dibanding aspek simbolik agama¹¹. Sementara pada masyarakat yang lain, praktek keagamaan bisa berjalan dengan cara yang berbeda sesuai dengan pola persepsi masyarakat tersebut terhadap nilai-nilai simbolik agama.

Dalam kaitannya dengan simbol keagamaan, Geertz¹² mengatakan bahwa agama adalah: "*1) a system of symbols which acts to 2) establish powerful, pervasive, and long-lasting moods and motivations in men by 3) formulating conceptions of a general order of existence and 4) clothing these*

⁸ D.Jary, and Jary, J, *Collins Dictionary of Sociology*, (Harper Collin: Great Britain, 1991), hlm. 645.

⁹ P.Berger, and Luckman, T, *The Social Construction of Realit*, (USA: Penguin, 2010), hlm. 29

¹⁰ V.Turner, *The Forrest of Symbols*, (London: Cornell, 1966), hlm. 56.

¹¹ Ibid.

¹² C.Geertz, *The Interpretation of Culture*, (New Yorks: Basic Book3, 1973), hlm. 90.

conceptions with such an aura of factuality that 5) the moods and motivations seem uniquely realistic”.

Menurut Berger “simbol keagamaan selalu berada pada puncak gunung dari peristiwa bersejarah, legenda-legenda dan sebagainya dan memiliki kekuatan untuk mengarahkan pikiran” manusia¹³. Sementara Geertz menekankan bahwa pada hakekatnya agama pasti menawarkan suatu pedoman hidup yang unik dan realistis bagi manusia, yang dirasakan dan dipersepsi secara berbeda antara satu kebudayaan dengan kebudayaan yang lain. Dengan adanya keunikan dan kerealistikan ini, maka bisa saja sebenarnya seseorang tidak menjadi religius, tetapi karena dia hendak menemukan suatu makna hakiki, maka dia akan menggunakan simbol-simbol agama.

Mengenai simbol keagamaan dalam Islam, Ridwan menjelaskan bahwa simbol-simbol tersebut merupakan sumber tekstual yang pada hakekatnya bersifat permanen-doktrinal yang tidak bisa dirubah sesuai dengan perspektif para penafsir agama¹⁴. Adapun berkenaan dengan dinamika penafsiran terhadap simbol-simbol keagamaan di dalam Islam, Piliang menjelaskan bahwa untuk mengkaji hal-hal tersebut, maka diperlukan sebuah pemahaman bahwa agama memang menggunakan dua bentuk tanda, yaitu (1) tanda-tanda yang wajib diterima secara ideologis sebagai hal yang bersifat transenden, dan (2) tanda-tanda yang telah diterima secara sosial meskipun sesungguhnya tanda-tanda tersebut masih terbuka lebar bagi ruang interpretasi¹⁵. Keaneka ragam cara persepsi dan cara interpretasi terhadap simbol-simbol keagamaan yang bersifat permanen menjadi salah satu penyebab munculnya beberapa aliran keagamaan dalam Islam baik yang berupa ormas maupun yang berupa jamaah.

3. Representasi Agama di Televisi

Televisi diidentifikasi sebagai media komunikasi yang bersifat transitoris karena karakter dari volume materi yang ditawarkan kepada konsumen serta informasi yang sifatnya tidak permanen dan adanya proses perekaman dalam kegiatan tayangnya¹⁶. Meskipun informasi yang

¹³ Berger, *loc. cit*

¹⁴ N. K Ridwan, , *Agama Borjuis: Kritik Atas Nalar Islam Murni*, (Yogyakarta: Ar Ruzz, 2004), hlm. 132.

¹⁵ Y.A Piliang, , *Post Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*,(Yogyakarta: Jalasutra, 2010), hlm. 308.

¹⁶ Burton, *op cit*, hlm: 21

disampaikan bersifat tidak permanen, namun karena televisi memiliki karakter *visual auditif* maka tidak menutup kemungkinan bahwa pesan-pesan yang disampaikan bisa menimbulkan efek tertentu bagi pemirsanya. Dengan mengambil teori madzab Frankfurt tentang 'selera konsumen', maka bisa dikatakan bahwa efek yang ditimbulkan oleh televisi sesungguhnya bukan semata-mata terletak pada jenis dan sifat pesan yang disampaikan tetapi lebih pada pola konsumsi yang dimiliki masyarakat.

