



Nama Formulir:

**Lembar
Pengesahan
Karya Ilmiah**

No.

Dikosongkan *(diisi admin
prodi)

Issue/Revisi

1

Tgl Berlaku

-

Halaman

1

Yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap Mohammad Subhi, M.Hum.

Jabatan Ketua Program Studi

Program Studi Magister Ilmu Agama Islam

NIP 208120153

Telah melakukan penelaahan karya ilmiah berjudul:

Analisis Pengaruh Komodifikasi Agama Bagi Kehidupan

Dan menyatakan bahwa karya ilmiah tersebut sudah memenuhi kaidah penulisan ilmiah dan oleh karenanya layak diajukan untuk keperluan unggah karya ilmiah di Universitas Paramadina, atas nama:

Nama Lengkap Abdul Razak

Jenjang S1 / S2 *

Program Studi Magister Ilmu Agama Islam

NIM 224141007

Demikian hasil penelaahan atas karya ilmiah ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 25 Februari 2026

Penelaah,

NIP: 208120153

Nama Formulir:

**Surat Pernyataan
dan Validasi**

No.

FR-002/PR-003/KB-02-
01/MMP/UPM/2020

Issue/Revisi

1

Tgl Berlaku

15 Juli 2020

Halaman

1

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap Abdul Razak
Jenjang S1 / S2 *
Program Studi Magister Ilmu Agama Islam
NIM 224141007
Alamat Jl. H. Rean RT. 05 RW. 01 Kelurahan Benda Baru, Kecamatan
Pamulang – Kota Tangerang Selatan Prov. Banten

** coret yang tidak perlu*

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang saya ajukan yaitu:

Analisis Pengaruh Komodifikasi Agama Bagi Kehidupan

adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat pelanggaran kaidah-kaidah akademik pada karya ilmiah saya, maka saya bersedia menanggung sanksi-sanksi yang dijatuhkan karena kesalahan tersebut, sebagaimana diatur oleh Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 25 Februari 2026
Yang membuat Pernyataan,



Abdul Razak
NIM: 224141007

Analisis Pengaruh Komodifikasi Agama Bagi Kehidupan

Oleh: Abdul Razak

Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia
abdul.razak1@students.paramadina.ac.id

ABSTRAK

Fenomena munculnya komodifikasi agama cukup membuat perubahan yang signifikan dalam kehidupan. Hal ini tampak secara kasat mata di berbagai daerah di Indonesia. Oleh karena itu patut kiranya dilakukan kajian atau penelitian ilmiah. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komodifikasi agama terhadap kehidupan. Hal ini penting dilakukan mengingat perubahan-perubahan yang terjadi di dataran realitas masyarakat cukup signifikan. Metode yang penulis lakukan adalah dengan menganalisis melalui berbagai literatur, artikel, dan fakta-fakta di masyarakat yang penulis kumpulkan menjadi sebuah paparan dari perspektif peneliti itu sendiri yang dikuatkan oleh expert adjustment. Hasil dari penelitian singkat ini adalah “Telah terjadi pergeseran nilai bahwa sesuatu yang awalnya memiliki nilai spiritual atau makna religus kemudian dijadikan sebagai produk yang dapat dijual untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, misalnya kalung salib, hijab, jasa doa, penggunaan simbol agama dalam iklan atau produk.

Kata Kunci : Komodifikasi, Agama, Kehidupan

ABSTRACT

The emergence of the commodification of religion has significantly changed lives. This is visibly evident in various regions in Indonesia. Therefore, it is appropriate to conduct a scientific study or research. This paper aims to determine the impact of religious commodification on life. This is important considering the significant changes occurring in the realm of societal reality. The author's method is to analyze various literature, articles, and facts in society that the author collected into a presentation from the researcher's own perspective, strengthened by expert adjustment. The results of this brief study are: "There has been a shift in values, where something that initially had spiritual value or religious meaning is then transformed into a product that can be sold for economic gain, for example, cross necklaces, hijabs, prayer services, the use of religious symbols in advertisements or products.

