



**MEMBONGKAR MISI AGAMA DALAM TAYANGAN GENERASI ZERU
DI GLOBAL TV
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh

Nama : Moza Hanum Wildani

NIM : 1206015052

Peminatan : Penyiaran

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2016**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Moza Hanum Wildani
NIM : 1206015052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Membongkar Misi Agama Dalam Tayangan Generasi Zeru di Global TV (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Demi Allah SWT, dengan ini Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini adalah PLAGIAT, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi Saya dan atau dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, November 2016

Yang Menyatakan,



Moza Hanum Wildani

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Membongkar Misi Agama Dalam Tayangan Generasi Zeru Di Global TV (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Nama : Moza Hanum Wildani
NIM : 1206015052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Said Ramadhan, S.Sos. M.Si.

Tanggal : 14 November 2016


Dini Wahdiyati, S.Sos. M.I.Kom.

Tanggal : 12 November 2016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Membongkar Misi Agama Dalam Tayangan Generasi Zeru Di Global TV (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Nama : Moza Hanum Wildani
NIM : 1206015052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran (*Broadcasting*)

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 26 November 2016, dan dinyatakan LULUS.


Husnan Nurjuman, S.Ag., M.Si.

Penguji I

Tanggal : 14 Desember 2016


Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Penguji II

Tanggal : 15 Desember 2016


Said Ramadhan, S.Sos. M.Si.

Pembimbing I

Tanggal : 17 Desember 2016

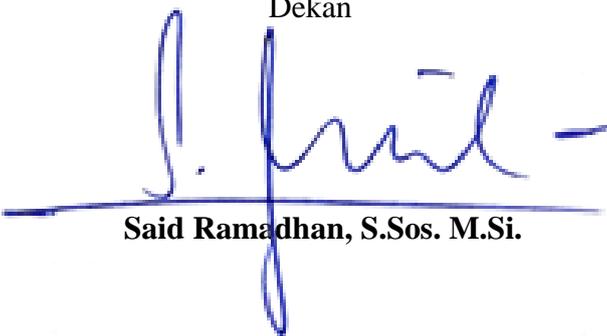

Dini Walidiyati, S.Sos. M.I.Kom.

Pembimbing II

Tanggal : 15 Desember 2016

Mengetahui,

Dekan


Said Ramadhan, S.Sos. M.Si.

ABSTRAK

Nama : Moza Hanum Wildani
NIM : 1206015052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Penyiaran
Judul Skripsi : Membongkar Misi Agama Dalam Tayangan Generasi Zeru di Global TV (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Halaman : 138 halaman + xxii halaman + lampiran + 68 Bibliografi

Generasi Zeru merupakan program tayangan yang mengajak semua anak muda untuk bisa berfikir positif, mampu menggali potensi dalam diri dan akhirnya dapat mewujudkan mimpi dan jadi pemenang. Hal yang menarik perhatian peneliti adalah kemasan yang di munculkan dalam tayangan ini dapat menarik generasi muda untuk menontonya yang isinya berupa masalah-masalah yang sering terjadi pada generasi muda yang kemudian dikaitkan dengan sebuah dorongan untuk mengingat dan kembali kepada Tuhan sehingga menjadikan adanya suatu misi agama. Selain itu, adanya beberapa simbol dan tanda agama kristen yang muncul dalam tayangan sehingga hal ini juga menjadi alasan lain peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, karena peneliti ingin membongkar bagaimana simbol dan tanda-tanda yang terdapat di Generasi Zeru sebagai misi agama. Secara metodologis penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk membongkar makna denotasi, tanda, penanda dan petanda, konotasi dan mitos yang mengandung bentuk misi agama dalam tayangan Generasi Zeru di Global TV. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa tanda-tanda yang ditemukan dalam tayangan Generasi Zeru di Global TV yaitu adanya sebuah misi agama berupa tanda-tanda yang sesuai dengan simbol ajaran kristen. Misi agama yang diterapkan di dalam tayangan ini hanya menjelaskan isi dari penyebaran-penyebaran ajaran Kristen.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan agar meneruskan penelitian ini secara lebih dalam mengenai misi agama dan ideologi dalam penyebarannya melalui media yaitu melalui wawancara dengan pihak Generasi Zeru dan Pihak Cahaya Bagi Negeri (CBN). Rekomendasi penelitian ini agar menjadi acuan dan koreksi terhadap penelitian-penelitian setelahnya dan menjadi bahan acuan untuk agama lainnya dalam membuat tayangan yang berbalut dakwah untuk masalah generasi muda.

Kata Kunci :Membongkar, Misi Agama, Generasi Zeru, Semiotika

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita yakni baginda Rasulullah SAW. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Membongkar Misi Agama Dalam Generasi Zeru di Global TV”.

Berkat bantuan dan dukungan dari semua pihak, penulis berhasil menyelesaikan skripsi. Untuk itu penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Said Ramadhan, S.Sos., M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UHAMKA sekaligus dosen pembimbing I skripsi yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Sri Mustika, M.Si., Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
3. Dini Wahdiyati, S.Sos., M.I.Kom., Kepala Program Studi (Kaprosdi) FISIP UHAMKA sekaligus dosen pembimbing II skripsi terima kasih atas segala masukannya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Dra. Tellys Corliana, M.Hum., Pembimbing akademis yang telah membimbing penulis selama proses perkuliahan, Windaningsih, M.I.Kom., serta seluruh dosen FISIP UHAMKA yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis. Dan juga terima kasih kepada Staf FISIP UHAMKA yang telah membantu dalam mengurus prosedur skripsi.

5. Bapak Yadi Hendiana selaku pengamat media, juga Bapak Husnan Nurjuman selaku pengamat agama yang turut serta dalam membantu penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, Siti Musthafiah dan Wahyudin, kakak dan adikku serta keluarga besar tercinta yang telah memberi dukungan, doa dan semangat sampai skripsi ini selesai.
7. Wahyu Alhuda dan Tapak Sruntul Jakarta. Terima kasih atas dukungan, doa dan semangatnya untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman FISIP UHAMKA 2012 khususnya Vinca, Ridwan, Dedi, Ilham Dwi, Fariz, Siti Fatimah, Rina, Firda, Mei, Renaldy, dll. Terima kasih sudah menjadi kawan yang baik serta memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini mungkin terdapat kekurangan, maka dari itu penulis bersikap terbuka jika terdapat kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan, khususnya bagi para pembaca.