Televisi hanyalah salah satu dari banyak media yang menawarkan hiburan dan informasi yang memiliki hubungan interaktif dengan industri hiburan (*production house*) dan institusi informasi yang lain. Disamping fungsi hiburan, secara normatif televisi memiliki fungsi lain berupa pendidikan, fungsi persuasif, fungsi informasi, fungsi kontrol sosial, dan fungsi sebagai pewaris budaya. Fungsi-fungsi ini secara umum termanifestasikan dalam bentuk beberapa program seperti talk-show, iklan layanan masyarakat dan iklan komersil, berita, film dokumenter, film fiksi, serta program budaya. Meskipun demikian, program-program yang ditayangkan televisi bisa saja bersifat overlap, misalnya, terjadinya campur aduk antara fungsi informasi dan fungsi hiburan yang dalam prakteknya kadangkala materi hiburan yang disampaikan televisi bisa bersifat informatif, dan sebaliknya materi informasi bisa bersifat hiburan sehingga tidak mudah untuk membedakan antara pesan informasi dan pesan hiburan. Sifat *entertaining* televisi pada umumnya terdapat pada televisi swasta yang memang memiliki karakter menonjol di bidang ini dengan lebih banyak menawarkan program yang bersifat hiburan, sehingga pesan-pesan informatif pun lebih sering dikemas dalam bentuk hiburan.

Dalam wacana perubahan sosial, televisi sering dipandang sebagai media yang mampu 'merubah' wajah dunia. Anggapan ini agak berlebihan karena sesungguhnya perubahan perubahan sosial tidak berjalan secara revolutif tetapi bersifat evolutif – gradatif, serta tidak semata-mata disebabkan oleh substansi materi yang disampaikan televisi melainkan oleh pola konsumsi serta pola interpretasi konsumen. Pada struktur masyarakat kapitalis, peran televisi di masyarakat bisa dilihat dari sisi: (1) informasi budaya, tentang apa yang disampaikan kepada masyarakat dan apa yang tidak disampaikan kepada masyarakat, dan (2) bagaimana pola konsumsi masyarakat.

Sejalan dengan berkembangnya tuntutan akan perlunya media guna mengembangkan ajaran agama, maka televisi merupakan alternatif yang sulit untuk dihindarkan. Konsekuensi dari perlunya televisi dalam kegiatan pengembangan ajaran Islam ini adalah bahwa kegiatan keagamaan yang bersifat *privat* dan *sacred* secara tak terhindarkan lagi harus memasuki

wilayah publik dan profan. Ibrahim menekankan bahwa ekspresi sikap keberagaman umat Islam di Indonesia telah benar-benar menemukan aktualisasinya dalam ruang publik melalui media massa¹⁷. Namun demikian semua ekspresi simbol-simbol keagamaan yang ditransformasikan lewat media massa tersebut pada dasarnya bukan lagi merupakan representasi bentuk murni dari simbol-simbol doktriner agama melainkan lebih merupakan hasil konstruksi sosial yang bertarung dalam praktik kinerja media. Hal ini bisa dipahami karena kehadiran simbol-simbol keagamaan dalam tayangan televisi tidak bisa dibatasi hanya pada wilayah yang bersifat *sacred* saja. Dalam konteks tertentu, ini mengindikasikan bahwa menggunakan simbol-simbol keagamaan dalam tayangan televisi bukan pekerjaan yang sederhana, karena simbol-simbol tersebut tidak semata-mata digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan semata, namun juga untuk kepentingan sosial serta media itu sendiri.

Ketika simbol keagamaan direpresentasikan dalam bentuk pesan di media massa, maka ia memberi kesempatan kepada siapa saja untuk melakukan penafsiran dan pemaknaan. Proses penafsiran ini tentu saja berbeda-beda antara satu orang dengan yang lainnya, sebagai akibat dari perbedaan kerangka acuan dan sistem kepercayaan. Disamping itu, proses penafsiran terhadap pesan-pesan keagamaan juga dipengaruhi oleh bagaimana proses pesan yang bersifat simbolik itu diproduksi. Proses penafsiran simbol-simbol keagamaan yang dilakukan melalui beberapa tahap mengakibatkan wacana penafsiran simbol keagamaan sebagai bentuk pesan media menjadi semakin kompleks, karena proses yang dilaluinya memungkinkan terjadinya bias. Perubahan wacana serta perubahan bentuk simbol-simbol keagamaan ini semakin beragam sebagai akibat campur tangan media massa dalam proses penyebaran pesan-pesan keagamaan.

4. Banalitas Televisi

Banalitas berasal dari kata *banal* yang bisa diartikan sebagai “*a situation that is so ordinary and unoriginal, that it is not at all effective or interesting*”¹⁸ yang bisa dimaknai sebagai situasi yang sangat umum dan tidak asli, yang sama sekali tidak efektif dan tidak menarik. Dalam sebuah proses komunikasi, banalitas bisa juga dimaknai sebagai proses pendangkalan makna terhadap substansi pesan komunikasi sebagai akibat

¹⁷ Lihat dalam catatan Ibrahim, I. S. *Media dan Citra Muslim, dari Spiritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog*.

¹⁸ Cobuild, *op cit*, hlm: 98.

adanya rekayasa informasi dan teknologi media yang disebabkan tumpang tindihnya berbagai kepentingan dari pihak pembuat pesan, baik yang berupa kepentingan estetika, kepentingan politik, maupun kepentingan ekonomi. Berdasarkan pemahaman tersebut di atas, maka peristiwa banalisasi bisa membelokkan makna sesungguhnya dari sebuah pesan komunikasi.