Keywords: *Commodification, Religion, Life*

PENDAHULUAN

Dinamika kehidupan di era modern seperti sekarang ini terus bergerak dengan cepat, bahkan globalisasi pun telah menembus batas antar wilayah dan antar negara. Oleh karena itu pergerakan barang, jasa, investasi dan manusianya pun melaju tak terkendali. Pergerakan manusia antar negara membawa dampak yang cukup signifikan, bukan hanya membawa perubahan budaya, namun juga agama. Dan yang patut dicermati untuk dikritisi dan teliti adalah munculnya fenomena komodifikasi agama.

Dalam konteks ini, yang penulis maksudkan dengan komodifikasi agama adalah proses mengubah ajaran, simbol atau praktik agama menjadi barang dagangan atau komoditas yang dapat diperjualbelikan. Ini berarti bahwa sesuatu yang awalnya memiliki nilai spiritual atau makna religius kemudian dijadikan sebagai produk yang dapat dijual untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, misalnya kalung salib, hijab, jasa doa, penggunaan symbol agama dalam iklan atau produk. Hal ini tentu akan berdampak pada pengurangan makna spiritual agama, dapat pula menciptakan kesenjangan sosial, dan dapat mengubah agama menjadi sekedar produk konsumtif.

Keberadaan komodifikasi agama di jaman ini akan menimbulkan banyak perubahan dalam kehidupan, baik yang positif maupun negatif. Oleh karena itu masyarakat harus memiliki ketegasan dan prioritas dalam mensikapi dampak yang ditimbulkan dari komodifikasi agama. Menurut Uswatun Hasanah dalam bukunya Nilai-Nilai Dakwah Dalam World Muslimah, faktor-faktor yang menjadi penyebab maraknya komoditas agama adalah hegemoni budaya, gaya hidup konsumtif dan budaya populer.

Hegemoni diartikan sebagai pengaruh dominasi kekuasaan, sedangkan budaya diartikan sebagai adat istiadat (Kamus Besar Bahasa Indonesia: 2007), maka dalam kehidupan bermasyarakat hegemoni budaya dapat menguasai atau mendominasi tatanan sosial. (Antonio Gramsci: Wikipedia)

Dinamika perubahan sosial yang terjadi di suatu negara sangat mungkin disebabkan oleh berbagai faktor yang datangnya dari eksternal, seperti isu tentang HAM, lingkungan hidup, krisis ekonomi, gender, dan sebagainya, merupakan fenomena yang bergerak cepat untuk mewujudkan hegemoni dan dominasi.

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan ribuan budayanya, sangat kental dengan adat istiadat dan tradisinya. Budaya yang menjadi identitas bangsa dipelihara secara turun temurun sedikit demi sedikit terkikis oleh arus globalisasi, para kapitalis dari Barat yang dengan sengaja mengkontaminasikan budaya Barat dan menjadi kiblat modernisasi. Dan

media massa (media elektronik) menjadi senjata yang paling ampuh yang digunakan oleh para kapitalis untuk mencengkeramkan hegemoninya. Di sinilah baru sadar bahwa teknologi sudah masuk dalam dataran budaya manusia secara substansial.

Dampak signifikan dari globalisasi melalui media online misalnya, yang setiap saat menayangkan budaya dari negara maju menjadikan kebudayaan negara berkembang seperti Indonesia semakin terintegrasi dengan kebudayaan negara maju yang pada gilirannya akan mengarahkan negara-negara berkembang menjadi seperti Amerika yang dikatakan negeri impian bagi jutaan manusia di pelosok dunia. Maka menjadi kebanggaan bila sudah bisa berlibur ke Amerika, Perancis, Itali dan sebagainya.

Industri media di dunia khususnya di Amerika mengalami kecenderungan perkembangan. Menurut William Hoynes dan David Croteau, setidaknya ada 4 macam perkembangan, yaitu:

1. *Growth* (pertumbuhan) yang pesat, yang diwarnai dengan fenomena merger antara perusahaan satu dengan lainnya, sehingga menjadi makin besar dan ekspansi kemana-mana.
2. *Integration* (integrasi), yaitu terintegrasinya media raksasa seperti misalnya Media Massa Times, yang terintegrasi secara horizontal bergerak ke berbagai bentuk media, seperti internet dan lain-lain. Integrasi perusahaan media juga bisa terbentuk secara vertikal melalui film-film, bioskop, provider internet, dan jaringan penyiaran seperti televisi.
3. *Globalization*, yaitu gerakan para konklomerat media yang telah menjadi entitas global dengan jaringan pemasaran dunia.
4. *Concentration of Ownership*, yaitu kepemilikan holding media yang menjadi mainstream dunia semakin terkonsentrasi kepemilikannya (Antonio Gramscy: Wikipedia).

