

**TRANSFORMASI NILAI VIA SINETRON DAN PROBLEM URBANISASI  
KULTURAL DITINJAU DARI PERSPEKTIF TEORI KAPITAL PIERRE  
BOURDIEU**

**Mohammad Bahrul Ulum**  
IAI Nurul Jadid Paiton Probolinggo  
PO. BOX. 1 Karanganyar Paiton Probolinggo  
e-mail: [sanglaut@gmail.com](mailto:sanglaut@gmail.com)

**ABSTRAK**

*This write try approach issue transformation of value that happen through impressions of sinetron with in order to teory of Bourdieu about capital, where he (capital) play role that very important in affect habit a society. The sinetron is complexion of impressions that the most many broadcast by televition in Indonestion. Through various sinetron, proces domination of discourse happen. Result from the proces is urbanization or cultural of society to a value and culture urban for example that appear in televition. The sinetron domination the all simbolic of capital that have power for compel viewers acknowledge presence hierarchy of structure between himself with the people that views in screen. Finally, in simple borrow term of Foucault "sinetron can be regarded a "rite truth" that engineered for produce habit of society to direction that desired capital of power.*

*Tulisan ini mencoba mendekati persoalan transformasi nilai yang terjadi melalui tayangan sinetron dengan menggunakan teori Bourdieu tentang kapital, di mana ia (kapital) memainkan peranan yang sangat penting dalam memengaruhi habitus suatu masyarakat. Sinetron adalah jenis tayangan yang paling banyak disiarkan oleh televisi di Indonesia. Melalui berbagai sinetron, proses dominasi wacana terjadi. Hasil dari proses itu adalah 'urbanisasi' (atau minimal imitasi) kultural masyarakat terhadap suatu tata nilai dan kultur urban seperti yang tampak di televisi. Sinetron mendominasi sekumpulan kapital simbolik yang memiliki kekuatan untuk 'memaksa' pemirsanya mengakui adanya hirarki struktur antara dirinya sendiri (pemirsa sinetron) dengan orang-orang (para aktor)*

*yang disaksikannya di layar kaca. Akhirnya, secara sederhana— meminjam istilah Foucault—sinetron dapat dipandang sebagai “ritus kebenaran” yang direkayasa untuk memproduksi habitus masyarakat ke arah yang dikehendaki penguasa kapital.*

Keyword: Transformation, Sinetron, Urbanization, Cultural, and Teori Kapital Pierre Bourdieu

## PENDAHULUAN

Maraknya tayangan sinetron (sinema elektronik) di pertelevisian kita adalah suatu fenomena yang problematis. Dikatakan problematis, sebab sinetron menjadi jenis tayangan yang paling banyak disiarkan oleh televisi di Indonesia (berdasarkan data AGB Nielsen Media Research), namun di samping itu sinetron juga yang paling bertanggungjawab atas materi-materi tak layak (kekerasan verbal, gunjingan, adegan kekerasan, dsb.) yang menjadi konsumsi publik. (Hendriyani dalam Rendro DS (ed.), 2010 : 157)

Secara umum, kondisi sinetron kita saat ini selain miskin cerita (terlihat jelas dari alur yang diulang-ulang walau dengan modifikasi gaya yang berbeda), juga semakin ‘irrasional’. Irrasionalitas yang dimaksud bukan saja terkait unsur ‘klenik’ yang kini memang banyak diintrodusir oleh berbagai sinetron (khususnya yang mengangkat tema mistik/horor), melainkan juga irrasionalitas dalam arti bahwa sajian dalam sinetron-sinetron di pertelevisian kita, baik berkenaan dengan jalan cerita, penokohan, maupun pesan atau gagasan yang berusaha disampaikannya kepada pemirsa, banyak bersifat manipulatif, banal, mengada-ada dan semakin jauh dari kenyataan hidup sehari-hari mayoritas masyarakat yang menjadi konsumen dari sinetron-sinetron itu.

