

**KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK
FASHION (ANALISIS WACANA KRITIS PADA AKUN
INSTAGRAM SHAQUEENA.PRO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sastra Satu (S1)
Dalam Komunikasi Penyiaran Islam



Oleh :

ZHILAL MANAFI
NIM. 3420155

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK
FASHION (ANALISIS WACANA KRITIS PADA AKUN
INSTAGRAM SHAQUEENA.PRO)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sastra Satu (S1)
Dalam Komunikasi Penyiaran Islam



Oleh :

ZHILAL MANAFI
NIM. 3420155

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zhilal Manafi

NIM : 3420155

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan kesungguhannya, bahwa skripsi dengan judul "KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK FASHION (ANALISIS WACANA KRITIS PADA AKUN INSTAGRAM SHAQUEENA.PRO). adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 10 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Zhilal Manafi

NIM. 3420155

NOTA PEMBIMBING

Mochammad Najmul Afad. MA.

Jl. RE. Martadinata Gang Layur RT 4 RW 4 No. 22 Kel. Karangasem Utara Kec.
Batang Kab. Batang.

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Zhilal Manafi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : ZHILAL MANAFI

NIM : 3420155

Judul : KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK FASHION (ANALISIS WACANA KRITIS PADA AKUN INSTAGRAM SHAQUEENA.PRO).

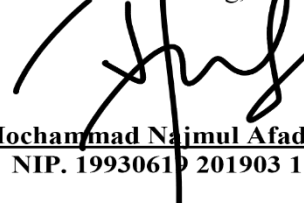
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 26 Juli 2024

Pembimbing,



Mochammad Najmul Afad. MA
NIP. 19930619 201903 1 006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **ZHILAL MANAFI**
NIM : **3420155**
Judul Skripsi : **KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK
FASHION (ANALISIS WACANA KRITIS PADA AKUN
INSTAGRAM SHAQUEENA.PRO)**


yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 25 Oktober 2024 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I


H. Misbakhudin, Lc., M.Ag
NIP. 197904022006041003

Penguji II



Dimas Prasetya, M.A
NIP. 198911152020121006

Pekalongan, 4 November 2024

Disahkan Oleh

Dekan




Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Sa | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ha | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Zal | Z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |

| | | | |
|----|--------|---|-----------------------------|
| ص | Sad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Dad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ta | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | Za | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ' | koma terbalik (di atas) |
| غ | Ghain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| هـ | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

| Vokal Tunggal | Vokal rangkap | Vokal Panjang |
|---------------|---------------|---------------|
| أ = a | | آ = ā |
| إ = i | أَي = ai | إِي = ī |
| أ = u | أَوْ = au | أُو = ū |

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

| | | |
|------|---------|---------|
| ربنا | ditulis | rabbanā |
| البر | ditulis | al-barr |

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

| | | |
|--------|---------|---------------|
| الشمس | ditulis | asy-syamsu |
| الرجل | ditulis | ar-rojulu |
| السيدة | ditulis | as-sayyidinah |

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

| | | |
|--------|---------|----------|
| القمر | ditulis | al-qamar |
| البيدع | ditulis | al-badi' |
| الجلال | ditulis | al-jalāl |

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

| | | |
|------|---------|---------|
| أمرت | ditulis | umirtu |
| شيء | ditulis | syai'un |

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan Syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa banga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat di buat dan selesai pada waktu yang tepat.
2. Kepada kedua orangtua tercinta walaupun tidak pernah ku ungkapkan kata cinta, Umi Uminingsih dan Abi Waluyo yang senantiasa mendukung dan selalu mendoakan akan kesehatan hingga kesuksesan pada penulis, terima kasih telah berjuang sampai sekarang demi mencari kebahagiaan sang anak hingga banyak berkorban tenaga dan pikiran, semoga usahamu lancar dan sukses!
3. Terima kasih kepada Bapak Mochammad Najmul Afad, MA selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing dalam pengerjaan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Terima kasih kepada pemilik dan admin dari akun Instagram @shaqueena.pro yang sudah meluangkan waktunya dan informasi untuk data penelitian yang saya butuhkan untuk mengerjakan penelitian ini.
5. Seluruh keluarga besar yang selama ini memberikan perhatian, doa, dan dukungan yang tiada henti guna keberhasilan skripsi ini.
6. Rekan Angkatan 20 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang

telah membantu memberikan saran dan juga masukan untuk skripsi ini.

7. Sahabat dari Smk yang selalu support dalam pengerjaan skripsi.
8. Terima kasih kepada Ameliya manusia terbaik yang selalu jadi support system dalam pengerjaan skripsi ini dan memberikan semangat terus pada saat saya mager mengerjakan skripsi.
9. Terima kasih ku ucapkan pada diri sendiri yang sudah mau dan mampu untuk berjuang demi gelar S.Sos di belakang nama.



MOTTO

عِشْ كَرِيمًا أَوْ مِتْ شَهِيدًا

“HIDUP MULIA ATAU MATI SYAHID”



ABSTRAK

Zhilal Manafi. Komodifikasi Konten Agama Pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis pada Akun [Instagram @Shaqueena.pro](#)). Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Mochammad Najmul Afad, MA

Kata Kunci : Komodifikasi konten agama, Analisis wacana kritis Norman Fairclough, Konten Instagram

Akun instagram @Shaqueena.pro merupakan akun yang digunakan pemiliknya untuk mengunggah produk Shaqueena. Dalam Konten-konten yang unggahnya terdapat beberapa kalimat dakwah Islam. Komodifikasi agama guna kepentingan bisnis dalam industri media yang memiliki orientasi terhadap pasar menjadikan agama yang mengandung nilai beralih fungsi dan mengalami modifikasi untuk memasarkan produk tertentu. Berdasarkan hal itulah, penulis mencoba melakukan penelitian terkait metode dakwah yang digunakan dalam desain unggahan akun @Shaqueena.pro serta kandungan komodifikasi nilai agama Islam yang terdapat pada akun @Shaqueena.pro.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough, untuk menggambarkan wacana dan ideologi serta praktik-praktik agama yang bersentuhan dengan budaya populer. Objek terfokus pada desain produk @Shaqueena.pro, yang mana sangat bermuatan pesan - pesan dakwah, sekaligus mengadopsi gaya dan bentuk budaya populer.

