



**PEMAKNAAN KHALAYAK TERHADAP SOSOK HAJI DALAM  
SINETRON TUKANG BUBUR NAIK HAJI THE SERIES**

**SUMMARY SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro Semarang**

**Penyusun**

**Nama : NURHANATIYAS MAHARDIKA**

**NIM : D2C009007**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

**2014**

**Nama** : Nurhanatiyas Mahardika  
**NIM** : D2C009007  
**Judul** : Pemaknaan Khalayak Terhadap Sosok Haji Dalam Sinetron  
*Tukang Bubur Naik Haji The Series*

#### ABSTRAK

Sinetron masih menjadi tayangan televisi paling laris di Indonesia. Hampir seluruh stasiun televisi swasta dan negeri menayangkan sinetron dengan berbagai tema, dan yang sedang marak saat ini adalah sinetron religi dengan menampilkan sosok haji. Salah satu sinetron yang menampilkan sosok haji adalah *Tukang Bubur Naik Haji The Series* dengan Haji Muhidin sebagai pemeran utama. Sosok Haji Muhidin merupakan contoh penggunaan identitas keagamaan dalam konteks yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Haji diidentikkan dengan seseorang yang paling kaya dan sebutan haji menjadi sebuah gengsi tersendiri.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak terhadap konstruksi media atas sosok haji dalam tayangan *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Teori dasar yang digunakan adalah teori *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall tentang bagaimana khalayak memproduksi sebuah pesan dari suatu teks media. Proses tersebut akan menghasilkan makna yang tidak selalu sama karena dipengaruhi oleh kapasitas setiap penonton. Data diperoleh dari *in-depth interview* terhadap empat informan dengan latar belakang berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan Haji Muhidin dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* merupakan haji yang mempunyai sikap yang cenderung negatif dibandingkan sifat positif, seperti sombong yang selalu diperlihatkan dengan membanggakan status haji dua kali, iri, dengki, dan terlalu mengejar duniawi. Selain itu, sinetron ini hanya menjadi sinetron yang mengedepankan sisi hiburan dibandingkan nilai edukasi. Dalam proses konsumsi dan produksi makna terhadap sosok Haji Muhidin, perbedaan latar belakang agama, sosial budaya, dan pengalaman empat informan menjadi faktor penting yang membedakan pemaknaan mereka.

Kata Kunci : Identitas Keagamaan, *Tukang Bubur Naik Haji The Series*

**Name** : Nurhanatiyas Mahardika  
**NIM** : D2C009007  
**Title** : **The Audience Interpretation Of Hajj Figure In The Soap Opera *Tukang Bubur Naik Haji The Series***

#### ABSTRACT

The soap opera still become the most popular television show in Indonesia. Almost all the television stations show the soap opera in variety themes, and the most popular soap opera nowadays is religion soap opera by create a hajj figure. One of them is *Tukang Bubur Naik Haji The Series* with Haji Muhidin as the main cast. The figure of Haji Muhidin such a sample in using religious identity which is not suitable with Islamic thought. Hajj figure describes as the richest person and that term being such a prestige for him.

This research aim to understanding the audience interpretation to media construction of hajj figure in a soap opera *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. The research method is qualitative and reception analysis. Encoding-decoding theory by Stuart Hall about how audience product a message from media text being basic theory of this research. Those processes would produce different meaning because influenced by capacity every audience. Data collected by in-depth interview with four different informants.

The result show that Haji Muhidin in *Tukang Bubur Naik Haji The Series* is a hajj figure who has negative attitude like arrogant by always proud of his status, jealous, spite, and too much worldly-minded. Despite of that, this soap opera only promote entertain side than education. In a consume and produce meaning of haji muhidin, the difference of religion, social culture, and the experience of four informants being the main factors in differenting their meaning.