Budaya Barat oleh sebagian orang dianggap modern, sesuai dengan perkembangan jaman. Hal ini menjadikan mindset bahwa segala sesuatu yang diadopsi dari Barat telah menaikkan prestise, karena dianggap kekinian yang patut diikuti meskipun berdampak negative, misalnya fashion yang justru banyak memamerkan kemolekan tubuh. Contoh lain di dunia pergaulan, misal di Indonesia orang senang memakai bahasa Inggris daripada bahasanya sendiri. Tarian salsa, suffle, breakdance, moonwalk, lebih dimintai daripada tarian budaya bangsa, seperti Jaipong, Saman, Srimpi, Gambyong, dan sebagainya yang sesungguhnya tidak kalah indahnya dari tarian-tarian Barat. Makan di restoran asing, seperti Mc Donald, KFC, dan sebagainya lebih dibanggakan daripada di Warteg, Warsun, dan

warung makan Padang. Hal ini tanpa disadari secara perlahan akan menggeser nasionalisme dan mempersempit budaya local. Lihatlah antrian panjang berdesak-desakan saat ada konser dari Korea misalnya. Globalisasi bergerak tanpa bisa dikendalikan, mengantarkan kekuatan budaya global dari barat sebagai “budaya populer” yang dikenal dan digandrungi banyak orang. Dalam perspektif industry, budaya populer juga dinilai sebagai produk kapitalisme yang bersifat massal yang dikelola melalui jejaring media yang jarak jangkauannya tak terbatas menembus antar wilayah, antar negara bahkan antar benua (Teguh Imanto: <https://www.esaunggul.ac.id/budaya-populer-dan-realitas-media>).

Budaya populer memiliki visi menunjuk kepada kehadiran massa secara massif yang dijadikan sebagai target utama produksi budaya maupun sebagai agen konsumerisme (Dicky Sofyan: 2013). Media mengkonstruksikan kebudayaan populer atas kepentingan kapitalis yang menawarkan berbagai kebutuhan dan keinginan semu untuk memikat hati masyarakat agar terus membeli (Muh Hanif: 2011).

Ini mengartikan bahwa masyarakat yang diciptakan oleh budaya populer tidak lagi berpikir ke arah kebutuhan primer. Kapitalisme menyodorkan kebutuhan palsu yang mejadikan orang selalu butuh terhadap barang yang ditawarkannya. Masalah-masalah yang ditawarkan antara lain seperti : kecantikan, mode, gaya hidup dan pergaulan yang semuanya bermuara pada nilai dan kelas social (Uswatun Hasanah: 2013).

Tulisan ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam meningkatkan kesadaran tentang dampak negatif dari komodifikasi agama serta memberikan wawasan tentang bagaimana media, dapat digunakan sebagai alat untuk mengadvokasi perubahan sosial keagamaan.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan analisis studi kasus terkait fenomena komodifikasi agama. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana komodifikasi agama benar-benar memberi dampak pada sendi-sendi kehidupan secara luas. Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi yang mencatat peristiwa-peristiwa lalu mendokumentasikan dengan mengumpulkan data dari buku, artikel jurnal, laporan, dan sumber online yang relevan dengan topik penelitian. Dengan metode ini, diharapkan dapat memberikan hasil yang komprehensif dan mendalam terkait kritik terhadap komodifikasi agama dan dampaknya di kehidupan sosial kemasyarakatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kapitalis dengan kepiyawaiannya menawarkan kehidupan yang lebih mudah, nyaman, praktis dan berkelas. Alih-alih ingin menjadikan masyarakat yang maju dan

bermartabat, kapitalis menyortir segala sesuatu yang dibutuhkan masyarakat yang menjadikan masyarakat semakin konsumtif dan tidak kreatif. Lihat saja masyarakat perkotaan di Indonesia sangat konsumtif sekali, bahkan untuk belanja saja terkadang pergi ke Singapore. Ketika Indonesia menjadi tujuan perdagangan, maka semua barang ada. Hal ini tanpa disadari menjadikan bangsa Indonesia lemah dalam hal pertahanan sandang dan pangan.