Hasil dan penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penggunaan metode dakwah agama yang ada didalamnya menjadikannya hal yang menarik bagi para konsumen. Pada akun @Shaqueena.pro dalam menarasikan dakwah islam melalui unggahnya dan terdapat komodifikasi agama dalam memaksimalkan promosi produk menggunakan unsur agama berupa produk fashion yang disisipkan narasi dakwah islam.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita. Shalawat serta salam dihaturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun ke jalan menuju keberhasilan dalam setiap proses mengerjakan skripsi hingga akhir.

Atas nikmat dari Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Komodifikasi Agama Konten Pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Pada Akun Instagram @Shaqueena.pro) dengan lancar. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberi, manfaat kepada khalayak umum dan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

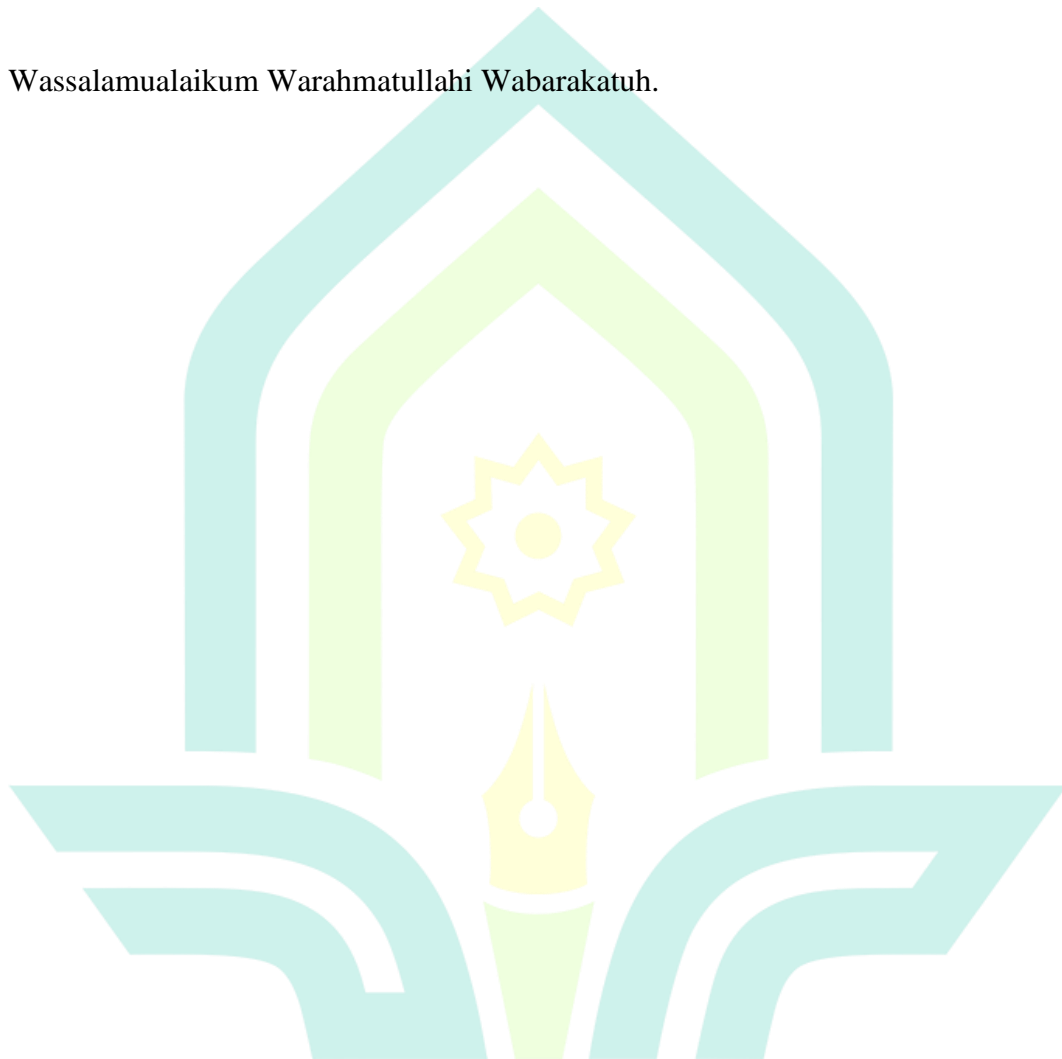
Selain itu, penulis sadar bahwa pembuatan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Sam'ani, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Hj. Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Mochammad Najmul Afad, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingan, waktu, dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Agus Fakhрина, M.S.I.. selaku dosen wali.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah meluangkan waktu untuk membagikan ilmunya.
7. Seluruh staff, karyawan, dan administrasi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu mohon maaf atas kekurangan yang ada. Demikian pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga Kita selalu diberi keberkahan, kekuatan, dan keikhlasan oleh Allah SWT.

Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| SKRIPSI | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | ii |
| NOTA PEMBIMBING | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iv |
| PEDOMAN TRANSLITERASI..... | v |
| PERSEMBAHAN | viii |
| MOTTO | x |
| ABSTRAK | xi |
| KATA PENGANTAR..... | xii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 5 |
| E. Tinjauan Pustaka | 6 |
| F. Kerangka Berfikir..... | 8 |
| G. Paradigma dan Metodologi Penelitian..... | 10 |
| H. Sistematika Pembahasan | 14 |
| | |
| BAB II KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA DAN ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH | |
| A. Komodifikasi..... | 15 |
| B. Komodifikasi Konten Agama pada akun Instagram | 18 |
| C. Analisis Wacana Kritis | 21 |
| D. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough..... | 23 |

BAB III GAMBARAN UMUM AKUN INSTAGRAM SHAQUEENA.PRO DAN UNGGAHAN PRODUK SHAQUEENA.PRO

| | |
|--|----|
| A. Profil Akun @Shaqueena.pro..... | 28 |
| 1. Sejarah Shaqueena.pro | 28 |
| 2. Akun Instagram @shaqueena.pro..... | 30 |
| B. Narasi Islam dalam Konten Instagram Akun @Shaqueena.pro | 33 |
| C. Data Penjualan Kaos Terbanyak Pada Akun @Shaqueena.pro | 40 |

BAB IV ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH DAN KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK FASHION AKUN INSTAGRAM @SHAQUEENA.PRO

| | |
|---|----|
| A. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough dalam akun instagram @Shaqueena.pro | 42 |
| 1. Analisis Teks (Analisis Mikrostruktural)..... | 42 |
| 2. Praktik Wacana (Analisis Mesostruktural) | 52 |
| 3. Analisis Praktik Sosial (Makrostruktural) | 57 |
| B. Komodifikasi agama konten pada produk fashion akun Instagram @Shaqueena.pro | 61 |

BAB V PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 65 |
| B. Saran | 66 |

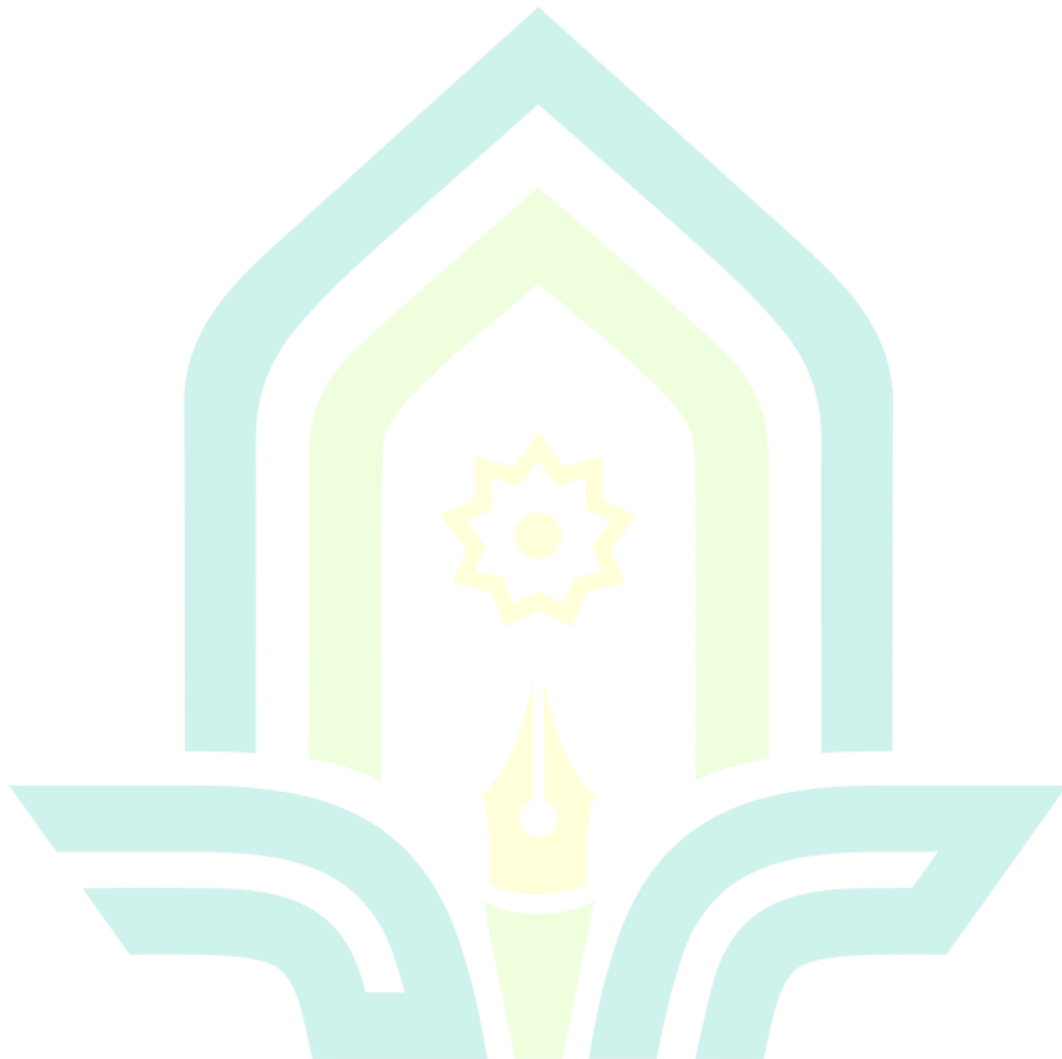
| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 67 |
|-----------------------------|-----------|

| | |
|-----------------------|-----------|
| LAMPIRAN | 70 |
|-----------------------|-----------|

| | |
|----------------------------------|-----------|
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 71 |
|----------------------------------|-----------|