Jika banalitas ini dikaitkan dengan isi tayangan televisi yang ada di Indonesia, maka rekayasa informasi ini setidaknya bisa ditunjukkan dalam beberapa aspek tayangan yang telah diwarnai oleh beberapa kepentingan, misalnya kepentingan politik, seni dan estetika, kepentingan pasar, agama, serta kepentingan hiburan. Bentuk-bentuk kebanalan ini di satu sisi bermanfaat untuk mempermudah konsumen media dalam menerima substansi pesan, tetapi di sisi lain bisa mengakibatkan pendangkalan makna pesan komunikasi.

Menurut Taylor dan Harris¹⁹ banalitas televisi adalah ungkapan yang digunakan untuk merujuk pada kemasam besar-besaran bidang isi media dengan menggunakan teknik tinggi dalam proses produksi pesan, tetapi programnya tidak dirancang dengan baik. Taylor dan Harris menganggap banalitas televisi sesungguhnya menggambarkan manifestasi kebudayaan dari *medium is the message* yang diungkapkan McLuhan, serta Baudrillard bahwa media pada melakukan sebuah rekayasa komunikasi, dimana pengungkapan simbol yang penuh makna menjadi kurang penting dibandingkan dengan teknik transmisi tanda. Dengan rekayasa ini, maka media telah menciptakan hal-hal yang sebenarnya bukan komunikasi.

Penelitian yang berkaitan dengan penggunaan simbol keagamaan telah dilakukan Lagerway (2009), yang mengkaji tentang tayangan drama keagamaan pada televisi Amerika periode 2000-2009. Adapun yang dijadikan fokus kajian adalah bagaimana tema-tema keagamaan serta karakteristik agama berinteraksi dengan beberapa aspek pada produksi tayangan televisi dengan menggunakan simbol verbal dan non-verbal seperti genre tematik, sindiran terhadap kaum selebriti, kehadiran isu ras dalam agama, dan representasi gender²⁰. Sedangkan penelitian Robinson (1990) yang mengambil 260 serial fiksi di televisi menemukan adanya perbedaan pencitraan terhadap tokoh agama Kristen (yang digambarkan dalam sisi negatifnya) dan tokoh agama Katolik (digambarkan secara lebih positif). Pembedaan ini dilakukan menggunakan

¹⁹ P. A. Taylor, and Harris, J. L. L., *op cit*, hlm: 156.

²⁰ J. Lagerwey, *Are You There, God? It's Me TV: Religion in American TV Drama 2000-2009*. Unpublished Dissertation, 2009.

simbol non-verbal dengan menampilkan sosok lelaki berkulit putih yang jujur dan rendah hati²¹.

C. Analisis Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

Sinetron “Bukan Islam KTP” yang ditayangkan pada pukul 18.30 di SCTV terdiri dari 20 episode yang dikemas dalam bentuk komedi. Kehidupan keberagaman seseorang sesungguhnya tidak hanya diwujudkan dalam bentuk simbol dan atribut, tetapi juga dalam bentuk sikap dan perilaku religius. Oleh karena itu untuk menggambarkan Islam secara kontekstual, perlu dilakukan kajian yang teliti mengenai penggunaan simbol-simbol keagamaan tersebut. Dalam penelitian ini, simbol-simbol Islam dibedakan menjadi dua kelompok yaitu (1) simbol secara normatif yang dibatasi pada keberadaan ayat al Qur'an serta hadits nabi, dan (2) simbol secara kultural akibat pola tafsir dan konstruksi sosial yang berupa sikap dan perilaku beragama pemeluk Islam serta atribut keagamaan yang digunakan oleh umat Islam.

Untuk memahami bagaimana simbol-simbol keagamaan diperlukan sebuah studi kritis yang menurut Burton²² bisa dilakukan dengan menggunakan beberapa konsep kunci, yaitu dengan melihat pada ideologi, konsep komodifikasi, representasi, dan modus penyampaian pesan. Secara khusus penelitian ini akan menggunakan teori CDA yang dikemukakan Fairclough²³, untuk melihat bahasa sebagai praktik kekuasaan karena bahasa dianggap sebagai penghubung dalam setiap elemen sosial kemasyarakatan melalui domain ideologis untuk mengukuhkan wilayah kekuasaan.

2. Ringkasan Cerita Sinetron dan Analisis Data Penelitian

Sinetron mengisahkan petualangan seorang pengusaha kaya bernama Mualim Sholeh yang menyamar sebagai penjual buku-buku Islam dengan berkeliling desa yang dikenal sebagai sarang preman, dengan tujuan menjalankan ‘bisnis akherat’. Mualim Sholeh mempunyai karakter nyentrik (unik), baik dari cara berbusana maupun cara berbicara. Dia

²¹ J. D Robinson, , “The Image of Christian Leaders in Fictional Television Programs”. In *Sociology of Religion: A Quarterly Review*. Vol 55. No 1. Spring 1994. Pp: 75-84.

