

ABSTRAK

Hani Aturrohmah, 1940210056 “Komodifikasi Dakwah dalam Kaos Santri Wear Clothing”. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2023.

Komodifikasi dakwah merujuk pada proses mengubah pesan-pesan agama atau nilai-nilai spiritual menjadi produk atau barang yang dijual untuk tujuan komersial dengan tujuan mendapatkan keuntungan finansial. Dalam konteks ini, dakwah yang semula merupakan upaya penyebaran ajaran agama atau nilai-nilai moral dan spiritual diubah menjadi barang dagangan yang dapat dibeli dan dijual seperti produk konsumen lainnya. Ini bisa terjadi dalam berbagai bentuk, termasuk pakaian, barang-barang dekoratif, buku-buku, dan lain-lain.

Penelitian ini merupakan penelitian *field research* atau penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif untuk mendeskripsikan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti langsung menggali informasi langsung pada Santri Wear Clothing sebagai penyelenggara komodifikasi dakwah pada kaos, serta semua pihak yang bersangkutan. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi terkait penelitian. Adapun pengambilan data menggunakan sampling terkait variabel dalam penelitian dengan subjek penelitian adalah pemilik Santri Wear Clothing, karyawan Santri Wear Clothing dan pelanggan Santri Wear Clothing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi dakwah dalam konteks Kaos Santri Wear Clothing melibatkan mengubah pesan-pesan agama menjadi produk fashion untuk tujuan komersial. Proses ini mencakup desain, produksi, pemasaran, pesan dakwah, penjualan, distribusi, respons pelanggan, dan pencapaian keuntungan finansial. Dalam komodifikasi dakwah untuk Kaos Santri Wear Clothing, pesan-pesan agama diintegrasikan ke dalam produk fashion untuk tujuan komersial. Proses ini melibatkan desain, produksi, pemasaran, distribusi, tanggapan pelanggan, dan pencapaian keuntungan finansial. Pesan dakwah disampaikan melalui desain-desain yang mengandung elemen-elemen agama, seperti kutipan, kaligrafi, dan lambang agama. Respons pelanggan dapat mengukur sejauh mana pesan agama direspon dan dimengerti.

Kata Kunci: Dakwah, Kaos, Komodifikasi.