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.3.1 Data Penelitian Hasil Penjualan kaos Shaqueena.pro..... | 40 |
| Tabel 3.3.2 Hasil Analisa Mikrostruktural..... | 43 |
| Tabel 3.3.3 Kata Kunci Wacana..... | 51 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Logo Shaqueena.pro | 28 |
| Gambar 3.2 Tampilan profil akun Instagram @shaqueena.pro | 31 |
| Gambar 3.3 Tampilan feed instagram @shaqueena.pro | 32 |
| Gambar 3.4 Tampilan desain baju bertuliskan Prophet Muhammad yang diunggah pada tanggal 12 Januari 2023..... | 34 |
| Gambar 3.5 Tampilan desain baju bertuliskan Utsman Bin Affan yang diunggah pada tanggal 18 Mei 2023..... | 35 |
| Gambar 3.6 Tampilan desain baju bertuliskan Abu Bakar Ash Shiddiq yang diunggah pada tanggal 22 Mei 2023..... | 36 |
| Gambar 3.7 Tampilan desain baju bertuliskan Umar Bin Khattab yang diunggah pada tanggal 23 Mei 2023..... | 37 |
| Gambar 3.8 Tampilan desain baju bertuliskan Ali Bin Abi Thalib yang diunggah pada tanggal 25 Mei 2023..... | 38 |
| Gambar 3.9 Tampilan desain baju bertuliskan Palestine yang diunggah pada tanggal 13 Mei 2023 | 39 |
| Gambar 4.0 Tampilan unggahan konten akun Instagram @Shaqueena.pro | 64 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas sebuah kapitalisme budaya populer, adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Masing-masing dari mereka memiliki kepribadian yang jelas dan berbeda lingkungan masyarakat. Dalam hal ini, model kapitalis yang disebutkan di atas menjadi semakin berkembang dengan adanya kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Salah satu contoh yang paling menonjol adalah kegiatan komodifikasi yang terus dipengaruhi oleh masuknya gaya hidup masyarakat saat ini.¹

Komodifikasi adalah proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar. Tujuan utama dari komoditas itu sendiri adalah untuk dijual dilelang atau bahkan pemasaran.² Dengan kata lain, komodifikasi adalah proses mengubah barang yang tidak membutuhkan kelas komersial menjadi barang yang dapat dijual. Kalau dicermati, ada kondisi di mana terdapat benda yang tidak memiliki nilai ekonomi, tetapi memiliki harga jual yang tinggi, atau menjadi suatu barang dagangan. Komodifikasi dilakukan sejalan dengan

¹ Yoga Walanda Caesareka et al, "The Commodification of Religion in Fashion (Norman Fairclough 's Critical Discourse Analysis on 'Keepers of The Deen 'Clothing) Komodifikasi agama Pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Desain Kaus ' Keepers of the Deen, ''2020.

² Zebrina Pradjnaparamita, Tesis, Komodifikasi tas belanja bermerek: Motivasi dan Identitas Kaum Shopaholic Golongan Sosial Menengah Surabaya, (Program Magister Kajian Sastra dan Budaya, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga, 2012), hal. 16

konsep dan ideologi kapitalisme bertujuan untuk memperoleh keuntungan lebih besar dari total konsumsi.

Melihat fenomena komodifikasi saat ini sering kita jumpai hal yang mengarah pada ruang lingkup keagamaan, sering ditemui mukodimah yang biasanya disampaikan melalui mimbar masjid, kini telah dinikmati pada tayangan televisi, youtube ataupun akun sosial media yang mudah untuk diakses. Jika dicermati, ada motif bagaimana media atau pemilik modal yang mana pemilik modal mempunyai pengetahuan untuk dapat berkuasa, dengan menggunakan unsur keagamaan untuk daya tarik pemirsa atau konsumen media sosial lainnya. Fenomena ini juga menggambarkan kegiatan dakwah yang dikemas dengan tujuan untuk mendapatkan nilai tambah dari banyaknya penonton ataupun konsumen-konsumen tersebut.

Aktivitas dakwah kini seperti kegiatan yang membuat upaya manusia untuk memecahkan sebuah masalah dan sekaligus penyelesaiannya. Hal tersebut mencakup dalam kehidupan dari berbagai segi ekonomi, sistem budaya, sistem politik, maupun teknologi yang mana dakwah tanpa kita sadari di kemas dalam cara yang sesuai. Dakwah dapat memecahkan masalah yang masih buming ataupun hangat di tengah-tengah masyarakat.³ Dakwah memiliki makna yang begitu beragam, serta dapat disimpulkan bahwa dakwah berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan suatu peluang sehingga manusia terdorong untuk menyakini, dan memahami hidup secara Islami. Dakwah memiliki proses perubahan bentuk yang begitu panjang dari

³ Suparta, Metode Dakwah (Jakarta : Kencana, 2003), xiii

zaman Nabi Muhammad SAW, berawal dari penggunaan lisan hingga berkembang di era sekarang dengan mempergunakan sosial media pada masa kini seperti televisi, film, stiker, hingga *fashion*. Hal ini membuat adanya strategi baru yang mana dipergunakan untuk melakukan kegiatan berdakwah.

Berdasarkan kalimat di atas, sifat fleksibel dan faktor menyenangkan adalah dua karakteristik yang hadir dalam setiap kegiatan dakwah, yang mengarah pada munculnya budaya populer. Salah satunya ialah tren *fashion* sebagai sarana untuk memenuhi berbusana yang semakin banyak ditemui di toko *online*. Beberapa produk yang secara konsisten diproduksi telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, seperti kaos sablon, topi, dan jaket. Di mana banyak produk-produk yang *mengadopsi* nilai-nilai keagamaan ataupun sejarah islam. Untuk memberikan pesan keagamaan. Hal ini dilakukan oleh akun instagram *@shaqueena.pro*, yang mana dirinya mengklaim bahwa setiap hari kita dapat berdakwah bersama *@shaqueena.pro* melalui produk *fashion*. Contohnya seperti “Dakwah everyday with Shaqueenaproject”.