Jakarta, November 2016



Moza Hanum Wildani

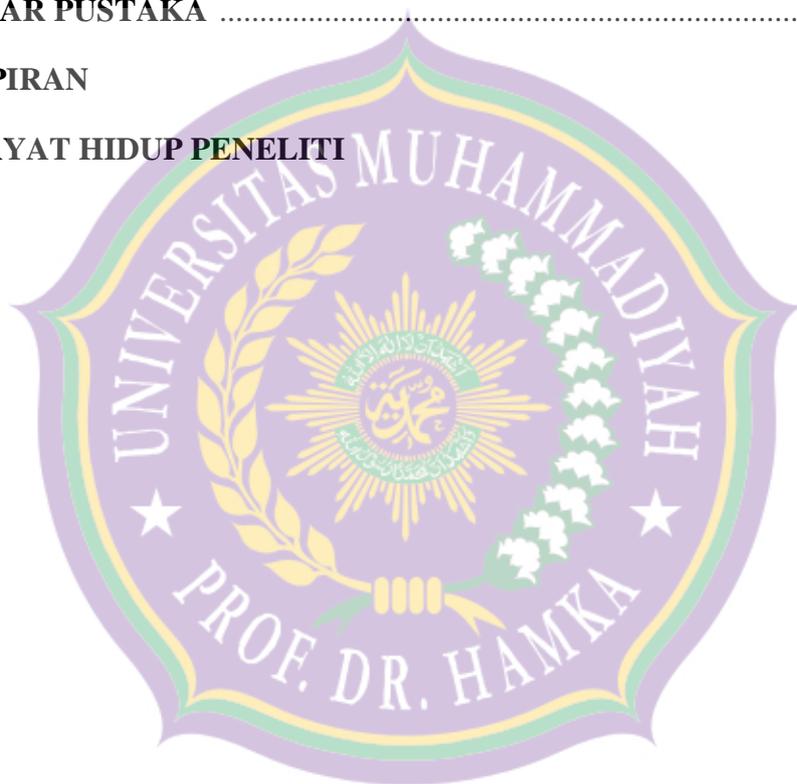
DAFTAR ISI

HALAMAN

JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Pembatasan Masalah	17
1.4. Tujuan Penelitian	17
1.5. Kontribusi Penelitian	17
1.6. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	19
1.7. Sistematika Penulisan	19
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	21
2.1. Paradigma Kritis	21
2.2. Hakekat Komunikasi	24
2.2.1. Pengertian Komunikasi	24
2.2.2. Model Komunikasi Stewart L. Tubbs	26
2.2.3. Unsur Komunikasi	27

2.2.4. Konteks Komunikasi	29
2.3. Komunikasi Massa Kritis	31
2.3.1. Fungsi Komunikasi Massa Kritis	32
2.3.2. Karakter Komunikasi Massa	33
2.4. Media Massa	35
2.5. Televisi	36
2.5.1. Pengertian Televisi.....	36
2.5.2. Sejarah Televisi di Indonesia.....	38
2.6. Teori Kritis.....	39
2.7. Ideologi Kapitalisme dan Hegemoni Media Massa	44
2.8. Semiotika Roland Barthes.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1. Pendekatan, Jenis, Metode Penelitian	55
3.1.1. Pendekatan Penelitian	55
3.1.2. Metode Penelitian	56
3.1.3. Jenis Penelitian	57
3.2. Unit Analisis dan Unit Pengamatan	57
3.3. Narasumber	58
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5. Teknik Analisis Teks	60
3.6. Lokasi Penelitian	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1. Subjek Penelitian.....	63
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	65
4.3. Pembahasan	112

4.3.1. Simbol-simbol Dalam Tayangan Generasi Zeru Sebagai Misi	
Agama.....	113
4.3.2. Praktik Misi Agama Dalam Media	120
BAB V PENUTUP	136
5.1. Kesimpulan	136
5.2. Saran-saran	137
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENELITI	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi	27
Gambar 2.2. Signifikansi Dua Tahap Barthes.....	50
Gambar 2.3. Peta Tanda Barthes.....	53
Gambar 4.1. Tampilan Generasi Zeru.....	65
Gambar 4.2.1. Cover Pertama Tayangan Generasi Zeru	67
Gambar 4.2.2. Cover Segmen “Cara Gue Bebas Dari Pornografi”	67
Gambar 4.2.3. Segmen Cara Zeru Episode “Broken Home”.....	77
Gambar 4.2.4. Kata-kata di akhir segmen Cara Zeru “Broken Home”	77
Gambar 4.2.5. Segmen Cerita Zeru Episode “Cerita Zeru Billy Simpsons Sempat Galau Pas Lulus SMA” ke salah satu SMA.....	85
Gambar 4.2.6. Igor sedang menyanyikan lagu di segmen Musik Zeru episode ”Cara Gue Bebas Dari Pornografi”	92
Gambar 4.2.7. Segmen Musik Zeru dengan judul <i>Every Man’s Struggle</i> yang dinyanyikan oleh Igor feat Guntur Simbolon episode “Cara Gue Bebas Dari Pornografi”	98
Gambar 4.2.8. Salah satu lirik lagu <i>Every Man’s Struggle</i>	98
Gambar 4.2.9. Kunjungan Liputan Zeru ke President University.....	102
Gambar 4.2.10. Ilustrasi Penggambaran dua sahabat sedang curhat dalam segmen konseling.....	106
Gambar 4.2.11. Ilustrasi Penggambaran sahabat yang sedang membongkar aib masalah sahabatnya dalam segmen konseling Generasi Zeru.....	106

Gambar 4.2.12. Ilustrasi Seorang wanita sedang menelpon konseling
lain.....106

Gambar 4.2.13. Nomor Telpon Konseling Generasi Zeru.....106



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Komunikasi merupakan aktivitas paling penting yang dilakukan oleh manusia. Dengan melakukan komunikasi yang efektif, maka manusia dapat bersosialisasi dengan lingkungan dan melakukan kegiatan- kegiatan yang dilakukan sesuai dengan harapan. Bernard Belson dan Gary A. Steiner (dalam Mulyana, 2010: 68) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut komunikasi.

