

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al-Ashfahānī. (t. th). *al-Mufradāt fī Gharīb al-Qur'ān*. Beirut: Dārul-Ma'rifah.
- Alim, M. (2006). *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Amsyari, F. (1995). *Islam Kaffah Tantangan Sosial dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Gema Insan.
- Aziz, M. A. (2016). *ILMU DAKWAH*. Jakarta: Prenadamedia.
- Bertens, K. (1983). *Filsafat Barat dalam Abad XX, Inggris-Jerman*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Black, J. A., & Dean J. C. (2009). *Penulisan Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Danesi, M. (2010). *Pengantar Memahami Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Djamil, F. (1997). *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta: Logos.
- Fealy, G., & White, S. (2008). *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: ISEAS.
- Hadiwijono, H. (1980). *Sejarah Filsafat Barat 2*. Yogyakarta: Kanisius.
- Handoko, T. H. (1998). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Indonesia, D. A. (2013). *Al-Qur'an Karim Robbani*. Jakarta: Surya Prisma Sinergi.
- Jayakusuma, T. (1982). *Periklanan*. Bandung: Armico.
- Kitiarsa, P. (2008). *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. London: Routledge.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Prenhmlindo.
- Liliweri, A. (2012). *Makna Budaya Komunikasi*. Yogyakarta: Lkis.
- Majid, N. (2008). *Islam, Kemodernan dan Keindonesiaan*. Bandung: Mizan.
- Maulana, D. (2004). *Metode Penulisan Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleng, L. J. (2002). *Metodologi Penulisan Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, A. (2005). *Psikologi Keluarga: Dari keluarga Sakinah Hingga Keluarga Bangsa*. Jakarta: Bina Rena Pariwara.
- Muhaimin, d. (1994). *Dimensi-dimensi Studi Islam*. Surabaya: Karya Abditama.
- Muhmadayeli. (2005). *Filsafat Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Mustari, M. (2014). *Nilai Karakter Refleksi untuk Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Nata, A. (2002). *Akhlaq Tasawuf*. Jakarta: PT. Gravindo Persada.

- Noviani, R. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan: Antara Realitas, Representasi, dan Simulasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Y. A. (2010). *Semiotika dan HiperSemiotika: Kode, Gaya & Matinya Makna*. Bandung: Matahari.
- Purnama, L. (2001). *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Russell, J. T. (2000). *Kleppner's Advertising Procedures*. New Jersey: Prentice Hall College Division.
- Sadiah, D. (2015). *Metode Penulisan Dakwah (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Samiaji, S. (2012). *Penulisan Kualitatif: Dasar-dasar*. Jakarta: Indeks.
- Sobur, A. (2009). *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiono. (2009). *Memahami Penulisan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsini, A. (2006). *Manajemen Penulisan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sururin. (2004). *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Galla Indonesia.
- Wahyudin, dkk. (2009). *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Grasindo.
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widyatama, R. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jurnal:
- Ciptasari, M., & Saortua Marhan. (2018). "Komodifikasi Santungan-gantungan dan Tamiang di Bali". *Jurnal Studi Kultural*, Vol. III, No. 2.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 2.
- Manggaga, I. P. (2018). Komodifikasi Konten Televisi dalam Perspektif Ekonomi Politik Media. *Jurnal Tabligh*, Vol. 19 No. 2.
- Prasetiawati, E. (2017). Penafsiran Ayat-ayat Keluarga Sakinah, Mawaddah wa Rahmah dalam Tafsir al-Misbah dan Ibnu Katsir. *Jurnal Insitut Agama Islam Ma'arif NU Metro NIZHAM*, Vol. 05, No. 02.
- Saefulloh, A. (2009). Dakwahtainment: Komodifikasi Industri Media Di Balik Ayat Tuhan. *Jurnal Komunikasi* Vol. 3 No. 2.
- Sapendi. (2015). Interelasi Nilai- nilai Moral Agama Pada Anak Usia Dini. *Jurnal At-Turats*, Vol. 9 No. 2.
- Saudi, Y. (2018). Media dan Komodifikasi Dakwah. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 3 no. 1.

Skripsi:

Nurhasanah, S. (2014). “Komodifikasi Agama Islam dalam Iklan Televisi Nasional”. *Skripsi – UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.*

Riana, G. V. (2014). “Komodifikasi Agama Pada Iklan”. *Skripsi - UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.*

Wahidah, F. (2015). Komodifikasi Nilai Agama Dalam Iklan Televisi (Studi Analisis pada Iklan Wardah). *Skripsi – UIN Walisongo Semarang.*

Web:

diakses dari <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/11/indonesia-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-dunia>, tanggal 3 September 2019, pukul 11.31

Sejarah dan Profil Singkat KINO (Kino Indonesia Tbk), diakses dari <https://britama.com/index.php/2015/12/sejarah-dan-profil-singkat-kino/>, pada tanggal 22 Nov 2019 pukul 13.00

Nada Saffana, 8 Jenis Pelukan yang Menunjukkan Hubungan Kamu, diakses dari <https://m.detik.com/wollio/love/jenis-pelukan-yang-menunjukkan-hubungan-kamu>, pada tanggal 21 Februari 2020, pukul 17.00

Amalia Azizah, Cara Cowok Menggandeng Tanganmu Ternyata Memiliki Arti, Lho, diakses dari <http://www.pobela.com/relationship/dating/amalia-azizah>, pada tanggal 21 Februari 2020 pukul 17.00