Akun Instagram tersebut mencoba membranding diri sebagai akun dakwah yang sejatinya dalam hikmat penulis telah melakukan beberapa cara komodifikasi pada Akun Instagram *@shaqueena.pro*, untuk mendongkrak penjualan yang di dapat akun ini setelah mendesain produk dengan nuansa dakwah. Pada tahun 2022, akun tersebut berhasil menarik 22 ribu pengikut, dengan tingkat keberhasilan dari penjualan mencapai sekitar 1000 produksi

kaus dan menjadi contoh akun dakwah yang menghadirkan desain terfokus pada nilai-nilai sejarah islam dalam bentuk produk fashion, kaus produksinya mengambil tema dan gaya seni populer dengan nuansa Islami. Memberikan kesan yang berbeda serta populer dari metode dakwah lainnya. Terutama dengan gayanya yang unik dan desain bagus tidak sedikit desain yang dibubuhi dengan kalimat-kalimat dakwah untuk di telaah lebih lanjut secara menarik, untuk memberikan kesan penyampaian pandangan mengenai kehidupan Islamiah.

Untuk memahami lebih lanjut dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode analisis wacana kritis model dan komodifikasi agama dalam bentuk *fashion* pada akun Instagram @shaqueena.pro terutama produk kaus-kausnya, memiliki unsur pesan, ideologi dan topikal dalam kehidupan masyarakat. Untuk itu peneliti tertarik meneliti serta menganalisis melalui pendekatan analisis wacana kritis bagaimana akun @shaqueena.pro ini mengkomodifikasikan agama lebih spesifik. Peneliti akan membuat skripsi ini dengan judul **KOMODIFIKASI KONTEN AGAMA PADA PRODUK FASHION (ANALISIS WACANA KRITIS PADA AKUN INSTAGRAM @SHAQUEENA.PRO)**. sehingga latar belakang dan fokus penelitian diatas, akan menjadi acuan bagi peneliti untuk menentukan rumusan masalah yang akan dikupas dalam skripsi ini.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana komodifikasi agama konten pada akun Instagram @shaqueena.pro dalam produk fashion ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui komodifikasi agama konten pada akun Instagram @shaqueena.pro dalam produk fashion.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebuah rujukan atau bahan informasi yang dapat memberikan informasi kepada pembaca pada umumnya dalam melihat kemajuan teknologi dan komodifikasi agama. Selain itu, juga sebagai kontribusi berharga dalam bentuk informasi dan edukasi.

2. Manfaat Praktis

Pada penelitian ini semoga bisa bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya, *da'i*, dan khususnya untuk seluruh mahasiswa/i Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah UIN KH. Abdurrahman Wahid serta penulis. Melainkan, Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi penelitian lain dibidang komunikasi dan penyiaran islam.

E. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian yang sesuai dengan. Komodifikasi Agama Pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Pada Akun Instagram @Shaqueena.Pro) sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang disusun oleh Mita Chatarina Heny Dwi Surwati pada tahun 2021. Mahasiswi program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Dengan judul “Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Iklan Sahaja)”. Hasil analisis skripsi ini menunjukkan bahwa ada beberapa teknik komodifikasi dalam iklan produk Sahaja. Mengintegrasikan simbol spiritual keagamaan ke dalam produk adalah cara yang sukses untuk memasarkan, menjual, atau mempromosikan produk tersebut. Dengan demikian, penelitian ini secara serupa memeriksa modalitas agama dengan menggunakan teknik analisis wacana kritis yang dikembangkan Norman Fairclough. Sebaliknya, letak perbedaan dalam obyek penelitian ini dimana studi sebelumnya menggunakan iklan televisi untuk produk Sahaja. Sedangkan, penelitian ini menggunakan akun Instagram @Shaqueena.pro.

Kedua, Jurnal yang disusun oleh Mifda Hilmiyah dan Nursafika (Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare) dengan judul “Komodifikasi Wacana Islami” dilakukan selama pada Media Cetak Harian

Fajar Tahun 2021.⁴ Tujuan dari hasil ini untuk lebih memahami konsep-konsep Islami yang disebutkan dalam teks-teks agama dan untuk memahami ideologi yang dapat berpengaruh pada konstruksi pemberitaan di Harian Fajar. Sedangkan kesamaannya yaitu membahas mengenai komodifikasi. Adapun untuk perbedaan sendiri, penelitian milik Mifda meneliti media cetak sedangkan milik peneliti adalah pada akun Instagram @Shaqueena.pro. Penelitian milik Mifda menggunakan analisis wacana kritis model Van Leeuwen adapun milik peneliti menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

Ketiga, penelitian yang disusun oleh Andi Sebastian (Mahasiswa Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam KPI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2022) dengan judul “Komodifikasi Agama Dalam Iklan” Analisis Wacana Kritis Sara Mills Terhadap “Iklan Biskuit Kokola” Versi Mamah Dedeh.⁵ Studi ini mendefinisikan aspek-aspek dari komodifikasi agama. Hasilnya menunjukkan, bahwa adanya komodifikasi agama dalam iklan. Tokoh agama digunakan dalam posisi saat ini untuk meningkatkan sebuah keuntungan produk. Persamaannya sama-sama meneliti mengenai komodifikasi agama. Perbedaannya dalam analisis yang digunakan. Analisis yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis semiotik Charles

⁴ Mifda Hilmiyah, Nursafika, Komodifikasi Wacana Islami pada Pemberitaan Media Cetak Harian Fajar, (Kajian Jurnalisme : Vol. 05 No. 01 Tahun 2021)

⁵ Andi Sebastian, Komodifikasi Agama Dalam Iklan Analisis Wacana Kritis Sara Mills Terhadap Iklan Biskuit Kokola Versi Mamah Dedeh, (Jurnal Representamen: Vol. 8 No. 01 April 2022)

Sanders Peirce sedangkan untuk penelitian skripsi ini menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough.