Mendasarkan pada perkembangan zaman yang sudah sedemikian rupa, tampak jelas bahwa kehidupan bangsa Indonesia menuju suatu era dimana batas antara budaya dan nilai-nilai religius dipertanyakan dan ditentang (Dicky Sofyan: 2013). Banyak kasus yang dapat kita dengar dan lihat terkait pertentangan budaya dan agama dalam masyarakat, seperti pergaulan bebas, siswa sekolah melawan guru, dan lain-lain.

Perilaku santun dan ajaran budi pekerti yang mestinya dilakukan mulai terkikis dengan hadirnya budaya populer yang cenderung materialistik dan serba instan serta dapat merusak sendi-sendi kehidupan bermasyarakat dalam kondisi yang memprihantinkan (Teguh Imanto: *Budaya Populer dan Realitas Media*). Keanekaragaman, ketidaksamaan serta ketidakmerataan dalam kehidupan bermasyarakat memang telah diakui oleh Islam.

Oleh karena itu Islam telah mengaturnya sedemikian rupa, sehingga persoalan ekonomi pun dalam peredaran yang stabil dan merata secara berkeadilan, tidak dalam penguasaan sebagian orang saja.

Hal ini ditegaskan dalam QS Al-Hasyr 59 :ayat 7 yang artinya : *“Apa saja harta rampasan (fa’i) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota, adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang yang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukuman-Nya”*.

Melalui pendidikan moral yang baik, Islam mendorong kepada orang yang kaya untuk menafkahkan sebagian hartanya kepada orang yang layak menerimanya agar ketimpangan yang terjadi tidak menjadikan kecemburuan sosial dan permusuhan di Masyarakat (Rif’at Syauqi Nawawi: 2012). Pernyataan tersebut selaras dengan apa yang islam ajarkan yaitu pada kata: *“dan apa yang diberikan Rasul bagi kamu, maka terimalah dan apa yang dilarangnya bagi kamu maka tinggalkanlah”*.

Dari paparan di atas, peneliti merumuskan beberapa fenomena yang merupakan implikasi dari adanya komodifikasi agama secara spesifik yang memang terjadi dalam konteks agama, sehingga menjadi sebuah pemahaman yang holistik.

Hal-hal yang sering terjadi dalam praktik agama Islam sangat banyak, namun peneliti membatasi pada 4 hal saja yang cukup populer dilakukan oleh umat Islam, antara lain masalah haji dan umrah, pengobatan alternatif, dakwahtainment dan Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) yaitu festival atau kompetisi keagamaan Islam di Indonesia yang berfokus

pada lomba membaca Al-Qur'an dengan kaidah tajwid, lagu, serta adab yang baik. Peneliti mengkritisi empat hal tersebut dalam kaitannya dengan komodifikasi agama, maka di bawah ini dipaparkan fenomenanya, rujukan dalam Al-Qur'an maupun hadits, fakta-fakta yang terjadi di masyarakat Islam Indonesia dan perspektif peneliti.

Tabel Komodifikasi agama di Indonesia

No	Fenomena	Rujukan Qur'an/Hadis	Realitas	Perspektif Peneliti
1	Umrah dan haji	Konsensus ulama menyatakan bahwa haji dan umrah hanya wajib dilakukan satu kali seumur hidup (Muhammad Hanifuddin: Fenomena Berhaji Berulang). Sebagaimana dalam hadis shahih Muslim, dari Abu Hurairah, "Rasulullah SAW bersabda dalam pidato beliau: Hai manusia sesungguhnya Allah SWT telah mewajibkan atas kamu mengerjakan ibadah haji, maka berhajilah. Seorang sahabat bertanya apakah haji tiap tahun ya Rasulullah? Beliau diam tidak menjawab, dan yang bertanya itu mendesak sampai tiga kali. Kemudian Rasulullah SAW bersabda, kalau saya jawab "ya" sudah tentu menjadi wajib tiap-tiap tahun, sedangkan kamu tidak akan kuasa mengerjakannya. (Ali Mustafa Ya'qub: 2006).	Tiap tahun ada saja umat Islam yang pergi haji untuk yang kesekian kalinya, bahkan umrahpun dalam satu tahun banyak yang diulang. Dana yang dikeluarkan kaum muslimin untuk haji sunah dan umrah tiap tahun bisa lebih dari 120 triliun rupiah (Ahmad Nafi' Al – Muwarra'i: 2010).	Aspek Ontologi, pergi haji maupun umrah yang dilakukan lebih dari sekali atau berkali-kali menandakan adanya degradasi ibadah. Dan dana yang dipakai tidak memberi kemanfaatan kepada yang lebih membutuhkan, seperti yatim piatu yang dhuafa dan kaum mustahiq.
2	Pengobatan alternatif (ruqyah)	Ruqyah atau mantra atau jampi-jampi adalah cara penyembuhan terhadap orang sakit dengan menggunakan jampi. Ruqyah dibenarkan dan	Ruqyah sebagai pengobatan alternatif marak dijumpai. Banyak penjual yang menawarkan	