Banyak pakar komunikasi mengklarifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atau tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi. Maka dikenallah : komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok (kecil), komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

Dalam komunikasi yang dilakukan melalui media massa, maka konteksnya adalah komunikasi massa. Menurut Jay Black dan Frederick C Whitney (dalam Nurudin, 2009 : 12) Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan – pesan yang diproduksi secara massal/tidak sedikit

itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim dan heterogen.

Komunikasi dengan media massa yang dapat menjangkau banyak audiens sekaligus di antaranya dapat dilakukan melalui media televisi. Televisi merupakan media yang menyampaikan informasi, hiburan, dan pendidikan kepada masyarakat. Televisi diharapkan dapat menarik perhatian penonton melalui audio visual yang ditayangkan. Televisi saat ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak yang menghabiskan waktunya lebih lama di depan pesawat televisi dibandingkan dengan waktu yang digunakan untuk mengobrol dengan keluarga atau pasangan mereka. Bagi banyak orang televisi adalah teman, televisi menjadi cermin perilaku masyarakat dan televisi dapat menjadi candu (Morrison, 2004: 1).

Pada awal perkembangan televisi swasta di Indonesia pada tahun 1980-an semua stasiun televisi melakukan segmentasi dan targeting audien secara luas atau lebih tepat lagi tidak memiliki segmentasi audiens. Menjelang tahun 2000 sejumlah stasiun televisi baru muncul. Dan walaupun pada awalnya beberapa stasiun televisi baru itu mencoba untuk menjadi televisi dengan target kelompok pemirsa tertentu namun hingga 2004 belum ada televisi yang betul-betul menjadi televisi yang memiliki segmen khusus. Perkembangan saat ini, televisi banyak yang menyajikan tayangan yang segmentasinya untuk remaja yang di kemas berupa tayangan sinetron (ftv), *reality show* maupun *talk show*. Tayangan televisi

banyak mempengaruhi dan mengubah gaya hidup serta pola pikir remaja baik sisi positif maupun negatif. Namun disisi lain, televisi saat ini banyak yang menampilkan tayangannya dengan mengarah pada konten keagamaan. Salah satunya tayangan di Indosiar yaitu Tayangan Mamah dan AA Beraksi.

Adapun tayangan yang memberikan pesan dan informasi positif terhadap remaja adalah tayangan Generasi Zeru. Generasi Zeru merupakan program tayangan yang mengajak semua anak muda untuk bisa berfikir positif, mampu menggali potensi dalam diri dan akhirnya dapat mewujudkan mimpi dan jadi pemenang. Acara yang tayang pada hari Sabtu, pukul 14.00 di Global TV dan tayang kembali pada hari Minggu, pukul 14.30 di Rajawali TV (RTV) dengan Host yang bernama Raditya Oloan ini mampu menarik perhatian remaja dan penonton lainnya sehingga mencapai *Rating (TVR)* 0,4 dan *Share* 2,7 dalam menonton tayangan Generasi Zeru.¹ Di dalam *account* media sosial Generasi Zeru seperti *account* twitter @generasizeru dan *account* instagram @generasizeru pun sangat ramai diperbincangkan para anak remaja yang menantikan tayangan tersebut dan berdiskusi tentang tayangan Generasi Zeru. Didalam tayangan Generasi Zeru ini terdapat empat Segmen yaitu Cara Zeru, Cerita Zeru, Musik Zeru dan Teman Zeru.

Di dalam segmen Cara Zeru, Hostnya membawakan sebuah tips – tips seru yang sangat energik dan berpositif serta menyadarkan kita untuk

¹ Data Rating dan Share Generasi Zeru per 30 Januari 2016. Sumber diperoleh dari Kepala Programing Global TV, Bapak Yedi HR.

tetap berfikir positif dalam menghadapi setiap masalah untuk kembali dan ingat kepada Tuhan. Kehadiran artis dalam acara Generasi Zeru yang terdapat dalam segmen Cerita Zeru dapat menjadikan acara tersebut sebagai daya tarik tersendiri untuk tayangan Generasi Zeru. Dimana para artisnya menceritakan dan berbagi kisah kehidupannya untuk menjadikan sebuah inspirator terhadap masalah remaja dan menjadikan sebuah motivasi untuk yang mengalaminya. Selain kehadiran artis ternama, acara Generasi Zeru mendatangkan penyanyi-penyanyi yang dihadirkan dalam segmen Musik Zeru, dimana para penyanyi menyanyikan lagu yang bertujuan untuk memotivasi dan membangkitkan masalah remaja. Adapun disatu sisi lain acara ini menggunakan strategi konsultasi yang tertutup dan dipercaya, dimana para remaja yang mempunyai masalah dan ingin menceritakan masalahnya dapat menghubungi center Generasi Zeru yang akan dibantu masalahnya oleh pihak-pihak Generasi Zeru baik berupa sms, telpon maupun *chatting*.