Keywords : Religious Identity, *Tukang Bubur Naik Haji The Series*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini dilakukan dengan latar belakang bahwa sosok haji sebagai identitas keagamaan masih digunakan untuk menarik minat penonton televisi melalui tayangan sinetron religi komedi yang awalnya tayang pada bulan Ramadan. Dan yang paling menuai banyak kontroversi adalah sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Sinetron yang memenangkan kategori sinetron terfavorit dalam ajang Panasonic Gobel Award 2013 ini menceritakan mengenai tokoh Bang Sulam (Mat Solar) seorang tukang bubur ayam yang penyabar dan selalu tersenyum. Berkat ketekunan dan keikhlasannya, akhirnya ia bisa naik haji dan memperbesar usaha bubur ayamnya. Bang Sulam tinggal bersama Rodiah (Uci Bing Slamet) istrinya dan Emak (Nani Wijaya). Tetangga Bang Sulam, Haji Muhidin (Latief Sitepu) dan Hajah Maemunah (Shinta Muin) istrinya, entah mengapa selalu memusuhi keluarganya. Bahkan anak mereka, Rumanah (Citra Kirana) dilarang berhubungan dengan Robby (Andi Arsyil), adik Bang Sulam. Fitnah-fitnah tentang keluarga Bang Sulam pun berdatangan. Cerita keseluruhan *Tukang Bubur Naik Haji The Series* seperti menonton kehidupan masyarakat sehari-hari, yang di dalamnya termasuk perilaku kita sendiri. Kita yang seolah-olah seorang dermawan sejati, padahal sebenarnya kita sangat mengharapkan pujian orang. Selalu ada kecenderungan ingin pamer. Bagaimana kita selalu berpenampilan suci, padahal apa yang kita lakukan seringkali keji. Kecenderungan ingin pamer selalu ditunjukkan oleh sosok Haji Muhidin yang menonjolkan diri sebagai haji dua kali. Selain kecenderungan ingin pamer, sikapnya yang pelit, licik, dan sangat jahat sungguh jauh dari ajaran agama Islam.

Sikap Haji Muhidin di sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* ini menuai banyak kontroversi, seperti dari Pembina Masyarakat TV Sehat Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang meminta untuk sinetron ini dihentikan karena dianggap merendahkan simbol Islam, yaitu Haji.

### B. Rumusan Masalah

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* saat ini menjadi tayangan sinetron unggulan di RCTI. Terlebih identitas yang diambil langsung menyentuh pada hal yang sensitif, yakni keyakinan. Penonton menginterpretasikan teks media dengan cara dihubungkan dengan keadaan sosial dan budaya serta pengalaman subyektif mereka. Dari pemaparan tersebut, masalah yang dapat dirumuskan

adalah bagaimana pemaknaan khalayak terhadap konstruksi media atas sosok haji dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pemaknaan khalayak terhadap konstruksi media atas sosok haji dalam tayangan *Tukang Bubur Naik Haji The Series*.

### D. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan analisis resepsi. Khalayak melalui pengalaman dan latar belakang memiliki cara tersendiri dalam membaca dan memaknai teks media. Sebagaimana khalayak tersebut berasal dari latar belakang pendidikan, budaya dan psikografis yang berbeda maka mereka pun akan memiliki perbedaan-perbedaan dalam memaknai teks atau pesan media. Ien Ang (dalam Downing, Ali Mohammadi, dan Sreberny Mohammad, [eds.] 1990:160) menjelaskan tentang audien yang mengkonstruksi makna yang ditawarkan oleh media. Makna di dalam media bukanlah suatu yang tidak bisa berubah atau melekat pada teks, namun makna pada teks berita akan muncul ketika peristiwa resepsi, yaitu ketika teks berita tersebut dibaca, dilihat, atau didengar oleh khalayak.

Khalayak penonton yang berasal dari latar belakang berbeda-beda akan melakukan negosiasi teks dalam tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* dengan cara-cara yang masuk akal berdasar latar belakang dan perbedaan referensi masing-masing khalayak penonton sinetron tersebut. Sebagai pembuat makna, masing-masing akan memiliki konsep yang berbeda dalam merekonstruksi makna dari realita yang ditayangkan dalam sinetron. Sehingga dengan demikian akan dihasilkan keragaman tema dan kemampuan meresepsi teks dalam tayangan tersebut yang berbeda pula antara masing-masing pemirsa.