	<p>di bolehkan oleh Rasulullah supaya orang yang sakit sembuh (Muhammad Lutfi Ghozali: 2006). Dalam sebuah kisah disebutkan sekelompok orang dari sahabat Nabi Muhammad SAW mendatangi suatu desa di Arab, tapi penduduknya tak mau menjamu mereka. Tiba-tiba pemimpin desa tadi disengat binatang. Maka mereka berkata “Apakah kalian punya obat atau orang yang ahli ruqyah?” Maka mereka menjawab: “kalian tidak mau menjamu kami. Kami tidak akan mengobati sampai kalian memberikan untuk kami upah”. Maka mereka memberikan uah untuk mreka tiga puluh ekor kambing. Maka mulailah dia (Abu said) membaca Ummul Qur’an dan mengumpulkan ludahnya lalu meludahinya sedikit (ke kepala kampung), maka sembuhlah dia. Lalu mereka mendatangkan kambing-kambing itu. Para sahabat tadi berkata: “Kita tidak mengambilnya sampai kita bertanya kepada Rasulullah”. Lalu mereka bertanya kepada Rasulullah. Beliau bersabda: “Darimana engkau tahu Ummul Kitab adalah ruqyah? Ambillah kambing-kambing tadi, berilah aku bagian darinya”.</p>	<p>pengobatan dengan melakukan atraksi sulap lalu menjual obat. Hal seperti ini justru melecehkan ayat-ayat yang suci hanya untuk keuntungan dan kepentingan pribadi (Muhammad Lutfi Ghozali: 2006).</p>	
--	---	--	--

3	Dakwahtainment	Hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar. Merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran: 104). Dakwah yang merupakan salah satu cara mengenalkan agama dan mengajarkan ajarannya. Melalui dakwah teejadi internalisasi nilai dan norma agama di Masyarakat	Dakwah pada era kontemporer ini dihadapkn pada berbgi tsntangan dan roblematika yang makin kompleks (Abdul Basit: 2005). Di era sekarang ini komodifikasi dan komersialisasi agama makin marak terjadi. Para ulama sudah memfatwakan bahwa agama tidak boleh dijadikan barang dagangan untuk mendapat keuntungan duniawi.	Jika ajaran Islam menjadi komoditas pasar, maka besar kemungkinan semarak keagamaan akan kehilangan maknanya.
4	Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) – Perlombaan Al - Qur'an	“Sesungguhnya orang-orang kafir ketika Al-Qur'an itu disampaikan kepada mereka, (mereka itu pasti kan celaka), dan sesungguhnya Al-Quran itu adalah kitab yang mulia” (QS. Fushillat ayat 41).	Fenomena penyelenggaraan MTQ dilaksanakan tiap tahun di berbagai daerah untuk meraih gelar sebagai Qori terbaik lalu mendapatkanhadiah uang dan sebagainya. Pada tahun-tahun silam banyak ditemukan fakta mencengangkan. sehingga demi hal tersebut banyak kecurangan dari peserta, serta adanya hakim-hakim atau juri yang tidak adil. Dan penyelenggaraan dengan gebyar panggung dengan pendanaan yang sangat besar. mendapatkan hadiah uang dan	Alih-alih melakukan syiar Islam, perlombaan Al-Qur'an dilaksanakan. Terlepas adanya niat baik tersebut, ada saja orang-orang yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai lahan keuntungan (komersil), dan ini membuktikan adanya komodifikasi agama.