Sinetron-sinetron *bahuela* seperti *Si Doel Anak Sekolah* (1993, Sutradara: Rano Karno), *Keluarga Cemara* (1996, Sutradara: Arswendo Atmowiloto), adalah sinetron-sinetron legendaris yang melekat di hati karena kekayaan nilai dan pesan moral yang disuguhkannya, yang sungguh disayangkan bahwa sinetron-sinetron seperti itu kini tak ada lagi. Mungkin sudah bukan jamannya. Mungkin masyarakat memang

menghendaki tayangan yang lebih ‘kota’, lebih seksi dan memanjakan mata. Salah satu contoh, *rating* sinetron berjudul *Putri Yang Ditukar*, dengan Nikita Willy sebagai pemeran utamanya, sangat fantastik hingga mendapatkan penghargaan sebagai Drama Seri Terfavorit pada Panasonic Gobel Awards 2011 (sinetron ini juga merupakan salah satu di antara sepuluh sinetron dengan jumlah episode terbanyak di Indonesia, yakni 676 episode, bersama dengan *Tukang Bubur Naik Haji*, 1300 episode, dan *Cinta Fitri*, 1002 episode). (<http://id.wikipedia.org/wiki/sinetron>)

Tapi benarkah bahwa *rating* selalu membuktikan bahwa tayangan tersebut memang sesuai dengan kehendak masyarakat? Di saat berbagai rumah produksi berlomba-lomba membuat sinetron berdasarkan tren yang sedang berlangsung, apakah masyarakat memiliki kesempatan untuk menyuarakan keinginannya tentang sinetron atau tayangan apa yang sepatutnya ada? Faktanya, yang terjadi sebenarnya adalah pihak rumah produksi (atau penguasa kapital) mencoba menawarkan suatu ide cerita yang tampaknya baru, kemudian dicoba untuk ditayangkan beberapa episode sambil lalu melihat perkembangan yang berlangsung, dan apabila *rating* sinetron itu tinggi, maka dilanjutkanlah episodenya sampai beratus-ratus, bahkan ribuan, sementara di sisi yang lain masyarakat ‘terpaksa’ menonton tayangan itu karena memang hampir semua *channel* televisi acaranya senada: sinetron dan gosip selebriti yang mendominasi. Ini fenomena yang banyak terjadi, tidak hanya terkait dengan sinetron, namun lebih luas lagi terjadi dalam hubungan antara penguasa (*man of power*), masyarakat sebagai objek dan media massa sebagai alat kekuasaan. (Victoria Johnson (ed.), 2007 : 160)

Di depan televisi, masyarakat hanya ‘terpaksa’ menonton dan akhirnya terlena oleh sinetron. Ini dibuktikan dengan kebiasaan ‘kejar tayang’ dalam pembuatan sinetron-sinetron kita. Artinya, pihak rumah produksi sendiri sesungguhnya hanya menyiapkan beberapa episode secara ‘serius’ namun untung-untungan (kalau laku keras berarti untung, kalau *rating* anjlok berarti buntung), sementara itu untuk episode-episode selanjutnya diberlakukanlah prinsip kejar-tayang: selagi *rating* tinggi, episode terus ditambah dengan cara apapun yang

penting tayang. Alhasil, masuklah artis-artis ‘karbitan’ yang dipilih dengan mengutamakan popularitas ke dalam industri persinetronan; orisinalitas ide cerita dikesampingkan dan terjadilah pengulangan jalan cerita serta dilibatkannya berbagai peristiwa ‘kebetulan’ untuk menutupi celah skenario yang kurang matang. (Ashadi Siregar, 2005 : 3)

### **DARI DOMINASI WACANA HINGGA URBANISASI KULTURAL**

Melalui sinetron-sinetron dengan gambaran seperti di atas, terjadilah proses dominasi wacana. Hasil dari proses itu adalah ‘urbanisasi’ (atau setidaknya imitasi) kultural masyarakat menuju suatu tata nilai dan kultur urban “seperti yang di televisi”. Model pemecahan konflik rumahtangga yang akhir-akhir ini marak berujung di perceraian (belakangan, ini menjadi semacam tren), hingga mewabahnya cara tutur ‘*alay*’ di kalangan remaja mengalahkan penggunaan bahasa ibu maupun bahasa Indonesia yang ‘konvensional’, adalah wujud nyata ‘urbanisasi’ itu. (Sugiono Soetomo, 2009 : 42 & 101)