Selain itu pemirsa tayangan sinetron adalah pemirsa aktif dan penghasil makna, bukan konsumen makna. Pemirsa televisi tidak pernah pasif dalam membaca sebuah realita yang disajikan oleh media massa seperti halnya kemampuan meresepsi realita sekaligus isi tayangan sinetron. Pemirsa tayangan sinetron adalah *active audience* karena persepsi yang mereka tangkap dari tayangan tersebut tidak secara langsung terbentuk begitu saja oleh pemirsa

Peran aktif penonton dalam memaknai teks juga dapat dilihat pada model *encoding-decoding*. Hall menjelaskan model *encoding-decoding* sebagai pendekatan yang melihat penonton sebagai korban dan sebagai pemilik hak. Teks media memiliki arti yang spesifik yang dikodekan ulang namun penerimaan penonton ditemukan dari bagaimana mereka membaca teks media yang dimaksud. Proses mengkomunikasikan sebuah pesan (*encode*) dibutuhkan agar pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh penerima dan dapat dikirimkan kembali kepada penerima yang lain (*decode*). Pesan yang dikirimkan dari pengirim ke penerima mungkin maknanya tidak akan sama karena tergantung dari kapasitas penerima untuk merespon pesan tersebut.

Media memberikan makna utama pada khalayak yang menontonnya yang dinamakan *preferred reading*. *Preferred reading* mengacu pada cara untuk menginterpretasikan pesan media pada segala kemungkinan yang dapat diperdebatkan. Hall mengidentifikasi tiga kategorisasi yang telah mengalami proses encode-decode dari sebuah pesan. Pertama, ***Dominant-hegemonic position*** yaitu terjadi jika seseorang atau sekelompok orang melakukan pemaknaan sesuai dengan makna dominan (*preferred reading*) yang ditawarkan oleh teks media. Ini adalah tipikal keadaan yang ideal dari bentuk komunikasi transparan yang sempurna. Kedua, ***Negotiated position*** adalah khalayak secara umum setuju dengan nilai dominan yang diekspresikan oleh *preferred reading* tetapi mereka mengadaptasi pembacaan sesuai dengan kondisi sosial dan latar belakang mereka. Penonton bisa menolak bagian yang dikemukakan, di pihak lain akan mengemukakan bagian yang lain. Ketiga, ***Oppositional position*** yaitu keadaan di mana audiens menerima kode atau pesan dan membentuknya kembali dengan kode alternatif. Audiens tidak setuju dengan nilai dominan yang diekspresikan oleh *preferred reading* dari teks media (Rayner, Peter Wall, dan Stephen Kruger, 2004: 94-96).

#### E. Metoda Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi. Penelitian kualitatif memandang suatu obyek (subyek) lebih kepada sifat dan ciri-ciri yang melekat pada obyek (subyek tersebut) dan penelitian kualitatif sangatlah menghargai keunikan setiap subyek yang diamati penelitian yang mendasarkan pada kesadaran atau cara subyek dalam memahami obyek dan peristiwa dengan pengalaman individu. Analisis resepsi dapat melihat mengapa khalayak memaknai sesuatu secara berbeda, faktor-faktor psikologis dan sosial apa yang mempengaruhi perbedaan tersebut.

## F. Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Karin (22) mahasiswi, Trihastuti (21) mahasiswi, Yenny (37) pegawai swasta, dan Utti Hari (28) wiraswasta. Informan yang dipilih adalah usia dewasa agar tidak mudah terpengaruh yang lain dalam menyampaikan pendapatnya. Selain itu mereka juga berasal dari latar belakang sosial-budaya yang berbeda. Hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh lebih variatif.

## G. Jenis Data

- Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara mendalam (*indepth-interview*) yang dilakukan peneliti terhadap informan menggunakan daftar pertanyaan sebagai penuntun wawancara (*interview guides*), meliputi tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* (RCTI).

- Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder antara lain melalui berbagai buku, jurnal, artikel yang relevan dengan tema penelitian ini.

## H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan cara melakukan percakapan antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewees*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Dokumentasi dengan mengambil data yang diproses melalui dokumen-dokumen. Data yang diperoleh dari dokumentasi tayangan *Tukang Bubur Naik Haji The Series* (RCTI).

## PEMBAHASAN

Dari fokus permasalahan yang telah diteliti, yaitu mengetahui pemaknaan yang diberikan pemirsa televisi terhadap tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series*, ternyata peneliti menemukan resepsi yang dilakukan empat informan terhadap tayangan sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* sangat beragam.