²² Burton, *op cit*, hlm: 37.

²³ N.Fairclough, *Media Discourse*, (London: Edward Arnold, 1995), hlm. 56.

muncul secara tiba-tiba setiap terjadi perselisihan antara warga kampung, serta selalu memergoki ketika ada warga yang melakukan perbuatan tidak benar. Pada kesempatan yang demikian Mualim Sholeh memberi nasehat dengan cara memberi sindiran pedas, yang oleh warga disebut dengan istilah 'njedotin'.

Konflik-konflik kecil yang menjadi tema dominan terjadi dalam masyarakat, baik konflik yang bersifat internal dalam keluarga maupun konflik antar anggota masyarakat. Pada setiap konflik antar elemen masyarakat, Mualim Sholeh selalu datang secara diam-diam dan memberi nasehat dengan cara yang sinis sambil tertawa, sehingga fihak yang salah selalu merasa "dijedotin". Para preman, pecandu narkoba, serta penjudi yang pada umumnya ditakuti oleh warga masyarakat setempat bisa menjadi ketakutan karena merasa terancam dengan kalimat-kalimatnya.

Meskipun sinetron ini mencoba untuk menampilkan seluruh aspek kehidupan di kampung, namun dari keseluruhan isinya bisa dilihat bahwa dimensi yang akan ditonjolkan adalah frekuensi pertemuan antara pemeran antagonis dengan pemeran protagonist, yang secara purposif merupakan wacana adu argumen tentang pengamalan hidup beragama. Penyelesaian semua persoalan dituntaskan pada episode terakhir dengan ending yang sudah bisa diduga, yaitu keberhasilan sang tokoh dalam 'bisnis akhirat'nya.

Untuk memudahkan dalam pemaparan data yang berkaitan dengan banalitas penggunaan simbol-simbol keagamaan, penulis menggolongkan penggunaan simbol tersebut dalam bentuk tabel 1 dan tabel 2.

Tabel 1
Banalitas dalam Penggunaan Simbol Verbal

Peristiwa banalisasi simbol verbal terletak pada kesewenangan media dalam menggunakan istilah-istilah keagamaan yang digunakan untuk merujuk kepada makna tertentu. Kesewenangan tersebut menunjukkan adanya kekuasaan media sebagai pihak *symbol creator* yang memiliki kompetensi serta kekuatan untuk mewacanakan makna sebagaimana menjadi preferensi media. Sedangkan pihak penonton dalam hal menjadi penerima pesan yang tidak memiliki kekuatan untuk terlibat dalam wacana simbol. Secara sederhana banalitas dalam mewacanakan simbol verbal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Simbol Verbal	Makna Terminologis	Fungsi Simbol	Penggunaan dalam Sinetron
<i>Asalamu 'alaikum Wa 'alaikum salam</i>	Semoga keselamatan ada pada anda	Untuk mendoakan keselamatan kepada seseorang dalam berkomunikasi baik secara tatap muka, melalui surat, maupun melalui telephon.	Untuk membuka dan menutup pembicaraan, baik langsung maupun melalui media. Antagonis: menggunakannya dengan penekanan/ intonasi nada marah, sambil berlalu
<i>Astaghfirullahal 'adzim</i>	Aku memohon ampun kepada Allah yang maha agung	Sebagai ekspresi rasa penyesalan ketika seseorang menyadari telah berbuat kesalahan	Protagonis: ekspresi wajah menyesal. Antagonis: ekspresi kesal, nada marah, sinis (mengejek)
Shadaqah	Pemberian	Pemberian kepada orang lain dengan cara yang ikhlas	Untuk mengukuhkan status sosial yang lebih tinggi
Tausiyah	Nasehat	Untuk menasehati orang lain agar berucap, bersikap, dan berperilaku sesuai dengan ajaran agama.	Digunakan penjudi untuk merujuk pada kegiatan ceramah keagamaan atau pengajian
<i>Allahu akbar</i>	Allah maha besar	Ungkapan kagum atas kebesaran yang maha kuasa	Antagonis: nada kasar, ekspresi wajah marah, suara tinggi
<i>Ya Allah ya Rabb</i>	Ya Allah, ya tuhan	Sebagai seruan dan pengaduan kepada	Antagonis: mengucapkan dengan nada

