

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii

BAB I. PENDAHULUAN

Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	14
Tujuan Penelitian	15
Manfaat Penelitian	15
Tinjauan Pustaka	16
Kerangka Teori	19
Metode Penelitian	24
Sistematika Pembahasan	30

BAB II. AGAMA DAN INDUSTRI MEDIA

A. Bisnis Media dan Konsumsi Agama	31
B. Kemunculan Program Religi di Indonesia	39
C. Program Religi sebagai Komoditas	45

BAB III. TELEVISI MENCIPTAKAN INDUSTRI AGAMA BARU DAN USTAZ SELEBRITI

A. Spasialitas dalam Media Trans TV	50
B. Religiusitas sebagai Ladang Bisnis Trans TV	55
C. Praktik Trans TV Membentuk Ustaz Selebriti	59
D. Bentuk Komodifikasi <i>Islam Itu Indah</i> Trans TV	63

BAB VI. PRAKTIK KOMODIFIKASI USTAZ MAULANA DALAM TAYANGAN *ISLAM ITU INDAH* TRANS TV

A. Upaya Ustaz Maulana dalam Mengontrol Khalayak	74
B. Kontrol Ustaz Maulana Melalui Simbol Agama	83
C. Ragam Komoditas Ustaz Selebriti	85

BAB V

A. Kesimpulan	92
B. Rekomendasi	95

DAFTAR PUSTAKA	97
-----------------------------	----