Dalam penelitian ini Peneliti akan menegaskan serta menerangkan masalah yang dilihat oleh peneliti tentang tayangan Generasi Zeru bahwa didalam tayangan Generasi Zeru ini peneliti melihat seperti adanya sebuah keganjalan, dimana tayangan ini seperti mempunyai misi agama untuk anak muda namun tayangannya dikemas dengan baik berupa kemasan yang populer dan seru sehingga seperti tidak terlihat adanya misi keagamaan. Didalam tayangan Generasi Zeru isi tayangannya sangat positif dimana terdapat cara-cara dan pesan untuk membangkitkan

semangat remaja. Namun peneliti melihat adanya sebuah misi agama saat peneliti melihat tayangan tersebut dengan berturut-turut menonton sesuai jam tayangnya kemudian peneliti menganalisisnya lewat analisis semiotika karena peneliti melihat dan memperhatikan tayangan Generasi Zeru adanya simbol atau tanda serta teks yang terdapat dalam tayangan Generasi Zeru dengan melihat tayangan tersebut seperti identitas orang-orang yang terdapat dalam tayangan Generasi Zeru cenderung beragama kristen, kedua di setiap segmennya selalu menghadirkan dan menyisipkan kalimat Tuhan sehingga peneliti melihat bahwa tayangan ini ada arah keagamanya, ketiga simbol dari pakaian (topi) yang dikenakan penyanyi terdapat adanya simbol salib, dan yang keempat ada satu segmen musik zero yang lirik dalam teksnya menggunakan kalimat kudus. Seperti yang kita ketahui bahwa lambang salib sudah menjadi kesepakatan bahwa lambang salib merupakan simbol orang kristen dan kalimat kudus pun merupakan kalimat yang sering digunakan dalam ritual keagamaan kristen. Dari beberapa simbol atau tanda diatas yang peneliti analisis dalam tayangan Generasi Zeru peneliti menganggap bahwa ini merupakan tayangan religi kristen. Namun yang jadi masalah disini adalah mengapa didalam televisi dan media sosial Generasi Zeru tidak menjelaskan secara jelas genre tayangannya bahwa acara tersebut adalah program religi kristen sehingga banyak yang menganggap bahwa tayangan ini hanya sekedar sebagai tayangan acara motivasi untuk anak muda selain itu hal ini menjadi pergeseran tatanan simbolik dalam praktik keberagamaan yang

disebabkan oleh proses ideologi ke komersialisasi wilayah keberagaman. Sehingga mengurangi fungsi nilai-nilai agamanya karena didalam tayangan Generasi Zeru tidak mencantumkan surat atau ayat-ayat yang berdasarkan firman alkitab secara jelas. Namun dikemas secara populer walaupun jika dilihat dari analisis semiotika, kemasan tersebut mengarah kepada alkitab. Didalam program acara Generasi Zeru sendiri menjelaskan bahwa tayangan Generasi Zeru merupakan program yang mengajak semua anak muda untuk berfikir positif, hal ini perlu digaris bawahi bahwa kalimat semua anak muda ini berarti cakupan segmennya menyeluruh dalam artian anak muda dengan semua agama dan dalam kemasannya pun meliputi adanya perempuan berjilbab sehingga membuat anak- anak muda dari agama lain tertarik menonton tayangan Generasi Zeru, karena dianggap tayangan ini bukan bergenre religi melainkan tayangan-tayangan yang kemasannya seru.

Jadi yang perlu digaris bawahi adalah sebenarnya tayangan ini segmentasinya untuk siapa dan tujuan dari mengajak semua anak muda dan melahirkan *youth leader* untuk menjangkau sesama anak muda lainnya itu untuk apa dan disinilah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, dimana tayangan tersebut termasuk kristenisasikah atau tidak, apakah acara ini memang hanya ingin menunjukkan isi ajaran kristenkah atau sebuah propaganda untuk kristenisasi atautkah mereka ingin mengkristenisasi orang – orang dalam acara tersebut. Dan hal inilah yang menjadi masalah sehingga peneliti menganggap seperti adanya

keganjalan dan pertanyaan-pertanyaan yang ada dipikiran peneliti bahwa ini seperti adanya persoalan yang peneliti ingin kaji dan untuk diteliti.

Maka disinilah peneliti akan mengangkat tema Generasi Zero sebagai Misi Agama. Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Teori Barthes memfokuskan pada gagasan tentang signifikasi dua tahap, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah definisi objektif kata tersebut, sedangkan konotasi adalah makna subjektif atau emosionalnya (Sobur, 2003: 263).

Seperti yang dijelaskan pada retorika borjuis dalam sistem mistis yaitu ketujuh forma retorik pada dasarnya merupakan bentuk-bentuk yang lazim dijumpai dalam *speech* borjuis. Forma-forma ini sudah mempersiapkan para konsumen mitos untuk siap menerima proses pemaknaan dalam komunikasi. Tanpa menyebut diri sebagai kelompok borjuis, kelas borjuis sudah mempersiapkan masyarakat dengan perangkat pemaknaan borjuis tersebut. Inilah yang disebut hegemoni dalam pemikiran Gramsci (Sunardi, 2004 :107).

Simbol adalah aspek penting yang memungkinkan orang bertindak menurut cara – cara yang khas dilakukan manusia. Karena simbol, manusia “tidak memberikan respon secara pasif terhadap realitas yang memaksakan dirinya berperan. Charon, 1998 : 69 (dalam George Ritzer & Douglas J. Goodman, 2003 :292).

Dengan segala daya tariknya televisi sangat menarik untuk dijadikan bahan kajian dari berbagai sudut pandang. Kajian terhadap

televisi sudah sering dilakukan bahkan dari awal kemunculannya. Popularitas televisi membuat para pengamat banyak melakukan penelitian. Sejarah mencatat gerakan-gerakan kritis dari pelbagai era memiliki kontribusi besar dalam cara menginterpretasikan bagaimana kita memahami televisi : Semiotika pada 1960-an, Strukturalisme pada 1970-an , postmodern dan budaya pop pada 1980-an (Burton, 2007:11).

Semiotika sebagai salah satu kajian media massa telah menjadi pendekatan penting dalam teori media sejak akhir tahun 1960-an, sebagai hasil pengembangan Roland Barthes. Menurut Roland Barthes, semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda – tanda adalah seperangkat yang dipakai dalam rangka upaya berusaha mencapai jalan di dunia ini, di tengah – tengah manusia dan bersama – sama manusia. Ia pun membedakan dua pengertian (*signification*) dari semiotika yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi adalah level deskriptif dan harafiah makna yang disepakati seluruh anggota budaya. Pada level konotasi, makna dihasilkan oleh hubungan antara signifier dan budaya secara luas yang mencakup kepercayaan – kepercayaan, tingkah laku, kerangka kerja dan ideologi dari sebuah formasi sosial. Semiologi, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal – hal (*things*), memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat di campur adukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek –

objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. (Sobur, 2003: 15).