Mendekati persoalan ini dengan kacamata Bourdieu, maka kita akan melihat betapa di dalam masyarakat sungguh-sungguh terjadi suatu mekanisme dominasi sosial, di mana *habitus* masyarakat penikmat sinetron sangat dipengaruhi oleh agen-agen penguasa kapital, (William Weber, *op.cit*, t.t : 165) yang dalam hal ini bisa kita tunjuk para produsen sinetron atau rumah produksi, sekalian artis-artis yang bernaung di dalamnya, atau juga sekalian para pemilik saham stasiun-stasiun televisi nasional yang menyediakan ruang (arena) bagi terjadinya proses dominasi—bahkan ‘banalisasi’—kesadaran massa itu. Kata Bourdieu: “*Television enjoys a de facto monopoly on what goes into the heads of a significant part of the population and what they think.*” (Pierre Bourdieu, 1998 : 18)

### **MASYARAKAT DI TENGAH KEPUNGAN SINETRON**

Bourdieu berusaha menghubungkan gagasan-gagasan teoretisnya dengan riset empiris, yang berdasarkan pada kenyataan hidup sehari-hari. Karyanya sering dianggap sebagai sebuah antropologi

budaya atau sebuah “Teori Praktik.” Dengan begitu, kontribusinya terhadap sosiologi bersifat empiris sekaligus juga teoretis. Istilah-istilah kuncinya adalah *habitus*, ranah (*field*) dan dominasi simbolik. Ia meluaskan gagasan tentang kapital (*capital*) ke kategori-kategori seperti *kapital sosial*, *kapital budaya* dan *kapital simbolik*.

Habitus adalah struktur mental atau kognitif yang digunakan individu untuk menghadapi kehidupan sosial. Setiap individu dibekali serangkaian skema atau pola yang diinternalisasikan, yang digunakan untuk merasakan, memahami, menyadari, dan menilai dunia sosial. Habitus sangat berpengaruh pada dan dipengaruhi oleh struktur sosial.

Bagi Bourdieu, habitus merupakan konsep penting untuk menyambungkan antara ide tentang struktur dan ide tentang praktek. Ia berusaha mengkonsepkan habitus (kebiasaan) dalam beberapa cara, yaitu: (a) sebagai kecenderungan-kecenderungan empiris untuk bertindak dalam cara-cara yang khusus (gaya hidup); (b) sebagai motivasi, preferensi, cita rasa atau perasaan (emosi); (c) sebagai perilaku yang mendarah daging; (d) sebagai suatu pandangan tentang dunia (kosmologi); (e) sebagai keterampilan dan kemampuan sosial praktis, dan; (f) sebagai aspirasi dan harapan berkaitan dengan perubahan hidup dan jenjang karier. (Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (ed.), 2005 : 180)

Habitus membekali seseorang dengan hasrat, motivasi, pengetahuan, keterampilan, rutinitas dan strategi untuk memproduksi status yang lebih tinggi. Oleh karena itu, keluarga dan lembaga pendidikan merupakan aktor yang sangat berperan penting dalam membentuk habitus yang khas. Habitus yang khas itulah yang membuat manusia dapat hidup dalam kesehariannya secara spontan dan berinteraksi dengan pihak-pihak lain, di mana dalam proses interaksi dengan pihak lain itulah terbentuk *field* (arena).

Bourdieu memandang bahwa *field* lebih bersifat relasional ketimbang struktural. *Field* adalah jejaring antar posisi obyektif yang saling terhubung. *Field* merupakan sebuah arena pertarungan—sejenis pasar kompetisi di mana berbagai jenis kapital (ekonomi, kultur, sosial, simbolik) digunakan dan disebarluaskan. Sedangkan mengenai kapital, Bourdieu menganggapnya memainkan peranan yang penting, karena

kapitallah yang memungkinkan orang untuk mengendalikan nasibnya sendiri maupun nasib orang lain.

Ada empat kapital yang berperan dalam masyarakat yang menentukan kekuasaan sosial dan ketidaksetaraan sosial. Pertama, kapital ekonomis yang menunjukkan sumber ekonomi. Kedua, kapital sosial yang berupa hubungan-hubungan sosial yang memungkinkan seseorang bermobilisasi demi kepentingan sendiri. Ketiga, kapital simbolik yang berasal dari kehormatan dan *prestise* seseorang. Dan keempat adalah kapital budaya yang memiliki beberapa dimensi, yaitu: (a) pengetahuan obyektif tentang seni dan budaya, (b) cita rasa budaya (*cultural taste*) dan preferensi, (c) kualifikasi-kualifikasi formal (seperti gelar-gelar akademik), (d) kemampuan-kemampuan kultural dan pengetahuan praktis, (e) kemampuan untuk dibedakan dan untuk membuat perbedaan antara yang baik dan buruk. (Pierre Bourdieu, 1984 : 470)

Bagi Bourdieu, setiap individu memiliki posisi tertentu dalam ruang sosial yang multidimensi. Ruang itu tidak didefinisikan oleh keanggotaan kelas sosial, namun melalui jumlah setiap jenis kapital yang ia miliki. Kapital itu mencakup nilai jejaring sosial, yang bisa digunakan untuk memproduksi atau mereproduksi ketidaksetaraan.