Menurut kategorisasi Hall, informan 3 berada dalam *the dominant-hegemonic position*. Informan 3 setuju dengan teks yang terkandung dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* tentang penggambaran sosok Haji Muhidin karena sesuai dengan yang ditemui di dunia nyata dalam lingkungannya. Informan 3 tidak merasa jika penggambaran sosok Haji Muhidin ini mencoreng agama Islam dan menganggap kita tidak bisa memaksakan orang untuk berubah menjadi baik seperti yang kita inginkan, itu semua kembali lagi urusan dia dengan Tuhan Yang Maha Esa. Bahkan menurut informan 3 karakter Haji sekarang tetap dipertahankan tidak perlu di ganti menjadi karakter protagonis.

Sedangkan informan 2 dan 4 berada dalam *the negotiated position*. Khalayak secara general setuju dengan nilai dominan yang diekspresikan oleh *preferred reading* tetapi mereka mengadaptasi pembacaan sesuai dengan kondisi sosial dan latar belakang mereka. Ketika pesan diterima oleh khalayak dan pesan tersebut dirasakan kurang tepat, maka ia akan membuat negosiasi dalam pemaknaannya. Informan 2 mengatakan sosok Haji Muhidin pada dasarnya memiliki pesan namun terlalu diperlihatkan sisi buruknya. Informan 2 juga merasa tidak setuju jika sosok Haji Muhidin dianggap mencoreng agama Islam. Informan 2 berharap setelah memunculkan sikap buruk dari Haji Muhidin lalu dapat dimunculkan sikap baiknya. Di lingkungan informan 2 juga ada orang yang bersikap seperti Haji Muhidin. Hampir sama dengan informan 2, informan 4 juga merasa bahwa penggambaran Haji Muhidin bukan suatu yang dianggap mencoreng agama Islam karena sosok Haji Muhidin ini merupakan refleksi dari kehidupan nyata sehari-hari di sekitar kita. Seperti dilingkungannya ada seorang haji seperti Haji Muhidin yang walaupun sudah haji beberapa kali namun tetap pelit kepada orang di sekitar, termasuk saudaranya sendiri. Namun informan 4 juga berharap beberapa sifat jelek Haji Muhidin diperbaiki agar tidak terkesan terlalu buruk.

Informan 1 berada dalam *the oppositional position*. Pada posisi ini informan 1 menerima kode atau pesan dan membentuknya kembali dengan kode alternatif. Informan 1 tidak setuju dengan nilai dominan yang diekspresikan oleh *preferred reading* dari teks media. Informan 1 merasa sosok Haji Muhidin ini

mencoreng agama Islam karena dianggap tidak memberikan pelajaran yang baik bagi penonton dan membuat Islam dipandang buruk. Dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* ini hanya membuat sosok haji menjadi jelek dengan menjadikan Haji Muhidin sebagai hiburan. Informan 1 menganggap hiburan karena tidak menemukan hal yang mendidik dan isinya hanya sirik. Di dalam lingkungannya juga tidak ada orang yang sudah meyandang status haji namun tetap sombong seperti Haji Muhidin.

Berdasarkan perbedaan usia, pendidikan dan latar belakang sosial budaya para informan mereka meresepsi sosok haji secara berbeda sesuai dengan *preferred reading* yang mereka terima. Khalayak melalui pengalaman dan latar belakang memiliki cara tersendiri dalam membaca dan memaknai teks media. Sebagaimana khalayak tersebut berasal dari latar belakang pendidikan, budaya dan psikografis yang berbeda maka mereka pun akan memiliki perbedaan-perbedaan dalam memaknai teks atau pesan media (Ang, dalam Downing, Ali Mohammadi, dan Sreberny Mohammad, [eds.] 1990:160).

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian mengenai pemaknaan khalayak terhadap sosok haji dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* merupakan penelitian yang dilakukan dengan teknik wawancara dan menggunakan analisis resepsi Ien Ang dan Stuart Hall. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan empat informan yang memiliki perbedaan latar belakang sosial budaya, pendidikan, dan usia, dapat disimpulkan bahwa sosok Haji Muhidin yang ditampilkan dalam sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* merupakan haji yang mempunyai sikap yang cenderung negatif dibandingkan sifat positif, seperti sombong yang selalu diperlihatkan dengan membanggakan status haji dua kali, iri dan dengki terhadap Haji Sulam yang sukses dengan usaha bubur ayam, pelit dengan harta yang tidak sepenuhnya miliknya, dan terlalu mengejar duniawi dengan menikahi wanita lain setelah istrinya meninggal.