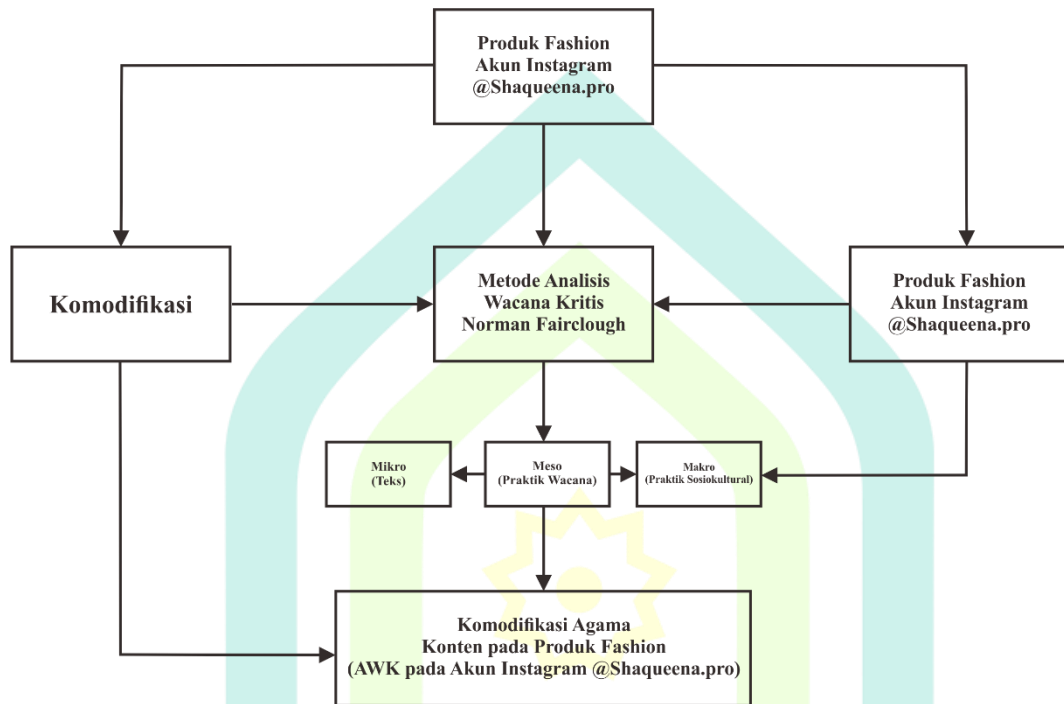
Keempat, penelitian yang berjudul “Animasi Nussa Dalam Budaya Populer Islam di Indonesia (Analisis Teori Komodifikasi Karl Marx)” Raudhatul Jannah pada tahun 2021, mahasiswa dari program studi Aqidah dan Filsafat Islam, Ushuluddin dan Fakultas Humaniora, UIN Antasari, Banjarmasin. Studi ini menerangkan fungsi animasi Nussa dalam komersialisasi budaya Islam populer di Indonesia. Ini menarik perhatian penonton, sehingga banyak duta merek terkenal bekerja sama.⁶ Penelitian ini didasarkan pada komoditas. Sementara perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian, di mana objek penelitian sebelumnya menggunakan animasi Nussa dan Rara sementara peneliti menganalisis pada akun instagram @Shaqueena.pro.

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir merupakan gabungan asumsi-asumsi teoritis dan logis untuk menjelaskan atau menghasilkan faktor- faktor yang diteliti dan hubungan antar faktor tersebut apabila tujuannya sebagai memperjelas fenomena atau permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti akan mengetahui lebih dalam apakah bentuk-bentuk dan konsep komodifikasi agama yang di tampilkan pada akun instagram @Shaqueena.pro dengan

⁶ Raudhatul Jannah, Animasi Nussa Dalam Budaya Populer Islam di Indonesia (Analisis Teori Komodifikasi Karl Marx), Skripsi Penelitian Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, UIN Antasari, 2021

menggunakan analisis wacana kritis norman fairclough. Analisis diskursus kritis oleh Norman Fairclough Mengenai kerangka berpikir penelitian ini sebagai berikut :



G. Paradigma dan Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, para peneliti mempergunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan ini adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata tertulis atau lisan dari beberapa orang, serta perilaku yang sedang atau diteliti.⁷ Dari pendekatan tersebut peneliti gunakan pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan metode analisis wacana kritis Norman Fairclough dan data yang didapatkan pada pendekatan tersebut didapatkan dari suatu pengamatan yang bersifat alamiah. Peneliti memiliki tujuan dalam penelitiannya guna mengkaji serta menjelaskan lebih mendalam atau merinci mengenai komodifikasi agama pada produk fashion pada akun instagram @Shaqueena.pro.

2. Subyek Penelitian

a. Data Primer

Peneliti memperoleh data primer dari akun Instagram yang peneliti dapatkan dari media sosial yaitu Instagram dengan nama akun “@shaqueena.pro” yang merupakan akun Instagram resmi dari produk fashion @shaqueena.pro. Berikut peneliti sertakan link dari profil akun instagram @shaqueena.pro tersebut:

⁷ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 4.

