

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, I. S. (2014). *Komunikasi Dan Komodifikasi : Mengkaji Media Dan Budaya Dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- akhmad, i. s. (2014). *komunikasi dan komodifikasi*. Jakarta: yayasan obor indonesia.
- Al-Firdaus, F. (2015). *Pengamalan nilai-nilai agama Islam Pada Remaja Masjid Sabilillah Malang*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang: skripsi.
- Al-Firdausi, F. (2015). *Pengalaman Nilai-nilai Agama Islam Pada Remaja Masjid Sabilillah Malang*. UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG.
- Alim, M. (2006). *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Anis, E. Z. (2013). *Islam Ala Iklan : Komodifikasi Identitas Keislaman Dalam Iklan Di Televii Indonesia*. Jurna Islamic Review.
- Aziz, M. (2016). *ilmu dakwah*. Jakarta : prenadamedia.
- Bertens, K. (1983). *Filsafat Barat Dalam Abad XX, Inggris-Jerman*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Danesi, M. (2010). *Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- dkk, W. (2009). *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Grasindo.
- Fahrurozi, M. (2010). *Peluang dan Ancaman Media Global atas Dakwah Islam*.
- Greg Fealy & Sally White, U. S. (2021). *Bisnis Moral & Fatwa Online*. Depok: Komonitas Bambu.
- Hadiwijono, H. (1980). *Sejarah Filsafat Barat*. Yogyakarta: Kanisius.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11indonesia-negarapenduduk-muslim-terbesar-dunia>. (2019).
- James, L. (1997). *Media Komunikasi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global* . Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Kitiarsa, P. (2008). *Pattana Kitiarsa, Religious Commodification In Asia* . Marketing God London Rouledge.
- Komariyah, S. (2015). *komodifikasi makam dalam perspektif sosial ekonomi (Studi Kasus Dimakam Sunan Kalijaga Demak)*. Semarang .
- Liliweri, A. (Alo Liliweri, Makna Budaya Komunikasi, (yogyakarta: Lkis, 2012) Hlm. 10). *Makna Budaya Komunikasi*. yogyakarta.
- Novidia, A. N. (2015). *Analisis Semiotika Pesan Simbolik Ragam Fashion DO IT YOURSELF Komunitas Mikipiji Makassar*. Andi Nanda Ria N Makassar, jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- nurhasanah, s. (2014). *komodifikasi agama islam dalam iklan televisi nasional*. yogyakarta: skripsi uin sunan kalijaga.
- Sahlan, A. (2010). *Mewujudkan Budaya Religius Di Sekolah*. Malang: UIN Maliki PRESS.
- Sapendi. (2015). Internallisasi Nila-nilai Moral Agama Pada Anak Usia Dini. *At-Turats*, Vol. 9.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *semiotika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sukmono, F. G. (2014). *Ekonomi Politik Media Sebuah Kajian Kritis*. yogyakarta: Lingkar Media.
- Sururin. (2004). *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Umay, A. A. (t.thn.). *Semiotika Teori dan Aplikasi Pada Karya Sastra*. Semarang: IKIP PGRI Semarang.
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika komunikasi-Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama, R. (2006). *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Zulkarnain. (t.thn.). *Transformasi Nilai-nilai Pendidikan Islam*.