			<p>sebagainya. Pada tahun-tahun silam banyak ditemukan fakta mencengangkan, sehingga demi hal tersebut banyak kecurangan dari peserta, serta adanya hakim-hakim atau juri yang tidak adil. Dan penyelenggarakan dengan gebyar panggung dengan pendanaan yang sangat besar.</p>	
--	--	--	--	--

KESIMPULAN

Globalisasi dengan segala turunannya termasuk komoditas pada aspek agama telah menggeser nilai-nilai agama itu sendiri. Bahkan nilai-nilai simbol dari sebuah benda telah mengganti sistem tradisional. Masyarakat yang sudah terkontaminasi dengan globalisasi sudah tidak lagi mementingkan kiprah agama sebagai kontrol kehidupan namun hanya sebagai simbol semata. Keadaan ini tentu akan menjadikan eksistensi agama semakin terancam dikarenakan pengaruh paham modernitas yang dibawa para kaum kapitalis yang konon menjanjikan keamanan, kenyamanan, dan kesejahteraan hidup, namun jika diperhatikan secara seksama dan mendalam ternyata hanya bersifat semu.

REFERENSI

- Ahmad nin Nafi' Al –Muwarra'i, *Berhaji Ulang Suatu Kedzaliman*, (Jakarta maktabah Darus Sunnah, 2010), hal. 16-17
- Ali Mustafa Ya'qub, *Haji Pengabdian Setan*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2006), hal. 4
- Azra, Azyumardi. “*Komodifikasi Islam*”. Harian Republika 11 September 2008.
- Basit, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Purwokerto. STAIN Purwokerto Press. 2005.
- Depag RI, *Al-Quran dan Tafsir*. Jakarta: Departemen Agama RI 2009
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3. Jakarta: Balai Pustaka. 2007
- Ghozali, Muhammad Lutfi. *Ruqyah Dampak dan Bahayanya*. Semarang. Gubungjati. 2006
- Hasanah, Uswatun, *Nilai-Nilai Dakwah Dalam World Muslimah: Studi Kasus Terhadap Pemilihan Duta Muslimah*. Magelang.: PKBM “Ngudi Ilmu”. 2013.
- Majid, Nurcholish. *Tradisi Islam Peran dan Fungsinya dalam Pembangunan di Indonesia*.

Jakarta: Paramadina. 2008.

Muh Hanif, “*Studi Media dan Budaya Populer dalam Perspektif Modernisme dan Postmodernisme*”, Jurnal Dakwah dan Komunikasi 5, No. 2 (2011), hal. 235 – 251

Sofyan, Dicky. *Agama dan Televisi di Indonesia: Etik Seputar Dahwahtainment*. Geneva. 2013

Suryabrata, Sumardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: rajagrafindo Persada. 2012

Qindil, Abdul Mun’im. *Berobat dengan Al-Quran: Therapie Preventif, Kuratif, dan Ruhani dalam Al-Quran*. Terjemahan: Abu Khodijah. Bandung: Irsyad Baitus Salam (IBS). 2008.

Yaqub, Ali Mustafa. *Haji Pengabdian Setan*. Jakarta: Pustaka . Firdaus. 2006

....., *Mewaspada Provokator Haji*. Jakarta. Pustaka Firdaus. 2009

Referensi Website:

“Hegemoni Budaya”, Antonio Gramscy, tersedia di
https://id.wikipedia.org/wiki/Hegemoni_budaya/

Kemenag RI. “Pendaftar Capai 40 Ribu Jamaah perbulan. Antrian Calon Jamaah Haji Indonesia mencapai 2,2 juta”. Tersedia di
<http://kemenag.go.id/index.php?a=berita&id=169514/>

Suryanto, Joko. “Komodifikasi Agama Dibalik Sinetron Religi”, tersedia di
<http://joksor.wordpress.com/2010/05/28/komodifikasi-agama-dibalik-sinetron-religi/>

Teguh Imanto, “*Budaya Populer dan Realitas Media*” tersedia di
<https://www.esaunggul.ac.id/budaya-populer-dan-realitas-media/>