Bagi penonton remaja yang hanya sekedar melihat artis idolanya dan mencari informasi anak muda mungkin ini sebagai hiburan bagi mereka. Namun bagi penonton yang mengamati dan kritis tayangan tersebut seperti ada keganjalan berupa misi yang terselip dalam tayangan tersebut.

Menurut Subagio, 2011 (dalam Tamburaka, 2013 : 94) televisi juga punya karakteristik tertentu dalam menyajikan pesannya kepada pemirsa. Televisi menyajikan pesan secara lebih dramatis, karena dia menggunakan dua indra sekaligus, yaitu pandang dengar. Namun pesan yang sampai pun mirip radio yaitu seketika, tidak dapat diulang kecuali program siaran ulang. Gambar yang hadir berganti dengan cepat, penuh warna dan juga ilustrasi suara berupa musik atau lagu, membuat sering kali hanyut dalam menonton. Akibatnya, seorang pemirsa televisi tidak sadar atau tidak menggunakan otak yang berfungsi menganalisis (*director*) namun hanya bagian otak yang berfungsi responsif semata.

Barthes (dalam Sunardi, 2004: 103) mengatakan bahwa kita harus menjadi seorang pembaca mitos, yaitu orang yang “harus menyingkapkan fungsi utama mitos”. Pekerjaan inilah yang dilakukan Barthes lewat bukunya *Mythologies*. Teori semiotik Barthes ingin melakukan kritik ideologi atas budaya massa. Untuk tujuan itu, Barthes menggabungkan dua macam pendekatan yang saling melengkapi, yaitu pendekatan

semiotik dan kritik ideologi. Dari analisis semiotik, kita hanya mendapatkan nilai atau sistem nilai. Pada tulisan sebelumnya, bahasa disebut nilai dalam arti dia dapat dibandingkan dengan bahasa lainnya dan dapat ditukarkan dengan ide. Atau, dapat juga dikatakan, lewat analisis semiotik, kita hanya mendapatkan bentuk (*mode of signification, a form*) dan bukan ide, dan bentuk tidak pernah dapat diperlakukan sebagai *expression* melainkan *signification*.

Dengan demikian, kita dapat melihat bagaimana suatu sistem mitis bisa berfungsi sebagai *sign-vehicle* bagi ideologi. Inilah nasihat penting dari Barthes untuk mengenal budaya media dan melakukan kritik ideologi dari dalam. Barthes tidak berbicara tentang apakah kita harus menerima atau tidak. Ini soal pilihan, ideologi dan soal kepentingan. Untuk mengukur masalah pilihan, ideologi serta kepentingan, kita harus mengembalikannya pada masyarakat yang dibentuk oleh budaya tersebut.

Melalui analisis semiotik, Barthes dapat menunjukkan kekuatan ideologi tersebut melalui berbagai bentuknya salah satunya adalah bentuk-bentuk retorik ideologi borjuis dimana tujuh bentuk retorik dalam retorika disebut “figures” dipakai sebagai alat untuk menyampaikan ideologi borjuis. Dari unsur- unsur ideologi borjuis ini, konsep dan fungsi ideologi yang disodorkan Barthes sangat dekat dengan para Marxis. Ideologi adalah kesadaran palsu (dengan demikian mengasingkan orang dari realitas sosial yang sebenarnya) dan mempunyai fungsi untuk tidak mengubah realitas (Sunardi, 2004: 106).

Diantara gagasan-gagasan Marx yang paling berpengaruh adalah kritiknya tentang ideologi. Marx, Nietzsche dan Freud dewasa ini dipandang sebagai filosof-filosof yang menjungkir-balikan doktrin lama dan mengajarkan kepada kita agar tidak mudah menerima kata-kata begitu saja, tapi harus melihat dengan kritis kepentingan-kepentingan sosial atau psikologis atau situasi-situasi yang ada dibaliknyanya yang tanpa kita sadari membentuk pikiran-pikiran dan keinginan kita.

Ketika kita merujuk sebuah pandangan sebagai suatu contoh kesadaran *palsu* – suatu istilah yang seringkali digunakan dalam pemikiran ideologis – kita tidak menafsirkannya semata-mata sebagai suatu keteledoran atau kesalahan persepsi, suatu pikiran yang bertentangan dengan kenyataan. Namun yang kita maksudkan dengan kesadaran palsu adalah suatu pikiran yang telah mengalami distorsi dalam suatu cara yang sistematis melalui proses-proses kausal yang merintangi pencarian atas kebenaran (Elster, 2000: 231).

Kata ideologi paling umum digunakan dalam arti “kesadaran palsu”, itu berlaku baik dikalangan filosof dan ilmuwan sosial, maupun disebagian besar masyarakat di Barat. Jadi secara spontan bagi kebanyakan orang kata ideologi mempunyai konotasi negatif, sebagai *calm* yang tidak wajar atau sebagai teori yang tidak berorientasi pada kebenaran melainkan pada kepentingan pihak yang mempropagandakannya (Suseno, 1992: 230).

Bagi Gramsci (dalam Simon, 2004 : 83) ideologi lebih dari sekedar sistem ide, ia membedakan antara sistem yang berubah-ubah (*arbitrary systems*) yang dikemukakan oleh intelektual dan filosof tertentu, dan ideologi organik yang bersifat historis (*historically organic ideologies*) yaitu ideologi yang diperlukan dalam kondisi tertentu: “sejauh keabsahan yang bersifat psikologis: ideologi ‘mengatur’ manusia dan memberikan tempat bagi manusia untuk bergerak, mendapatkan kesadaran akan posisi mereka, perjuangan mereka dan sebagainya. Ideologi bukanlah fantasi perorangan, namun terjelma dalam cara hidup kolektif masyarakat. Disini Gramsci merujuk pada pendapat Marx tentang ‘soliditas keyakinan masyarakat’.