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* yang pada awal mulanya merupakan sinetron religi saat Ramadan kini hanya menjadi sinetron yang mengedepankan sisi hiburan. Sosok haji yang seharusnya menjadi tokoh religius

panutan di masyarakat, dalam sinetron ini digambarkan sebaliknya dengan dijadikan tokoh yang tidak disukai di masyarakat karena ucapannya yang selalu menyinggung perasaan orang lain.

## B. Rekomendasi

Sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* ini pada awalnya merupakan sinetron religi yang tayang saat Ramadan. Sesuai dengan temanya, yaitu sinetron religi, penulis berharap jalan cerita sinetron ini lebih ditekankan pada pendidikan agama. Saat ini sinetron *Tukang Bubur Naik Haji The Series* sudah melenceng dari jalan cerita awal dan mengutamakan sisi hiburan sehingga terkesan memaksakan agar terlihat panjang.

*Production house* sebagai rumah produksi yang kegiatan sehari-harinya memproduksi suatu program seperti sinetron diharapkan dapat membuat sebuah tayangan yang tidak hanya layak untuk ditonton namun memiliki nilai-nilai edukasi. Televisi merupakan media yang memiliki akses paling besar untuk menjangkau masyarakat, maka dari itu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) harus membuat aturan lebih tegas tentang penghentian penayangan program acara yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

Fiske, John and John Hartley. 2003. *Reading Television*. London: Routledge

Allen, Robert Clyde. 1985. *Speaking Of Soap Operas*. Chapel Hill, NC: The University of North Carolina Press

Tulloch, John. 2000. *Watching Television Audience: Cultural Theories and Methods*. London: Arnold, Horder Headline Group

Taflinger, Richard F. 1996. *Sitcom: What it is, How it Works, A History of Comedy on Television: 1970-1992*. [www.wsu.edu: 8080/~taflinge/comhist2.html](http://www.wsu.edu/~taflinge/comhist2.html)

- Zoebazary, Ilham. 2010. *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- M.A, Morissan, Dr. Andy Corry Wardhani, dan M.Si, Dr. Farid Hamid U, M.Si. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Wardhana, Veven Sp. 1997. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Labib, Muhammad. 2002. *Potret Sinetron Indonesia: Antara Realitas Virtual dan Realitas Sosial*. Jakarta: MU3 Books
- Bakhtiar, Prof, Dr. MA Amsal. 2007. *Filsafat Agama*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Fore, William F. 1993. *The Religious Relevance of Television*. Cardiff: University of Wales Press
- Downing, John, Ali Muhammadi, Arabella Sreberry-Muhammadi. 1990. *Questioning The Media: A Critical Introduction*. California: SAGE Publication
- Rayner, Philip, Petter Wall, dan Stephen Kruger. 2004. *Media Studies: The Essential Resource*. London: Routledge
- Lacey, Nick. 2002. *Media Institutions and Audience Key Concept in Media Studies*. New York: Palgrave
- Ritchie, Jane dan Jane Lewis. 2003. *Qualitative Research Practice*. New Delhi: SAGE Publications
- Biocca, Frank. 1988. "Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory" dalam J.A. Anderson Communication Yearbook 11. Newbury, California: SAGE
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Jensen, Klaus Bruhn. 2002. "Media Audience Reception Analysis: Mass Communication as The Social Production of Meaning". Klaus Bruhn Jensen and Nicholas W.Jankowski. *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*. USA: Routledge

- Dahlan, Abdul Aziz. 1996. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: PT. Ichtiar Baru
- Daud, Alfani. 1997. *Islam dan Masyarakat Banjar : Deskripsi dan Analisa Kebudayaan Banjar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Martono, Nanang. 2011. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Rajawali Pers
- Durkheim, Emile. 2001. *The Elementary Forms of Religion Life*. New York: Oxford University Press
- Kahmad, Dr.H. Dadang. 2006. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Bocock, Robert. 2002. *Key Sociologists Series*. New York: Routledge
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- McQuail's, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. New Delhi: SAGE Publications
- Barker, Chris. 2003. *Cultural Studies Theory and Practice*. New Delhi: 2003
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Hasanuddin, Frs. 1996. *Drama Karya Dalam Dua Dimensi*. Jakarta: Angkasa

Referensi Internet :

[www.citrasinema.com](http://www.citrasinema.com) diakses pada 05 Mei 2013.