Simbol Verbal	Makna Terminologis	Fungsi Simbol	Penggunaan dalam Sinetron
		tuhannya	kesal, suara tinggi, ekspresi wajah marah
Da'i	Orang yang memanggil	Sebagai sebutan bagi orang yang memiliki profesi menyebarkan ajaran agama kepada orang lain	Dianggap sebagai profesi yang bisa memperoleh keuntungan ekonomis
<i>Laa haula wala quwwata ilaa billah</i>	Tidak ada daya dan tidak ada kekuatan kecuali karena Allah	Sebagai ungkapan pasrah manusia yang tidak memiliki kekuatan kecuali atas pertolongan tuhannya	Antagonis: mengucapkannya dengan nada kesal ketika sedang berebut makanan dan minuman
Haji	Rukun Islam yang ke lima	Untuk menyebut orang yang sudah melak	Sebagai penguatan status sosial dan nilai unggul atas orang lain, sebagai legitimasi penguasaan agama
<i>Allahu a'lam</i>	Allah yang mengetahui	Untuk merujuk pada situasi manusia yang tidak memiliki kemampuan untuk mengetahui sesuatu hal	Diucapkan sambil tertawa (meledek) orang yang merasa lebih tahu. Sebagai alibi (alasan) atas kelalaian

Tabel 2
Banalitas dalam Penggunaan Simbol Non-Verbal

Gejala adanya kekuatan bahasa yang terlihat dalam penggunaan simbol non-verbal yang menimbulkan wacana serta makna tertentu dalam sinetron ini bisa dilihat dalam bentuk penyederhaan simbol yang menunjukkan stereotip dalam penggunaannya. Bentuk busana, misalnya, digunakan untuk menciptakan image tertentu yang melambangkan sebuah stereotip kultural. Gejala-gejala tersebut bisa dilihat dalam contoh tabel berikut;

Bentuk Simbol	Substansi Simbol	Penggunaan Simbol
Baju koko	Salah satu bentuk busana laki-laki yang biasanya dikenakan oleh orang Islam	Dikenakan pelakon pria saat melakukan shalat serta kegiatan keagamaan, seperti membersihkan mushala dan mencari sumbangan untuk pembangunan mushala. Dua orang pelakon memakai baju koko sebagai pakaian harian.
Peci	Kelengkapan busana laki-laki, dan sebagai atribut kelengkapan busana masyarakat Betawi	Digunakan ketika pelakon pria sedang melakukan ibadah shalat dan kegiatan di mushala. Tiga orang pelakon (Munali, Muallim Sholeh, dan Muja) menggunakan peci sebagai asesoris pakaian harian.
Baju gamis	Busana dalam bentuk jubah, bisa dikenakan oleh laki-laki maupun perempuan	Digunakan sebagai pakaian kebesaran yang dipakai sehari-hari, untuk menunjukkan bahwa sang pemakai memiliki status sosial yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Gamis juga dipakai pelakon perempuan
Tasbeah	Untaian butiran batu, kayu, atau plastik, yang digunakan sebagai alat hitung dalam wirid.	Digunakan sebagai asesoris yang dibawa setiap dia muncul dalam masing-masing adegan.

Bentuk Simbol	Substansi Simbol	Penggunaan Simbol
Air zam-zam	Air dari Mekah, biasanya digunakan sebagai oleh-oleh umrah atau haji	Antagonis: sebagai alat untuk mendapatkan penghormatan dari warga kampung yang ingin mendapatkan berkah haji.
Surban	Kain penutup kepala serta sebagai asesoris pria.	Digunakan sebagai asesoris harian yang diselempangkan di atas pundak. Digunakan sebagai identitas busana bagi laki-laki yang sudah haji serta ustad

3. Temuan Penelitian

Sinetron yang berjudul “Bukan Islam KTP” merupakan tayangan keagamaan yang dikemas dalam bentuk komedi-religi yang menonjolkan aspek hiburan. Ajaran-ajaran agama Islam yang bersifat normatif dan doktrinal dikemas dalam dialog yang ringan dan menghibur, serta menggunakan simbol-simbol keagamaan yang absurd. Sebagai akibat dari pengemasan pesan-pesan keagamaan dalam format hiburan di stasiun televisi ini adalah terjadinya peristiwa banalisasi atau pendangkalan substansi pesan yang termanifestasikan dalam bentuk penggunaan simbol-simbol keagamaan, baik yang berupa simbol verbal maupun simbol non-verbal.

Setelah melakukan kajian terhadap sinetron ini, penulis menemukan empat wilayah terjadinya banalitas dalam penggunaan simbol-simbol keagamaan yang bisa dijelaskan sebagai berikut:

a. Banalitas yang terjadi pada simbol verbal.

Peristiwa banalisasi dalam penggunaan simbol verbal terjadi dalam tiga ranah yaitu dalam penggunaan terminologi agama, dalam pengutipan ayat Al Qur'an, dan dalam pengucapan terjemah ayat Al Qur'an ke dalam bahasa Indonesia.