Melalui pemahaman ini, arah pemikiran Marx jelas, yaitu setelah melewati tahap barbarian, *society* akan berjibaku ditahap *capitalism society* dimana kaum buruh/proletariat dibuat dengan sukarela menerima dan melanggengkan keinginan para pemilik modal, yang dapat muncul menurut Marx karena adanya kepemilikan pribadi celaknya kaum buruh tidak menyadarinya karena ada kesadaran palsu yang melekat padanya. Kesadaran palsu dilanggengkan kaum pemilik modal melalui ideologi yang bergema dimasyarakat, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada basis struktur masyarakat yaitu ekonomi. Adapun yang dimaksud suprasucture adalah intuisi agama, pendidikan, media massa dan sebagainya (Santoso, 2007 : 26).

Ideologi dalam pandangan Gramsci hanya dilandasi oleh sistem ekonomi *an sich*, sehingga ideologi beratikulasi dalam kehidupan dengan tidak dipaksakan oleh satu kelompok namun menembus batas kesadaran. Ideologi dalam pandangan Gramsci tidak hanya dilandasi oleh sistem ekonomi saja namun tertanam secara dalam pada semua aktifitas masyarakat. Sehingga, ideologi beratikulasi dalam kehidupan masyarakat dengan tidak dipaksakan oleh satu kelompok namun adalah menembus dan diluar kesadaran. Seorang pemikir strukturalis Prancis Louis Althusser, yang berpengaruh dimasanya dengan banyak menggunakan pemikiran Gramsci dalam kajiannya. Untuk mengkaji apa yang dikandung ideologi secara komprehensif, Althusser memperkenalkan dua istilah kunci yaitu *Ideological State Apparatus* (ISA) dan *Repressive State Apparatus* (RSA) menurut Althusser hal ini karena dua alasan, pertama hanya ada satu RSA bergerak terbatas pada wilayah publik sedangkan ISA dapat bergerak di wilayah privat, seperti melalui lembaga agama, keluarga, sekolah, media massa dan sebagainya (Junaidi, 2007: 23-46).

Dari latar belakang yang dipaparkan di atas, bagaimana media massa khususnya program televisi menampilkan sebuah gambar, warna, lambang dan tanda-tanda yang ada. Melalui gambaran tersebut akan menciptakan pemaknaan terhadap gambar yang disajikan. Makna denotasi dan makna konotasi yang dikemukakan Barthes dalam signifikansi dua tahap dalam hal ini menjadi perhatian khusus yang menguak akan mitos yang terkandung serta ideologi media yang disajikan.

Karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tayangan “Generasi Zeru” dari segi tanda dan makna yang tersembunyi didalam tayangan dengan analisis semiotika Roland Barthes.

Peneliti telah menelusuri beberapa penelitian sebelumnya yang kurang lebih mempunyai kaitan yang sama dengan judul dan tema yang di bahas, dengan penelitian ini yang merupakan rujukan bagi peneliti :

1. Putri Sakinah, 2012, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka dengan judul “Membongkar *Religiotainment* Sebagai Budaya Populer (Analisis Isi Kualitatif Terhadap Tayangan Islam Itu Indah di TransTV)”. Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan Teori *cultural studies* atau kajian budaya kritis dengan kajian budaya populer serta konsep komodifikasi tayangan-tayangan di televisi. Metode yang digunakan adalah Analisis Isi Kualitatif dengan paradigma Kritis. Hasil dalam penelitian ini yaitu menunjukkan beberapa adegan dalam Islam Itu Indah yang menunjukkan *religiotainment*. Praktik budaya populer berasal dari budaya lokal pengajian masyarakat Indonesia yang kemudian dikomodifikasikan menjadi *religiotainment*.
2. Hani Taqqiya, 2011, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Analisis Semiotik Terhadap Film *In The Name Of Good*. Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan Teori Semiotik. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan Analisis Semiotik model Roland Barthes

dengan paradigma Interpretif. Hasil dalam penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa representasi konsep jihad Islam yang ditampilkan dalam film ini adalah berupa jihad yang dimaknai sebagai peperangan, jihad dalam menuntut ilmu, dan jihad untuk mempertahankan diri dari ketidakadilan yang menimpa seseorang.

3. Shinta Anggraini Budi Widianingrum, 2012, Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta dengan judul “Rasisme Dalam Film Fitna (Analisis Semiotika Rasisme di Dalam Film Fitna)”. Landasan teori dalam penelitian ini menggunakan Teori Semiotika. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretatif untuk memahami fenomena sosial yang memfokuskan pada alasan tindakan sosial. Hasil dalam penelitian ini yaitu bahwa yang ada di dalam film Fitna beberapa memunculkan sikap, perilaku, maupun tindakan rasisme. Sikap rasisme yang terkandung dalam film Fitna sifatnya lebih sebagai alat untuk mengemukakan pendapat ataupun pemikiran idelisme seorang Geert Wilders terhadap umat Islam khususnya kaum muslimin di Belanda dengan memunculkan perilaku ataupun pandangan dan hukum yang dibawa oleh agama Islam itu sendiri terhadap kelompok lain untuk menarik simpati dan pengaruh setiap individu yang melihat film ciptaannya ini khususnya masyarakat Belanda untuk menekan pertumbuhan umat

muslim yang makin bertambah dari tahun ketahun dinegara tersebut.

Dari ketiga skripsi di atas ada perbedaan dengan skripsi yang akan ditulis oleh peneliti. Karena dalam tayangan Generasi Zeru ada perbedaan makna yang ingin diungkap dalam masalah penelitian, karena aspek yang lebih ingin dikaji adalah masalah misi agama yang terdapat dalam tayangan. Berbeda juga dengan skripsi pertama yang peneliti lihat, yang menggunakan metode analisis isi kualitatif, karena peneliti menggunakan metode analisis semiotika .

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang akan dituangkan dalam skripsi dengan judul, Membongkar Misi Agama Dalam Tayangan Generasi Zeru di Global TV.

1.2. Rumusan Masalah

Dari paparan di atas, penulis merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut : Membongkar Misi Agama Dalam Tayangan Generasi Zeru.