[www.sinemart.com](http://www.sinemart.com) diakses pada 05 Mei 2013.

<http://www.iphi.web.id/> diakses pada 02 Desember 2013.

[www.youtube.com](http://www.youtube.com) diakses pada 10 Januari 2013.

Rayendra, Panditio. 2012. 5 Sinetron dengan Jumlah Episode Terbanyak dalam <http://m.tabloidbintang.com/content/58655/5-sinetron-dengan-jumlah-episode-terbanyak.html> diakses pada 05 Mei 2013.

- Ven. 2013. Inilah Para Pemenang “Panasonic Gobel Awards 2013” dalam <http://www.gatra.com/entertainmen/tv/27219-ini-dia-pemenang-panasonic-award-2013.html> diakses pada 05 Mei 2013.
- Amrullah, Amri. 2013. RCTI Akan Ubah Sifat ‘Pak Haji Muhidin’ dalam <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/13/04/22/mlnrax-rcti-akan-ubah-sifat-pak-haji-muhidin> diakses pada 12 Juni 2013.
- Hannan Putra. 2012. Ukuran Mampu (Istithaah) Bagi Orang yang Berangkat Haji dalam <http://www.jurnalhaji.com/rukun-haji/ukuran-mampu-istithaah-bagi-orang-yang-berangkat-haji/> diakses pada 02 Desember 2013
- Anwar, S.Pdl. 2013. Asal Usul Gelar Haji di Indonesia (Menurut Berbagai Versi) dalam <http://kerinci.kemenag.go.id/2013/05/12/asal-usul-gelar-haji-di-indonesia-menurut-berbagai-versi/>. Diakses pada tanggal 02 Desember 2013
- M Ruslailang Noertika (Daeng Rusle'). 2012. Kultur Haji Bagi Bugis-Makassar dalam <http://daengrusle.com/>. Diakses pada tanggal tanggal 02 Desember 2013
- Taufiqqurahman. 2013. Inilah Tradisi Warga Madura Sebelum dan Sesudah Berhaji dalam <http://regional.kompas.com/read/2013/09/27/1602356/Inilah.Tradisi.Warga.Madura.Sebelum.dan.Sesudah.Berhaji>. Diakses pada tanggal tanggal 02 Desember 2013
- Diananto, Wayan. dan Ade Irwansyah. 2012. 10 Sinetron Ramadhan Paling Berkesan dalam <http://hiburan.plasa.msn.com/film/fitur/10-sinetron-ramadhan-paling-berkesan-3>. Diakses pada 04 Desember 2013.
- Muhammad, Djibril. 2012. Program Siaran Ramadhan Diapresiasi MUI <http://ramadhan.republika.co.id/berita/ramadhan/kabar-ramadhan/12/08/06/m8bt24-program-siaran-ramadhan-diapresiasi-mui>. Diakses pada 04 Desember 2013.

Pamungkas, Alan. 2013. Rating Tinggi, Tukang Bubur Naik Haji Lanjut Terus dalam

<http://celebrity.okezone.com/read/2013/08/20/533/852603/rating-tinggi-tukang-bubur-naik-haji-lanjut-terus> . Diakses pada 10 Desember 2013.

Broto, Anjrah Lelono. 2012. Ramadhan Dalam Sinetron dalam

<http://kompas.com/televisi/2010/08/29/ramadhan-dalam-sinetron-242762.html> Ramadhan dalam Sinetron. Diakses pada 02 Maret 2014

<http://www.kapanlagi.com/showbiz/televisi/para-pencari-tuhan-dapat-awards-di-jepang-c3e089.html>. Diakses pada 02 Maret 2014.

<http://www.kapanlagi.com/showbiz/sinetron/jumlah-penonton-sinetron-melonjak.html>. Diakses pada 28 Maret 2014.