- 1) Banalitas dalam penggunaan terminologi agama, ada beberapa istilah yang digunakan dengan cara yang tidak sesuai dengan makna serta fungsi simbol yang sesungguhnya. Ketidak sesuaian ini termanifestasikan dalam cara pengucapan serta intonasi suara, misalnya kalimat *assalamu 'alaikum* yang secara terminologis bermakna sebagai ucapan dan doa selamat yang diberikan kepada

lawan bicara di dalam sinetron ini digunakan dalam konteks yang berbeda-beda. Kalimat salam terkadang diucapkan dengan nada tinggi dan kasar, serta menggunakan kalimat yang tidak lengkap. Dengan cara penggunaan simbol ini, maka kalimat salam dikonstruksikan sebagai simbol kultural yang fungsinya bukan sebagai do'a keselamatan bagi lawan bicara, tetapi sebagai kalimat untuk membuka dan menutup pembicaraan. Kalimat yang berbunyi *astaghfirullahal adzim* secara terminologis bermakna "aku memohon ampun kepada Allah yang maha agung" digunakan dalam konteks yang berbeda oleh para pelakon, sesuai dengan karakter yang diperankan. Kalimat ini direpresentasikan dalam tiga macam ekspresi yaitu ekspresi penyesalan, ekspresi kemarahan, dan ekspresi pelecehan. Ekspresi penyesalan direpresentasikan melalui pelakon protagonist, sedangkan ekspresi yang menunjukkan kemarahan serta pelecehan direpresentasikan melalui karakter antagonis. Terminologi agama yang berupa kalimat *Allahu akbar* yang bermakna Allah Maha Besar digunakan dalam konteks dan tujuan yang berbeda-beda. Perbedaan dalam penggunaan kata ini bisa dilihat pada karakter pemeran yang menggunakan, cara penggunaan yang meliputi intonasi suara serta ekspresi wajah, tujuan penggunaan, dan setting penggunaan. Pengucapan kata *Allahu akbar* oleh pemeran protagonis dilakukan dengan ekspresi wajah yang menunjukkan rasa kekaguman serta nada suara (intonasi) yang lembut. Sedangkan pemeran antagonis mengucapkan kata ini dengan nada suara keras, serta ekspresi wajah kesal (marah). Simbol verbal yang berupa kalimat *ya Allah ya Rabb* yang secara normatif digunakan sebagai ekspresi kepasrahan seorang hamba untuk tuhan, tetapi dalam sinetron ini digunakan untuk mengekspresikan rasa kejengkelan dan kemarahan terhadap orang lain. Sedangkan kalimat yang berbunyi *laa haula wa laa quwwata illa billah* yang secara terminologis memiliki arti 'tidak ada daya dan kekuatan kecuali hanya milik Allah' merupakan ekspresi sebuah kepasrahan manusia terhadap kemaha-kuasaan Allah, di dalam sinetron ini digunakan dalam konteks dan fungsi yang berbeda dengan fungsi normatifnya.

- 2) Banalitas dalam penggunaan ayat Al Qura'an dan terjemah ayat. Simbol verbal yang berupa ayat-ayat Al Qur'an digunakan secara mentah dalam konteks duniawi dan bersifat fisik. Misalnya konteks kata adzab dimaknai secara dangkal dengan mencontohkan rasa malu sebuah keluarga yang sedang bertengkar memperebutkan uang di depan warga lain.

- 3) Banalitas simbol verbal dalam pengucapan terjemah ayat Al Qur'an surat an Nisa ayat 37 yang berakibat pada pembelokan makna. Ayat yang artinya: "(adalah) orang-orang yang sombong dan menyuruh orang lain berbuat kikir, dan menyembunyikan karunia yang telah Allah berikan kepadanya. Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir, adzab yang menghinakan" disampaikan dalam kalimat: "Orang-orang yang sombong adalah orang-orang yang kikir dan memerintah manusia berbuat keji, dan menyembunyikan karunia Allah yang diberikan kepada mereka, dan kami telah menyediakan bagi orang-orang kafir siksa yang menghinakan".

b. Banalitas pada penggunaan simbol keagamaan non verbal

Banalitas pada penggunaan simbol keagamaan non verbal termanifestasikan dalam dua wilayah yang berkaitan dengan busana dan asesoris yang dikenakan pelakon.

- 1) Penggunaan simbol busana yang dikenakan pelakon dalam sinetron ini menghadirkan realitas busana muslim yang semu. Kesemuannya ada kaitannya dengan konsep estetika media yang menganggap bahwa estetis bermakna indah, bagus, dan mewah. Busana yang bagus dan mewah digunakan sebagai busana harian yang dikenakan di semua tempat, seperti ketika sedang memasak di dapur, mencuci piring, dan mengajar mengaji. Wacana yang muncul pada penggunaan simbol busana ini adalah bahwa seorang wanita cantik dan orang kaya harus mengenakan busana yang bagus dan indah untuk menyempurnakan kecantikannya serta menunjukkan kekayaannya, di manapun dia berada.
- 2) Penggambaran dalam penggunaan simbol keagamaan dalam bentuk asesoris busana dimanifestasikan dalam bentuk sorban yang dikenakan oleh muslim laki-laki yang sudah menunaikan ibadah haji. Hal ini wacana bahwa sorban dijadikan sebagai simbol identitas pembeda antara muslim laki-laki yang sudah menyandang gelar haji dengan yang belum haji. Adapun asesoris keagamaan berupa tasbeih yang dibawa oleh salah seorang pelakon tidak digunakan sesuai dengan fungsi dasarnya sebagai alat hitung bagi seorang muslim dalam melakukan wirid, tetapi hanya ditunjukkan sebagai asesoris pelengkap busana, karena dalam sinetron ini tidak pernah digambarkan bagaimana pemeran menggunakan alat tersebut. Cara penggambaran yang demikian juga terlihat dalam penggunaan simbol busana yang berupa surban yang dalam sinetron ini dikonstruksikan sebagai simbol kultural.

