

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Bina Aksara, 1989.
- Aryasatya Abimana Bhaskoro Agustian. “Komodifikasi Agama Melalui Iklan Televisi (Studi asus Iklan Televisi Berlabel Halal)”, *Jurnal Pustaka Ilmiah* 4, No. 1 (2018): 517-518.
- Azlazalia. “Rejoice Hijab 3 in 1, Shampo Hijab Baru Untuk Tiga Masalah Rambut”.
<https://editorial.femaledaily.com/2017/08/03/rjoice-hijab-3-in-1-fatin-shidqia-hijabisa/> diakses pada 18 Desember 2022 pukul 23.00
- Bambang Aris Kartika Dan Dwi Haryanto. “Komodifikasi Agama Pada Media Sinema Sebagai Strategi Jualan Industri Perfilman Indonesia”. *Journal of Society's Arts* (2017)
- Birowo Antonius “*Metode Penelitian Komunikasi*”. Yogyakarta: Gintanyali 2004: 2
- Fajriana Meita. “Solusi Atasi 3 Masalah Rambut Berhijab Ala Fatin Shidqia”.
<https://m.liputan6.com/fashion-beauty/read/3041765/solusi-atasi-3-masalah-rambut-berhijab-ala-fatin-shidqia> diakses pada 12 Desember 2022 pukul 11.15 WB
- Farhan dan Islamiyah Faisul. “Komodifikasi Agama dan Simbol Keagamaan ‘Jilbab’ di Mesia Online Dalam Persepsi Netizen” Unniversitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo: 53-54
- Farisa Riska. “Analisis Semiotika Makna Pesan Istiqomah Pada Iklan Rejoice Hijab Dalam Kewajiban Menutup Aurat”. *Skripsi*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Unniversitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (2021)
- Fatmawati, Zain Alfian. “Makna Pemanfaatan Hijab Dalam Iklan Produk Shampo Versi Berjilbab Di Televisi”, *Jurnal Komunikasi* 11, No. 1 (2018), 75-90
- Fianto Latif dan Qorib Fathul. “Komodifikasi Agama Dan Kepentingan Ekonomi Politik Media Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan”, *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4, No. 1 (2022): 140-148
- Instagram Fatin Shidqia Lubis.
https://www.instagram.com/p/CQ3CatPh_Oq/?igshid=NTFIZDUzZmM diakses pada 18 Desember 2022 pukul 14.04 WIB
- Irianto M. Agus.”Komodifikasi Budaya Di Era Komunikasi Global Terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional Di Jawa Tengah”, *Jurnal Theologi* 27, No. 1 (2016)
- KBBI. <https://kbbi.b.id/identifikasi> diakses pada 14 Desember 2022 pukul 05.04

- Komariyah Nurul. “Pengaruh Iklan edia Televisi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian”, *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis* 6, No. 2 (2009)
- L annaccone R. Laurence dan Stark Rodney.”A supplay-Side Reintrepretation Of Secularization In Europe”, *Journal Of The Scientific Study Of Religion* 33 (2013): 230-252
- Latifah Nur. “Komodifikasi Hijab Dalam Iklan Nivea Whitening Fresh Duo Di Jejaring Sosial Youtube”. *Skripsi*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri (2021)
- Mahmud. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2011
- Moeloeng J. Lexy. *Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda, 2002
- Mosco Vincent. *The Political Economi Of Communication*. Sage Publication, London (2009)
- Mulweni Sara. “Komodifikasi Produk Halal Pada Iklan Minyak Angin Freshcare Di Televisi”, *Skripsi*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang (2022): 20
- Munawwir Warsun Ahmad. *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progresif, 1997
- Murtianingsih, Erna “Citra Wanita Muslimah Pada Film Tilik” *Skripsi*. Kudus: Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, IAIN Kudus (2017)
- Najitam Fikria.”Jilbab Dalam Konstruksi Pembacaan Kontemporer Muhammad Syahrur”, *Jurnal Musawa* 13, No. 13 (2014): 9-10
- Nurapzafidah, “Analisis Semiotika Aktivitas Wanita Berhijab dalam Iklan Shampo Rejoice Hijab 3 In 1 Versi Fatin Shidqia Lubis di Televisi”. *Skripsi* Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Unniiversitas Iislam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. (2020)
- Nurhasanah Lailiyah. “Komodifikasi Agama Islam Dalam Iklan Televisi Pasta Gigi Siwak”, *Skripsi* IAIN Jember (2020): 5
- P&G Indonesia. “Merek dan Produk”. <https://id.pg.com/merek-dan-produk/> diakses pada 10 Desembe 2022 pukul 12.17 WIB
- P&G Indonesia. <https://branditechture.agency/brand-logos/download/procter-gmble-pg/> diakses ada 10 Desember 2022 pukul 13.20 WIB
- P&G://Indonesia,”Siapa Kami?”. <https://id.pg.com/siapa-kami/> Diakses pada 04 Desember 2002 pukul 11.55 WIB
- Pribadi Yanwar Dan Ghufron Zaki. “Komodifikasi Islam Dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan Di Banten”, *Jurnal Afkaruna* 5, No. 1 (2019): 822-12
- Purrwanto Agus, Wijastuti, dan Wijeseno Adam. “Pengaruh Visualisasi Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian

- Makanan Produk Indofood Pada Masyarakat Desa Ngreden Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten”, *Jurnal Ganeshwara* 1 No. 2 (2021): 6
- Qorib Fathul, Fianto Latif. “Komodifikasi Agama Dan Kepentingan Ekonomi Politik Media Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan”, *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4, No. 1 (2022), 140-148
- Rejoice X Fatin. Hijabisa. “Tangkapan Layar Channel Youtube Fatin”. <https://youtu.be/5591.fUkdavM> diakses pada 18 Desember 2022 pukul 14.13
- Rejoice. “Shampo Apa Yang Harus Kupilih Untuk Rambut Berhijab?”. <https://www.rejoice.co.id/id-id/blog-page/apa-hijab-sampo-harus-saya-pilih> diakses pada 10 Desember 2022 pukul 14.,20 WIB
- Rijali Ahmad. “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Aldhadharah* Vol. 17 No. 33 (2018)
- Rozaki Abdur. *Komodifikasi Islam (Kesalehan Dan Pergaulan Identitas diruang Public)*: 2 (2013): 199-212
- Ruhlessin Famely Masya. “Kenapa Warna Hijau Identik Dengan Agama Islam?”. <https://www.kompas.com/properti/read/2022/04/11/155511021/ke-napaa-warna-hijau-identik-dengan-agama-islam> diakses pada 18 Desember 2022 pukul 22.42
- Sa’diah Kasinaung Endah. “Makna Hijab Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Sunslit)”, *Skripsi* Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam Unniversitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2019): 38
- Sa’diyah Kholifatus dan Sunarto. “Tafsir Jilbab Perempuan Perspektif Islam an Psikologi”, *Jurnal Kariman* 10, No. 1 (2022)
- Sa’diyah Kholifatus Sunarto. “Tafsir Jilbab Perempuan Perspektif Islam Dan Psikologi”. *Jurnal Kariman* (2022)
- Sais Hadi Patta. “Makna Berhijab Bagi Muslimah, Persepsi Mahasiswi Fisip Unniversitas Muhammadiyah Kendari”: 92-106
- Santosa Puji. *Rancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra*. Bandung:Angkasa, (1931)
- Siapa?. <https://www.viva.co.id/siapa/> diakses pada 12 Desember 2022 pukul 10.20 WIB
- Sobur Alex.*Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya, (2004): 96
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 20022: 225
- Susanti Dede dan Rochman Lul Kholil. “Analisis Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan Es Krim Magnum Versi Pink & Black”, *Jurnal Komunika* 110, No. 2 (2016): 24

Zain Alfia dan Fatmawati. “Makna Pemanfaatan Hijab Dalam Iklan Produk Shampo Versi Berjilbab di Televisi”, *Jurnal Komunikasi* 11, No. 1 (2018): 75-90

Zed Mustika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008

