

## ABSTRAK

**Nikmah Hudaningsih, NIM. 1840210063**, dengan judul skripsi : Komodifikasi Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Iklan Televisi “*Sunsilk Hijab Ice Tea*” Menggunakan Teori Max Weber, Skripsi Program Strata Satu (S-1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2022.

Agama di era sekarang tidak terlepas dari komodifikasi. Agama yang berisi tuntunan dan nilai-nilai luhur telah dijadikan komoditas. Seperti yang terjadi belakangan ini sering dilakukan oleh iklan yang menggunakan atribut agama untuk menarik konsumennya. Salah satunya yaitu menggunakan hijab, hijab merupakan simbol dari agama Islam. Hijab dikomodifikasikan dan dikemas semenarik mungkin sehingga dapat menarik perhatian para konsumen, hal tersebut dilakukan demi mendapatkan keuntungan penjualan yang lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai Islam yang terkandung dalam iklan shampo *sunsilk hijab ice tea* serta menganalisis tayangan iklan yang mengarah dan berorientasi pada tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber.

Dalam pembahasan penelitian ini disusun beberapa rumusan masalah : 1) Bagaimana komodifikasi nilai-nilai agama Islam yang ada pada iklan televisi *sunsilk hijab ice tea* ?. 2) Bagaimana analisis teori tindakan sosial Max Weber pada iklan televisi *Sunsilk Hijab Ice Tea*?. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui komodifikasi nilai-nilai agama Islam yang ada pada iklan televisi *sunsilk hijab ice tea*. 2) Untuk mengetahui analisis teori tindakan sosial Max Weber pada iklan televisi *Sunsilk Hijab Ice Tea*. Jenis Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif interpretatif dengan paradigma kritis, dengan tujuan agar dapat menguraikan dan mengartikan hasil analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi dengan cara *screenshot* setiap scene yang ada pada iklan.

Hasil dari penelitian ini ditemukan makna yang mengidentifikasi terjadinya praktik komodifikasi nilai agama dalam iklan *sunsilk hijab ice tea*. Dimana terjadi transformasi nilai agama menjadi nilai tukar yang bersifat komersial. Terjadinya komodifikasi dalam iklan shampo *sunsilk hijab ice tea* diawali dengan memasukkan konsep shampo yang digunakan untuk perempuan berhijab dari segi nilai agama, dan perempuan muslimah dari segi komersial, kemudian diwujudkan dalam sebuah iklan. Dan dari iklan tersebut dihasilkan nilai-nilai agama yang telah dikomodifikasikan. Adapun makna yang menunjukkan terjadinya tindakan sosial Max Weber pada iklan shampo *sunsilk hijab ice tea*. Dimana dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat untuk mengubah sikap, opini dan perilaku pemirsa yang dapat menimbulkan sikap dan perilaku tertentu.

**Kata Kunci : Komodifikasi Agama, Islam, Iklan Shampo Sunsilk, Max Weber**