c. Banalitas dalam format Komedi

Sinetron yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan ini bisa dikategorikan sebagai tayangan yang berjenis komedi. Unsur komedi ini terlihat dalam beberapa aspek seperti pemilihan sosok pemeran yang secara visual nampak pada penampilan serta ekspresi wajah, penggunaan isi dialog yang lucu dan konyol, serta tingkah para pelakon dalam setiap adegan yang seperti sedang berada di panggung lawak. Sedangkan pesan-pesan yang berisi ajaran Islam pada umumnya disampaikan dengan menggunakan kalimat yang pedas, dimana penyampai pesan merasa pada posisi yang lebih faham serta lebih berkompeten tentang ajaran agama dibanding dengan lawan bicaranya. Pemilihan format komedi dalam penyampaian ajaran-ajaran agama berakibat pada terjadinya desakralisasi makna simbol keagamaan. Hal ini terjadi pada salah satu adegan visualisasi pelakon yang sedang menggunakan simbol do'a dengan penggambaran yang lucu dan konyol. Hal ini memunculkan wacana bahwa seseorang bisa bermain-main di tengah berdo'a.

d. Penggunaan simbol-simbol keagamaan didominasi kekerasan verbal

Aspek kekerasan verbal yang menjadi mainstream dalam tayangan sinetron ini ada keterkaitannya dengan pemilihan genre komedi. Selama ini panggung komedi identik dengan panggung kekerasan demi menciptakan kesenangan dengan cara *bullying* fihak baik dalam fisik maupun verbal. Konsep menciptakan kesenangan menjadi kepentingan produsen pesan untuk meningkatkan daya saing pasar dengan menjual simbol-simbol keagamaan yang bersifat banal. Banalitas penggunaan simbol kekerasan telah menjadikan nilai-nilai ajaran Islam sebagai panggung kekerasan verbal serta panggung komedi. Adapun hakekat substansi ajaran yang sesungguhnya tenggelam di antara dominasi komedi dan kekerasan.

Dominasi aspek kekerasan non verbal ini tidak sesuai dengan konsep dakwah yang mengutamakan prinsip *dakwah bil hikmah* atau dakwah dengan cara yang bijaksana. Selain itu, kekerasan dalam mengkomunikasikan ajaran Islam juga bertentangan dengan prinsip komunikasi islami yang meliputi *qaulan kariman* (perkataan yang mulia) dan *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut).

D. Kesimpulan dan Rekomendasi

Setelah melakukan pembacaan data serta analisis terhadap tayangan program sinetron komedi-religi “Bukan Islam KTP” ini, penulis mengambil simpulan global bahwa banalitas yang terjadi dalam penggunaan simbol-simbol keagamaan adalah merupakan sebuah konsekuensi yang muncul akibat masuknya agama ke wilayah panggung hiburan. Adapun jika dilihat dari sisi penggunaan simbol, dalam sinetron ini ada unsur pemaksaan dalam menggunakan simbol-simbol keagamaan, baik yang berupa simbol verbal maupun simbol non-verbal. Faktor pemaksaan tersebut berkaitan dengan (1) akurasi dari substansi makna simbol yang bersifat absurd, (2) relevansi antara fungsi normatif simbol dengan konteks penggunaannya yang bersifat mengada-ada, (3) waktu dan tempat penggunaan simbol dipaksakan, dan (4) penyederhanaan serta pendangkalan makna simbol.

Terjadinya banalisasi dalam penggunaan simbol-simbol verbal berkaitan dengan munculnya pendangkalan yang berakibat pada pembelokan makna normatif akibat kurangnya pemahaman produsen pesan pada tiga wilayah yaitu domain isi pesan, domain fungsi normatif ajaran, serta domain, serta domain kultural atau historisitas nilai ajaran. Sedangkan banalisasi pada penggunaan simbol keagamaan yang bersifat non-verbal terjadi akibat penonjolan aspek teknis serta estetis yang digunakan oleh produsen simbol. Banalisasi yang terjadi dalam penggunaan simbol-simbol keagamaan ini bukan merupakan fakta tunggal yang berupa kesengajaan dari produsen simbol untuk melakukan pendangkalan makna pesan. Banalisasi terjadi akibat akumulasi dari beberapa peristiwa yang harus dilalui dalam proses produksi pesan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan baik yang di bidang metodologi maupun substansi. Meskipun demikian, beberapa temuan yang penulis paparkan dalam laporan ini setidaknya bisa dijadikan sebagai langkah awal untuk melakukan beberapa perbaikan dan pembenahan. Oleh karena itu, pada bagian ini penulis hendak menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan proses serta temuan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian dengan tema sinetron religi (khususnya yang dikemas dalam bentuk komedi) ini perlu dikembangkan dengan menggunakan metode yang lebih bagus dan lebih variatif dalam rangka pengembangan keilmuan komunikasi dan dakwah. Kajian di bidang ini belum banyak mendapat perhatian di kalangan para peneliti di lingkungan PTAI, oleh karena itu peneliti berharap hasil penelitian ini bisa menjadi motivator bagi kolega untuk menindaklanjuti dengan karya yang lebih baik. Salah