Dalam konteks masyarakat *vis a vis* 'bisnis' sinetron, terjadilah suatu dominasi simbolik yang pada gilirannya menyebabkan terjadinya produksi atau reproduksi ketidaksetaraan dalam struktur masyarakat. Relasi simbolik, yang merupakan sebuah relasi komunikasi antara pengirim pesan (aktor dalam sinetron) dan penerima pesan (pemirsa sinetron), mau tidak mau juga berimbas pada relasi ekonomi, meski tak langsung. Di dalamnya berlaku juga logika ekonomi seperti produsen dan konsumen, kapital simbolik, dan pasar di mana orang bisa memperoleh keuntungan baik material maupun simbolik. Dengan kata lain, ujaran dan simbol-simbol yang dimunculkan tidak hanya untuk dimengerti, melainkan juga adalah sebuah tanda kekayaan (*sign of wealth*) dan tanda kekuasaan (*sign of authority*), yang bisa memaksakan sebuah dominasi. Ini terbukti dalam kenyataan sehari-hari, di mana bahasa tidak lagi dipakai hanya sebagai sebuah alat komunikasi, melainkan juga alat adu gengsi (contoh, bahasa 'kota'

*vis a vis* bahasa ‘udik’ yang dianggap rendah). Di dalam usaha komunikasi tersebut bahkan sering terjadi pertentangan kepentingan antara penyampaian informasi dengan keinginan untuk mendapatkan keuntungan simbolik. ( Bourdieu, 1999 : 480)

Bourdieu juga mengungkapkan bahwa *ujaran* mendapatkan nilai dari hubungannya dengan *pasar*, yang ditentukan oleh relasi agen-agen di dalamnya. Nilai tersebut tergantung pada relasi kekuasaan yang ditentukan oleh *kompetensi linguistik* para pembicara, yang tergantung pada kapasitas agen di dalamnya untuk memaksakan suatu *kriteria penerimaan* yang paling menguntungkan bagi produk mereka sendiri. Kapasitas ini bukan semata-mata kapasitas linguistik, melainkan ditentukan juga oleh struktur sosial, termasuk kedudukan sosial pengujar dan tempat ujaran itu berlaku. ( Bourdieu, 1999 : 481)

Jika kita lihat sinetron sebagai media penyampai pesan dalam bentuk bahasa yang lebih luas dari sekedar ‘apa yang diucapkan dengan kata-kata’, melainkan juga sekumpulan simbol yang ditunjukkan, dipamerkan dan divisualisasikan sedemikian rupa, maka kita akan maklum bahwa apa yang dinyatakan Bourdieu itu mendapatkan pembenarannya, bahwa simbol-simbol di dalam sinetron itu mendapatkan nilai dari hubungannya dengan masyarakat sebagai pasar.

#### **PROBLEM EPISTEMOLOGIS URBANISASI KULTURAL AKIBAT SINETRON**

Di atas telah disebutkan bahwa *habitus* adalah struktur mental atau kognitif, yang dihasilkan dan sekaligus juga menghasilkan struktur masyarakat. *Habitus* juga terkait dengan terinternalisasinya suatu gaya hidup. Kini kita mendapati adanya suatu ‘urbanisasi kultural’, salah satunya diindikasikan oleh pergeseran gaya hidup, yang berbasis sinetron dan atau berbasis tontonan ‘seperti yang di televisi’. Dengan menggunakan kacamata Bourdieu, secara sederhana dapatlah kiranya kita katakan bahwa dengan demikian *habitus* masyarakat sangat terpengaruh oleh sinetron, atau, dengan kata lain, sinetron dapat juga dipandang sebagai bentuk dominasi simbolik terhadap masyarakat, sebab di dalamnya simbol-simbol diperkenalkan dan

dipromosikan sedemikian rupa sebagai 'yang memiliki nilai lebih' dibandingkan dengan apa yang ada dalam *habitus* asali di tubuh masyarakat. Misalnya, anak yang sukses adalah anak yang tampan, memiliki pasangan yang cantik dan rumah dengan desain interior kelas elit, sekalian lengkap dengan mobil mewahnya. Di samping itu, 'bonaviditas' penampilan juga harus diperhatikan. Demikian karakter kesuksesan dalam sinetron. Di dalam sinetron, penokohan karakter masih juga muda belia; katakanlah, rata-rata usia aktor yang dianggap representatif untuk memerankan seorang 'anak sukses' berkisar antara 20 sampai maksimal 40-an tahun.