<https://instagram.com/shaqueena.pro?igshid=MzMyNGUyNmU2YQ>

b. Data Sekunder

Peneliti memperoleh data sekunder yang didapatkan dari berbagai media sosial seperti Instagram, maupun media massa seperti halnya televisi, jurnal, media internet, dokumentasi dan buku-buku yang relevan untuk penelitian ini serta berbagai buku yang memiliki kesinambungan ataupun berkaitan dengan topik pembahasan yang dikaji yakni mengenai komodifikasi agama dalam produk fashion.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Adalah pemantauan secara langsung terhadap suatu obyek yang ada di lingkungannya, baik yang sudah dimulai maupun dalam suatu tahap yang meliputi berbagai kegiatan memperhatikan pemeriksaan terhadap obyek yang bersangkutan dengan menggunakan penglihatan dan merupakan salah satu dari suatu tindakan yang dilakukan secara sengaja atau sadar dan juga sesuai urutan.⁸ Dalam hal ini, observasi dijalankan oleh peneliti kepada produk fashion guna melihat setiap Produk Fashion pada akun Instagram tersebut. Hal ini dilakukan agar

⁸ Uswatun Khasanah, Pengantar Mikroteaching, (Yogyakarta : CV Budi Utama, 2020). Hal 25

peneliti dapat mengidentifikasi komodifikasi agama islam yang terdapat di setiap bagian dalam produk nya yang ada di dalam produk fashion serta dapat menguraikan data-data secara rinci.

b. Wawancara

Adalah proses tanya jawab untuk mencari ataupun menggali informasi dari responden atau diwawancarai menjawab dengan tanpa adanya pedoman. Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. terkait topik apa yang di teliti. Wawancara yang penelitian ini dilakukan secara online dengan pemilik akun instagram @Shaqueena.pro melalui *direct message* dan *whatsapp*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara memperoleh informasi melalui pencatatan suatu benda atau peristiwa, atau pemberian kegiatan pelayanan atau jasa yang dianggap penting dan berharga. Selain itu, dokumentasi juga merupakan kumpulan data verbal berupa teks, foto, dan lain-lain. Dokumentasi juga dapat diartikan sebagai catatan berbagai peristiwa yang telah lalu atau telah berlalu. Hal seperti ini bisa terjadi dalam bentuk foto seseorang, teks atau berbagai karya monumental. Peneliti menggunakan teknik ini guna untuk mendapatkan data dari akun Instagram @Shaqueena.pro.

4. Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan studi analisis wacana kritis Norman Fairclough.

Analisis wacana kritis dilakukan dalam tiga tahap, menurut Fairclough. Terdapat tiga dimensi: teks (deskripsi), praktik diskursif atau wacana, dan praksis sosio-budaya. Pertama, teks, terutama yang berkaitan dengan topik diskursus, komposisi, desain, media umum, campuran, atau jenis etimologis teks seperti kata-kata, tanda baca, konstruksi figuratif, dan gaya bicara. Kedua, praktik diskursif mencakup segala jenis penciptaan dan penggunaan teks. Dimensi ini melibatkan proses yang menghubungkan produksi dan konsumsi teks, atau keberadaan interpretasi. Dimensi ini berkonsentrasi cara teks dihadapi, wacana dan genre yang sudah ada dan harus dipertimbangkan. Ketiga, dimensi praktek sosiokultural atau sosio-budaya mencakup jaringan, tujuan, dan praktek sosial budaya yang luas. Di dimensi ini, pemahaman intertekstual mulai muncul. Menjadikannya jelas bahwa praktik sosial yang berkembang di masyarakat dibentuk dan dipengaruhi oleh teks.⁹

Ketiga komponen tersebut direncanakan pada tataran interpretatif: mikro, meso, dan makro. Pada tataran mikro (deskriptif), analisis berkonsentrasi pada efek bahasa, desain alegoris, dan perangkat logis tertentu dari teks; pada tataran menengah (interpretasi), penelitian

⁹ Haryatmoko, Analisis Wacana Kritis, Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 19

berfokus pada bagaimana teks berkembang (siapa, kapan, dan di mana) dan digunakan; dan pada tataran makro (eksplanasi), penelitian berfokus pada bagaimana hubungan kekuasaan berfungsi dalam teks.¹⁰

H. Sistematika Pembahasan

Dalam mendapatkan gambaran yang jelas, peneliti telah menyusun dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I Berisi Tentang Pengantar Yang Berisi Latar Belakang Masalah, Rumus Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian Dan Sistematika Penulisan.

Bab II Berisi Tentang Tinjauan Teori Mengenai Definisi Komodifikasi, Komodifikasi Agama Pada Akun Instagram, Analisis Wacana Kritis, Dan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Bab III Berisi Tentang Gambaran Umum Akun Instagram Shaqueena.Pro Dan Unggahan Produk Shaqueena.Pro

Bab IV Hasil Analisis Wacana Kritis Tentang Komodifikasi Agama Produk Fashion Di Akun Instagram @Shaqueena.Pro

Bab V Saran kesimpulan penutup yang berisi lampiran-lampiran, Daftar Pustaka, dan Daftar Riwayat Peneliti.

¹⁰ Haryatmoko, Analisis Wacana Kritis, Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 19.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan diatas dan analisa data pada bab-bab sebelumnya peneliti mengambil kesimpulan dari rumusan masalah sebelumnya yaitu:

1. Berdasarkan hasil identifikasi yang peneliti lakukan dengan menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough dalam akun Instagram @Shaqueena.pro ditemukan adanya pengaruh-pengaruh yang terjadi dari sisi eksternal maupun internal berupa faktor ekonomi dan sosial, dengan melalui tahapan analisis teks, analisis praktik wacana dan analisis praktik sosial. Hal tersebut menjadikan adanya sebab akibat yang terjadi saling berhubungan. Seperti halnya pada analisis ini bahasa dan teks tidak hanya dibentuk melainkan membentuk sebuah konstruksi sosial.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada akun Instagram @Shaqueena.pro terdapat komodifikasi konten. Adapun pada komodifikasi agama konten berupa unggahan produk fashion yang bernarasikan dakwah berupa sejarah Islam dan nilai-nilai Islam. Penggunaan narasi dakwah dalam promosi dapat membuat produk fashion akun Instagram @Shaqueena.pro terlihat lebih menarik bagi konsumen yang mengidentifikasikan diri mereka dengan nilai-nilai agama. Dan pada akhirnya peneliti melihat bahwa fashion tidak lagi sebagai sandang

melainkan sebagai sarana dakwah dan peneliti melihat bahwa gambaran dakwah sekarang sudah bersifat fleksibel ataupun cair dengan mengikuti perkembangan zaman.