satu kelemahan dari peneliti dari institusi Islam adalah faktor obyektivitas akibat pola pemikiran yang terkooptasi *internal belief* sehingga hasil penelitian mengandung bias agama. Banyak sinetron sejenis yang ditayangkan beberapa stasiun televisi yang memerlukan kajian secara mendalam, yang perlu dianalisis dengan menggunakan metode yang obyektif.

2. Salah satu temuan penelitian ini menyebutkan bahwa produsen pesan lebih mengutamakan aspek komersial dibanding aspek pengajaran agama dalam memproduksi tayangan keagamaan. Oleh karena itu, peneliti berharap agar hasil penelitian ini bisa menjadi pertimbangan bagi para praktisi media untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap kemungkinan dampak yang dihasilkan dari kebijakan ekonomisnya terhadap umat Islam sebagai konsumen. Dalam memproduksi hiburan yang menggunakan materi keagamaan, fihak televisi sebaiknya menggunakan konsultan yang berkompeten di bidangnya sehingga materi tayangan tidak potensial untuk menimbulkan kontroversi di kalangan pemirsa. Jika hal ini dilakukan secara bijak dan proporsional, maka sebagai konsumen media umat Islam bisa mendapatkan haknya untuk memperoleh tayangan keagamaan yang bukan hanya menghibur, tetapi sekaligus mendidik dan mencerahkan.
3. Kegiatan dakwah mendapat tantangan yang lebih besar ketika proses penyebaran ajaran Islam mulai memasuki wilayah publik. Hal ini menyebabkan para praktisi dakwah mendapat tugas tambahan untuk mengevaluasi bentuk-bentuk serta proses penyampaian ajaran melalui televisi. Evaluasi tersebut bukan hanya di bidang materi tayangan, tetapi juga evaluasi terhadap teknik dakwah yang harus mereka kembangkan supaya kegiatan dakwah yang mereka tidak tenggelam akibat umat Islam lebih tertarik dengan materi dakwah-hiburan. Di samping itu pelaku dakwah perlu melakukan akselerasi dengan kemajuan teknologi media serta menyesuaikan budaya dakwah dengan budaya televisi dengan terlibat aktif dalam produksi siaran, sehingga pekerjaan dakwah di televisi tidak mutlak menjadi kewenangan institusi media.

DAFTAR PUSTAKA

- Berger, P. and Luckman, T, *The Social Construction of Reality*. (USA: Penguin, 2010).
- Burton, G, *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi* (terj. Laily Rahmawaty), (Yogyakarta: Jalasutra, 2007).
- Cobuild, C, *English Language Dictionary*, (London: Collin Publisher, 1987).
- Donnan, H, *Interpreting Islam*, (London: Sage, 2002).
- Fairclough, N, *Media Discourse*, (London: Edward Arnold, 1995).
- _____, "Political Discourse in the Media". In Allan Bell and Peter Garrett (eds.). *Approach to Media Discourse*, (Oxford: Blackwell Publisher, 1998).
- Geertz, C. *The Interpretation of Culture*, (New Yorks: Basic Book3, 1973).
- Ibrahim, I. S, *Media dan Citra Muslim, dari Spiritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005).
- Jary, D. and jary, J, *Collins Dictionary of Sociolog*, (Harper Collin: Great Britain, (1991).
- Lagerwey, J, *Are You There, God? It's Me TV: Religion in American TV Drama 2000-2009*. Unpublished Dissertation, 2009.
- Piliang, Y.A, *Post Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010).
- Ridwan, N. K, *Agama Borjuis: Kritik Atas Nalar Islam Murni*, (Yogyakarta: Ar Ruzz, 2004).
- Robinson, J. D. "The Image of Christian Leaders in Fictional Television Programs". In *Sociology of Religion: A Quarterly Review*. Vol 55. No 1. Spring 1994. Pp: 75-84.
- Turner, V, *The Forrest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*, (London: Cornell, 196).

Storey, J. 2007. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop: Pengantar Komprehensif Teori dan Metode* (terj. Laily Rahmawati). Yogyakarta: Jalasutra.

Wardhana, V, *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997).