Dari rumusan permasalahan diatas, pertanyaan peneliti adalah :

1. Bagaimana simbol – simbol dalam tayangan Generasi Zeru sebagai misi agama?
2. Bagaimana praktik misi agama dalam media?

1.3. Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus analisis semiotika, bagaimana misi agama yang terdapat pada denotasi dan konotasi dalam tayangan Generasi Zeru. Analisisnya meliputi gambar tanda, penanda dan tanda yang menunjukkan adanya misi agama dalam tayangan Generasi Zeru.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk membongkar simbol – simbol dalam tayangan Generasi Zeru sebagai misi agama.
2. Untuk membongkar praktik misi agama dalam media.

1.5. Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi khususnya komunikasi massa mengenai kajian tentang teori konstruksi sosial media beserta variasinya yang ingin mengungkap fenomena dan membedah tayangan televisi yang menayangkan berbagai macam yang terkait dengan makna dan misi agama yang ditayangkan di televisi. Sehingga secara akademik penelitian ini mampu memberikan penjelasan serta menguak bagaimana cara pandang analisis semiotik Roland Barthes menjelaskan makna denotasi dan konotasi sebagai misi agama pada tayangan Generasi Zeru.

2. Kontribusi Metodologis

Secara metodologis penelitian ini menggunakan metode Analisis Semiotika Roland Barthes. Analisis ini dipakai untuk mengetahui dan menjelaskan apa dibalik makna denotasi dan konotasi dalam tayangan Generasi Zeru. Analisis ini dianggap mampu menjelaskan makna – makna yang tersembunyi di balik makna denotasi dan konotasi yang terdapat dalam tayangan Generasi Zeru.

3. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat tentang bagaimana media televisi menyebarkan makna denotasi dan konotasi dalam program- program tayangan televisi yang dikemas di televisi. Selain itu penelitian ini dapat menjadikan masyarakat lebih cerdas dalam menerima dan mengkritisi informasi yang terdapat dalam tayangan televisi tersebut.

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan masukan kepada praktisi media agar dapat menghadirkan karya yang lebih berkualitas. Dalam tayangan Generasi Zeru sangat menarik dan mampu menjadikan kalangan remaja bersemangat kembali, namun alangkah lebih baiknya jika dalam tayangan tersebut mencantumkan segmentasinya untuk segmentasi anak muda beragama kristen, sehingga untuk anak muda beragama lainnya tidak ikut serta dalam menonton tayangan Generasi Zeru.

1.6. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

Ada beberapa keterbatasan dan kelemahan penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti kesulitan mencari referensi penelitian paradigma kritis dengan metode penelitian analisis semiotika Roland Barthes yang membahas tanda, penanda dan petanda dengan signifikansi dua tahap yaitu makna denotasi dan makna konotasi dalam membongkar misi agama pada tayangan, sehingga tidak ada pembandingan dan referensi terdahulu untuk menyempurnakan penelitian. Keterbatasan yang lain yaitu peneliti kesulitan untuk meneliti dan mewawancarai pihak Generasi Zeru dan CBN langsung karena mereka terlalu tertutup.
2. Kelemahannya terletak pada kemampuan peneliti dalam memaparkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes masih sangat subjektif dan kurang mendalam. Hal ini disadari penafsiran yang berbeda dari setiap peneliti dalam memaknai tanda tentang misi agama dalam tayangan.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan masalah, signifikansi penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : Kerangka Pemikiran

Dalam bab ini berisi Paradigma penelitian, pengertian komunikasi, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi, elemen komunikasi, model komunikasi, komunikasi massa, media massa, televisi, ideologi media, semiotika, serta konsep-konsep yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisi Pendekatan penelitian, Jenis Penelitian, Metode Penelitian, Unit analisis, teknik pengumpulan data serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini berisikan hasil penelitian yang dikaitkan dengan temuan tanda, petanda dan penanda serta pembahasan yang dikaji dengan teori – teori.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan penelitian dan saran penelitian meliputi akademis, metodologis, sosial dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Adorno & Horkheimer. *Dialectic of Enlightenment*. 2002. Stanford California:

Stanford University Press.

Alkitab Edisi Study. 2010. Lembaga Alkitab Indonesia.

Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi*.
Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro, Komala, Lukiarti dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa
Suatu Pengantar*. Edisi Revisi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Barnard, Malcolm. 2007. *Fashion sebagai komunikasi: Cara mengkomunikasikan
identitas sosial, seksual, kelas dan gender*. Yogyakarta: Jalasutra.

Baksin, Askurifai. 2006. *Jurnalistik Televisi, Teori dan Praktik*. Bandung: PT.
Remaja Rosdakarya.

Barthes, Roland. 2009. *Mitologi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.

Biguel, Jonathan. 1997. *Media Semiotics An Introduction*. Manchester and New
York: Manchester University Press.

Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus
Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

_____. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.

Burton, Greame. 2007. *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar kepada Studi Media*. Yogyakarta: Jalasutra.

Cangranga, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja

Grafindo Persada.

Danesi, Marcel. 2010. *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta:

Jalasutra.

Dillistone, F.W. 2002. *The Power of Symbols*. Yogyakarta: Kanisius.

Elster, Jon. 2000. *Marxisme: Analisis Kritis*. Jakarta: Penerbit Prestasi Pustakarya.

Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.

_____. 2007. *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKIS.

Fiske, Jhon. 2011. *Memahami Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.

_____. 2011. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

George Ritzer-Douglas J.Goodman. 2003. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.

Harahap, Machyudin Agung. 2013. *Kapitalisme Media: Ekonomi Politik Berita dan Diskursus Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Hardt, Hanno. 2005. *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika*. Yogyakarta: Jalasutra.

_____. 2007. *Critical Communication Studies: Sebuah Pengantar Komprehensif Sejarah Perjumpaan Tradisi Kritis Eropa dan Tradisi Pragmatis Amerika*. Yogyakarta: Jalasutra.

Harison J, Ompusunggu. 2011. *Buku Pintar Doa Kristen*. Leutika Nouvalitera.

Ibrahim, Idi Subandy. 2007. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi (Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia Kontemporer)*. Yogyakarta: Jalasutra.