Bahwa di dalam kehidupan nyata memang ada anak muda yang demikian 'sukses'-nya sehingga dalam usia yang semuda itu sudah berdasi, berumah pribadi, bermobil mewah dan memiliki pasangan rupawan serta baik budi pula, dapat saja kita percaya ada. Sebab, apa yang tak mungkin di dunia ini? Namun itu tak bisa dikatakan sebagai kenyataan sosial masyarakat kita. Himpitan beban berupa kondisi sempitnya lahan pekerjaan, barisan panjang pengangguran, rendahnya upah minimum regional dibandingkan mahalannya barang-barang kebutuhan pokok, krisis kepercayaan terhadap pemerintah yang semakin menghantui masyarakat di tengah karut-marutnya berbagai sendi kehidupan sosial dan politik, semua itu lebih layak untuk disebutkan sebagai realitas sosial yang dihadapi masyarakat kita.

Melihat kenyataan itu, dapat kita katakan bahwa secara epistemologis pesan-pesan simbolik yang disampaikan oleh kebanyakan sinetron itu tidak memiliki dasar korespondensif dengan objek yang diacunya (masyarakat). Namun, *toh*, pesan-pesan simbolik itu pun dapat diterima, diresapi dan dipraktekkan oleh banyak kalangan di masyarakat kita, tua-muda, yang mengikuti sinetron secara serius dan sungguh-sungguh. Mengapa demikian? Menurut hemat saya, dengan menggunakan teori Bourdieu, kemungkinan besar alasan untuk hal itu adalah karena adanya kesenjangan antara masyarakat di satu sisi dan para 'pebisnis sinetron' di sisi lain dalam hal penguasaan kapital. Karena akan terlalu luasnya lingkup yang diperlukan untuk membahas keterkaitan antara penguasaan masing-masing kapital itu dengan proses reproduksi sosial, saya memutuskan untuk mengonsentrasikan

pembahasan makalah ini pada salah satu kategori kapital saja, yakni kapital simbolik, di mana dominasi atasnya saya yakini juga menjadi faktor utama dalam mendorong terjadinya reproduksi sosial yang dalam konteks ini tercermin dalam wujud masyarakat yang mengalami urbanisasi kultural.

### **URBANISASI KULTURAL BERBASIS SINETRON: PENGARUH DOMINASI SIMBOLIK TERHADAP REPRODUKSI SOSIAL**

Bourdieu, seperti telah disebutkan di atas, memperluas konsep tentang kapital tidak hanya yang bersifat ekonomis, melainkan juga ke kategori-kategori lain seperti kapital sosial, kapital budaya, dan kapital simbolik. Dalam konteks permasalahan yang kita bahas, yakni dalam rangka melihat dominasi simbolik yang terjadi dalam hubungan antara sinetron dengan pemirsanya, kita diingatkan kepada gagasan Bourdieu bahwa bahasa formal memiliki kekuatan memaksa karena berkenaan dengan struktur yang berlaku, dan karena itu memiliki legitimasi. ( Bourdieu, 1999 : 482)

Menurut saya, peran bahasa formal itu dapat disetarakan dengan simbol-simbol yang divisualisasikan dan disampaikan lewat sinetron. Dengan kata lain, sinetron mendominasi sekumpulan kapital simbolik yang memiliki kekuatan untuk ‘memaksa’ pemirsanya mengakui adanya hirarki struktur antara dirinya (pemirsa) dengan orang-orang (aktor) yang disaksikannya di layar kaca.

