

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

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.

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. Namun, sambil mencari keuntungan, penting untuk menjaga integritas nilai-nilai agama dan memastikan bahwa pesan dakwah tetap menjadi fokus utama. Mengenali implikasi sosial, etika, dan nilai-nilai religius sangatlah penting dalam memastikan bahwa pesan agama tetap bermakna dan disampaikan dengan benar dalam dunia *fashion* komersial.

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.

Pentingnya menjaga integritas nilai-nilai agama dalam komodifikasi tidak boleh diabaikan, untuk memastikan bahwa pesan dakwah tetap kuat dan tidak terdistorsi dalam konteks bisnis. Sementara tujuan akhir adalah mencapai keuntungan finansial, perlu dipahami bahwa kesuksesan dalam komodifikasi dakwah harus berjalan seiring dengan kesadaran etis dan nilai-nilai agama yang diwakili.

B. Saran

1. *Santri Wear Clothing*

Santri Wear Clothing harus menjaga konsistensi pesan dakwah sesuai nilai-nilai agama dalam desain, produksi, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Fokus pada kualitas produk kaos,

termasuk bahan, desain, dan pengolahan. Pastikan produk memenuhi standar kualitas tinggi. Bangun hubungan erat dengan komunitas santri, ulama, dan tokoh agama terkait, serta terlibat dalam kegiatan dakwah dan mendengarkan umpan balik. Hal ini memperkuat citra perusahaan dan memahami kebutuhan serta preferensi target pasar.

2. Konsumen

Konsumen perlu memahami agama dan pesan dakwah untuk memilih produk yang sesuai. Jadilah konsumen yang selektif dan kritis. Periksa keaslian dan kualitas pesan dakwah dari perusahaan serta sesuai dengan nilai agama. Pikirkan komodifikasi dakwah dalam produk seperti kaos Santri *Wear Clothing*. Pertimbangkan implikasi terhadap integritas dakwah.

3. Pelaku dakwah

Peneliti dapat meneliti dampak komodifikasi dakwah pada produk-produk seperti kaos Santri *Wear Clothing*. Teliti pengaruhnya terhadap pemahaman agama, identitas keagamaan, dan persepsi masyarakat. Kaji persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap produk-produk dakwah. Telusuri bagaimana komodifikasi mempengaruhi pemahaman dan penerimaan pesan dakwah. Teliti potensi pengembangan produk dakwah inovatif dan kreatif, selain kaos, untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif pada audiens yang lebih luas.