Jalaluddin. 2002. *Psikologi Agama Edisi Revisi*. 2002. Jakarta : PT Rajagrafindo

Junaedi, Fajar. 2007. *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta:

Santusta.

Kasiyan. 2008. *Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan dalam Iklan*. Yogyakarta: Ombak

Kriyantono, Rahmat. 2006. *Tehnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kusnadi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Isi Media Televisi*. Jakarta: PT RinekaCipta.

Kusuma, Surya Adhi. 2009 *Gereja Bethany Fresh Anointing di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Lubis, A.Y. 2006. *Dekonstruksi Epistemologi Modern; Dari Postmodernisme, Teori Kritis, Poskolonialisme hingga Cultural Studies*. Jakarta: Pustaka Indonesia Satu.

Magnis, Franz dan Suseno. 1992. *Filsafat Sebagai Ilmu Kritis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

2005. *Pijar-pijar Filsafat: Dari Gatholocoke Filsafat Perempuan, dari Adam Muller ke Postmodernisme*. Yogyakarta: Kanisius.

Maryani, Eni. 2010. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

2011. *Media dan Perubahan Sosial : Suara Perlawanan Melalui Radio Komunitas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

McQuail, D. 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

- _____. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Morissan. 2008. *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Perkasa.
- _____. 2004. *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Perkasa.
- _____. 2005. *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Perkasa.
- Moscow, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communcation*. London: Sage Publications.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nezar Patria dan Andi Arief. 1999. *Antonio Gramsci: Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Piliang, Yasraf Amin. 1999. *Hiper-realitas Kebudayaan: Semiotika, Estetika, Posmodernisme*. Bandung: LKIS.

Rastati, Rani. 2008. *Penggunaan Warna Maskulin dan Feminim Pada Hadiah Ulang Tahun Anak-anak Jepang*. Jakarta: FIB UI.

Riswandi. 2009. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rosyidi, Latif. 1989. *Dasar – dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*. Medan : Firma Rimbow.

Sendjaja, S. Djuarsa. 2005. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka

Simon, Roger. 2004. *Gagasan – gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sobur, Alex. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.

_____ 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT RemajaRosdakarya.

_____ 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT RemajaRosdakarya.

Santoso, Listiyono Dkk. 2007. *Epistemologi kiri*, Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

Shindunata. 1982. *Dilema Usaha Manusia Rasional, Kritik Masyarakat Modern*

Oleh Max Horkheimer Dalam Rangka Sekolah Frankfurt. Jakarta :

Gramedia.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sunandar. 1998. *Telaah Format Keagamaan di Televisi, Studi Deskriptif Analisis TPI, Tesis*. Yogyakarta :Rineka.

Sunardi, St. 2004. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik Yogyakarta.

Suyanto, Bagong. 2012. *Anak Perempuan yang Dilacurkan: Korban Eksploitasi di Industri Seksual Komersial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Strinati, Dominic. 2004. *Introduction to Theories Of Populer Culture*. Routledge.

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi media, cerdas bermedia khalayak media massa*. Jakarta : PT RajaGrafindoPersada.

Thwaites, Tony et all. 1994. *Tools for Cultural studies : An Introduction*. Australia : MacMillan Education.

Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar ilmu komunikasi*. Bogor :Ghalia Indonesia

_____.2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi :Suatu Pengantar*. Jakarta :IndeksGramedia.

Weedon, Chirs. 2004. *Identity and Culture. Narrative of Difference and Bilonging*. England : Open University Press McGraw-Hill Education.

Wijaya, Trifena. 2014. *Representasi Spiritual Kristen Pada Arsitektur Gereja Kristen Indonesia Pregolan Bunder Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.

Woodfin, Rupert., Zatare, Oscar. *Mengenal Marxisme*. 2008. Yogyakarta. Resist Book.

Sumber Lain:

Al kitab

Al - Qur'an

Skripsi

Sakinah, Putri. 2012. *Membongkar Religiotainment Sebagai Budaya Populer (Analisis Isi Kualitatif Terhadap Tayangan Islam Itu Indah di TransTV)*. Jakarta : Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Taqqiya, Hani. 2011. *Analisis Semiotik Terhadap Film In The Name Of Good*. Jakarta : Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Anggraini, Shinta. 2012. *Rasisme Dalam Film Fitna (Analisis Semiotika Rasisme di Dalam Film Fitna)*. Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran'.

Lainnya

Account Instagram @generasizerudiambilpadatanggal 13 november 2016 pukul 11.00 WIB.

Internet

<https://dikiumbara.wordpress.com> diakses tanggal 13 oktober 2016, pukul 07.21

<https://www.lids.org/gospel-principles> diakses tanggal 15 oktober 2016, pukul 20.21

www.kbbi.web.id di akses tanggal 25 Oktober 2016, pukul 22.54

<http://katolisitas.org/3245/dalamnya-makna-tanda-salib> diakses tanggal 15 oktober 2016, pukul 21.00

<http://www.indosiar.com/shows/mamah-aa-beraksi> diakses tanggal 15 oktober 2016, pukul 22.15

Jurnal

Herianto Sande Pailang. *Membangun Spiritual Remaja Masa Kini Berdasarkan AMSAL 22:6* (Jurnal Jaffray : Sekolah Tinggi Theologia Jaffray 2012).

Markus Hildebrant Rambe. *Penuntun Simbol-simbol Ibadah Kristen, Sebuah Ensiklopedia Dasar* (Jurnal STT Intim Makassar Edisi Khusus 2004).

Sriti Mayang Sari, *Peran Warna Pada Interior Rumah Sakit Berwawasan 'Healing Environment' Terhadap Proses Penyembuhan Pasien Dimensi Interior* (Vol. 1. No.2. Desember. 2003).

Yasraf Amir Piliang, *SemotikaTeks: SebuahPendekatanAnalisisTeks* (JurnalMediaTor Vol. 5 No.2 tahun 2004).

Data

Data Rating dan Share Generasi Zeru per-30 Januari 2016. Sumber diperoleh dari Kepala Progamming Global TV, Bapak Yedi HR.