Kekuatan memaksa itu terdapat di dalam sinetron sebab bahasa dan simbol-simbol lain yang digunakan di dalamnya itu memiliki legitimasi. Jika bahasa formal memiliki legitimasi yang berasal dari status sosial penuturnya atau dari status bahasa itu sendiri sebagai bahasa resmi yang sesuai dengan aturan gramatikal sehingga dianggap lebih terhormat untuk digunakan, maka bahasa dan simbol-simbol dalam sinetron memiliki televisi itu sendiri sebagai alat legitimasi. Foucault menyebut hal semacam ini, yakni yang dapat dijadikan sumber legitimasi itu, sebagai ‘ritus kebenaran’ yang berasal-usul dari adanya kekuasaan. (Dianna Taylor (ed.), 2010 : 13-26)

Televisi merupakan media informasi (dan transformasi) yang sangat berpengaruh bagi masyarakat. Sebagai salah satu media massa yang menjadi tempat bagi lalu-lintas informasi yang dapat diakses secara massal dan serentak dari berbagai daerah, televisi memiliki daya tarik tertentu, salah satunya adalah popularitas bagi apa atau siapa pun yang tampil di dalamnya. Efek popularitas itu membuat orang yang menyaksikan tayangannya secara tak sadar digiring untuk menganggap bahwa realitas yang muncul di televisi itu adalah realitas yang nilainya lebih tinggi sebab bersentuhan dengan pengalaman lebih banyak orang. Padahal nyatanya realitas di dalam televisi itu hanyalah 'bayangan', hanya representasi dari realitas sesungguhnya di luar sana, bahkan acap kali bersifat manipulatif, dibuat-buat sedemikian rupa demi kepentingan dramatisasi yang sering dimanfaatkan untuk merebut perhatian masyarakat, di mana tujuan akhirnya adalah dominasi kapital dalam berbagai bentuk. (Rhenald Kasali, 2006: 10)

Sinetron menjadi salah satu komoditas yang sangat menggiurkan bagi dunia pertelevisian kita. Sebaliknya, dengan televisi yang berperan sebagai mediana, di mana ia dapat menjadi suatu 'ritus kebenaran' yang melegitimasi sinetron sehingga seolah-olah bahasa dan gaya (simbol) di dalamnya merupakan bahasa dan gaya yang lebih tinggi dan lebih baik dibandingkan dengan bahasa dan gaya yang berasal dari siapa pun yang tidak ditayangkan di televisi, maka sinetron pun mendapatkan pembelaan dan pembedaannya sebagai bentuk realitas yang lebih unggul tingkatannya daripada realitas yang nyata-nyata kita alami dalam kehidupan sehari-hari. (Eriyanto, 2001: 67)

Demikianlah akhirnya sinetron mendominasi kapital simbolik dalam hubungannya dengan masyarakat yang menganggap diri mewakili realitas yang lebih rendah karena tidak pernah 'masuk televisi'. Maka lambat laun masyarakat pun menerima dan menikmati realitas bayangan dihadapannya, bahkan secara serempak dan sukarela mereka melakukan urbanisasi kultural dari identitas lama mereka sebagai 'orang udik' yang ketinggalan jaman menjadi orang kampung yang 'tercerahkan' dan bisa bergaya sambil berbicara bahasa *alay* seperti artis-artis di televisi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, Pierre, *Distinctions: A Social Critique of the Judgment of Taste*, translated by Richard Nice, Harvard University Press: 1984
- \_\_\_\_\_, *Languange Symbolic and Power*, dalam Jaworsky dan Coupland (ed), *The Discourse Reader*, 1999.
- \_\_\_\_\_, *On Television*, The New Press, New York: 1998.
- DS, Rendro (ed.), *Beyond Borders: Communication Modernity & History*, The 1st LSPR Communication Research Conference 2010
- Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Penerbit LKiS, Yogyakarta: 2001
- Johnson, Victoria (ed.), *Opera and Society in Italy and France from Monteverdi to Bourdieu*, Cambridge University Press: 2007
- Kasali, Rhenald, *Transformasi Usaha Industri Media Massa*, dalam Jurnal Komunika (LIPI) Vol. 9, No. 2: 2006
- Siregar, Ashadi, *Sinetron Indonesia untuk Pasar dan Budaya*, Yogyakarta, Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerbitan: 2005
- Soetomo, Sugiono, *Urbanisasi dan Morfologi*, Yogyakarta, Graha Ilmu: 2009
- Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto (ed.), *Teori-Teori Kebudayaan*, Yogyakarta, Penerbit Kanisius: 2005
- Taylor, Dianna (ed.), *Michel Foucault: Key Concepts*, Acumen Publishing: 2010
- <http://id.wikipedia.org/wiki/sinetron>