B. Saran

1. Kepada para pengusaha ataupun produsen produk, disarankan agar dapat menyeleksi bacaan-bacaan yang bermanfaat dan dapat menambah ilmu bagaimana pentingnya mengedukasi publik.
2. Kepada masyarakat luas, disarankan untuk membaca kaitanya mengenai komodifikasi agama agar masyarakat mengetahui perlu adanya komodifikasi agama di era sekarang dan bisa di aplikasikan untuk kehidupan sehari-hari.
3. Walaupun penelitian ini sudah mendapatkan hasil akhir, disarankan untuk peneliti lain agar penelitian ini ditelaah kembali lebih jauh mengenai analisis wacana kritis Norman Fairclough, lebih lanjut dan dikembangkan sesuai dengan disiplin ilmu oleh berbagai perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. B. (2023). *Komodifikasi Pesan Dakwah Dalam Iklan Di Youtube (Analisis Wacana Kritis Pada Iklan Gim Free Fire, Aplikasi Noice, Dan Sabun Kahf Versi Ramadan)* (Doctoral Dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Anggraeni, Nevi. (2019). "Analisis Wacana Kritis Cyberbullying Pada Film 'Hanum Dan Rangga' Di Media Sosial." *UINSA Surabaya* 53, no. 9. 1689–99.
- Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, Metode, Dan Penerapannya Pada Wacana Media* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 189
- Caesareka, Yoga Walanda, Catur Nugroho, S Sos, and M Ikom. "The Commodification of Religion in Fashion (Norman Fairclough ' s Critical Discourse Analysis on ' Keepers of The Deen ' Clothing) Komodifikasi Agama Pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Pada Desain Kaus ' Keepers of the Deen ,'" 2020.
- Erawati, A., Surif, M., & Dalimunthe, S. F. (2022). Analisis wacana kritis Nourman Fairclough terhadap Jokowi yang menyentil menteri nya mengenai kenaikan harga minyak goreng. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 10653-10662.
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: Lkis Yogyakarta, 2011.
- Fairclough, Norman. 1995 *Critical Discourse Analysis: the Critical Study of Language*. New York: Longman Group Limited.
- Firasikha, Lintang Achta Nur. "Komodifikasi Agama Islam Dalam Konten Instagram Aishaderm," 2019.
<https://baznas.go.id/artikel-show/Rabiul-Awal,-Bulan-Kelahiran-dan-Wafatnya-Nabi-Muhammad-SAW/254>, Diakses pada 20 Juli 2024.
- Hidayati, N. (2018). *Implementasi Amar Ma'ruf Nahi Munkar Dalam Kehidupan Sosial (Kajian Surat Ali-Imran)* (Doctoral Dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Hilmiyah, Mifda, And Nursafika Nursafika. "Komodifikasi Wacana Islami Pada Pemberitaan Media Cetak Harian Fajar." *Jurnal Kajian Jurnalisme* 5.1 (2021): 15-30.
- Farhani, I. (2020). *Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Berita Festival Cisadane di Koran Satelit News* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Indriyani, P. I. (2023). *Komodifikasi Agama Dalam Iklan Pocari Sweat Di Televisi Edisi Ramadan Tahun 2022* (Doctoral Dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Instagram, <https://www.instagram.com/shaqueena.pro/> , Diakses pada Senin, 27 Mei 2024, pukul 15.00 WIB
- Jannah, R. (2021). Animasi Nussa Dalam Budaya Populer Islam Di Indonesia (Analisis Teori Komodifikasi Karl Marx).
- Masitoh, M. (2020). Pendekatan dalam Analisis Wacana Kritis. *Edukasi Lingua Sastra*, 18(1), 66-76.
- Meleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Messianik Putra As Shamad, Arvian. (2023). “Komodifikasi Budaya Populer Di Generasi Z (Studi Kasus Anak Muda Sidoarjo).” *Jurnal Dinamika Sosial Budaya* 25, no. 2 221–24.
- Mosco, Vincent. 2009. *The Political Economy of Communication (Second Edition)*. London:Sage Publications
- Pradesa, D., & Ardilla, Y. P. (2020). Komodifikasi dan efek eksternalitas program dakwahtainment islam itu indah. *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 2(1), 81-106.
- Saraswati, A., & Sartini, N. W. (2017). Wacana Perlawanan Persebaya 1927 terhadap PSSI: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough (Persebaya 1927’s Resistance Against PSSI: A Norman Fairclough’s Critical Discourse Analysis Study). *Mozaik Humaniora*, 17(2), 181-191.
- Subandi, Z. E., & Sadono, T. P. (2018, September). Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon). In *National Conference Of Creative Industry*.
- Syafuddin, K. (2020, May). Komodifikasi Nilai Islam dalam Fashion Muslim di Instagram. In *Prosiding University Research Colloquium* (pp. 315-324).
- Khasanah, Uswatun. (2020). Pengantar Mikroteaching, (Yogyakarta : CV Budi Utama). Hal 25.
- White, Sally dan Greg Fealy. 2012. *Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online*. Depok: Komunitas Bambu.

Yasa, I. N. (2021). *Teori Analisis Wacana Kritis: Relevansi Sastra dan Pembelajarannya*. Pustaka Larasan.

Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2)

