

KOMODIFIKASI DAKWAH DI YOUTUBE (Analisis pada Channel Youtube dr. Zaidul Akbar Official)

Vita Juanita^{1*}, Lilik Hamidah²

Magister Komunikasi Penyiaran Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya

Corresponding author:

* smile.tieta@gmail.com

Abstrak

Proselytizing is an activity to invite to the path of goodness, which is identified as a purely religious activity. At this time proselytizing activities have been contaminated with products and services, where many proselytizing have been mixed between proselytizing and products or services (both through advertisements and endorsements). The purpose of this study was to find out about the commodification of religion in the proselytizing of dr. zaidul Akbar on youtube. The purpose of this study was to find out about the commodification of religion in the proselytizing of dr. zaidul Akbar on youtube. This study uses a content analysis method to use certain words, signs and symbols that can be inferred as commodification of religion. The results showed that there was a commodification process in the proselytizing of dr. Zaidul Akbar on Youtube.

Dakwah merupakan aktifitas untuk mengajak kepada jalan kebaikan, yang diidentikkan sebagai kegiatan agama murni. Pada saat ini kegiatan dakwah telah terkontaminasi dengan produk dan jasa, dimana banyaknya dakwah yang mengalami pencampuran antara dakwah dengan produk ataupun jasa (baik melalui iklan maupun *endorse*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang kecenderungan komodifikasi beragama pada dakwah dr. zaidul Akbar di youtube. Studi ini memakai metode *content analysis* untuk menggunakan kata-kata, tanda dan symbol tertentu yang dapat disimpulkan sebagai komodifikasi agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada proses komodifikasi pada dakwah dr. Zaidul Akbar di youtube.

Keywords: Komodifikasi Agama, dr Zaidul Akbar, dakwah di youtube.

A. Pendahuluan

Internet sebagai media baru, memberikan udara segar terhadap proses tranformasi pada dakwah Islam. Sebagai media baru, internet sebagai merupakan media yang menuntut kreatifitas dan inovasi para da'i dalam menggunakan akses digital pada dakwah Islam.¹ Youtube merupakan media sosial yang dapat digunakan sebagai media dakwah, menurut dataindonesia.id Indonesia memiliki 127 juta pengguna *Youtube* hingga Januari 2022.² Youtube merupakan media yang berdampak signifikan dalam terhadap proses dakwah. Dengan begitu, *Youtube* merupakan media yang menarik terhadap pengemasan informasi pada berbagai golongan, yang disesuaikan terhadap kepentingan para penggunanya.³

Komodifikasi agama merupakan komersialisasi nilai dan juga simbol keagamaan seorang ustadz. Sesuatu yang bertentangan dengan kegiatan dakwah sendiri, dakwah merupakan sesuatu yang mengajak pada kebaikan, namun di sisi lain mengajak orang atau pengikutnya untuk mengikuti ajarannya melalui produk-produk komersial dengan gaya islami.⁴ dr. Zaidul Akbar adalah seorang dokter, pendakwah Islam yang melakukan dakwahnya melalui media social. Dakwah beliau berpegang teguh kepada AlQuran dan hadist sebagai sumber kekuatan spiritual untuk kesembuhan. Beliau juga memberikan berbagai macam kajian melalui resep – resep hidup sehat yang dikenal dengan jurus sehat rasullullah (JSR). Lebih lanjut, dalam episode JSR Bisa Untuk Anti Corona, juga Kesuburan Wanita dan Pria pada *chanel Youtube dr. Zaidul Akbar Official*.

dr. Zaidul akbar tidaklah hanya berdakwah. Akan tetapi beliau juga mempromosikan *onlineshop* yang dimilikinya, yaitu JSR Store. Tidak hanya dengan promosi melalui obrolan yang dilontarkannya. Akan tetapi pada beberapa dakwahnya dr. Zaidul akbar menggunakan logo JSR store untuk *background* dakwahnya.

¹ Rustandi R. Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam (2020) 3(2) 84-95

² Mahmudan A. Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022

³ Makna A'raaf K*, Prihantoro N P, Sifa Larasati, M. Fais Noor M, Hisny Fajrussalam. Penggunaan aplikasi Youtube sebagai media dakwah di era pandemi covid. HAPLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama (2021) 21 173-180

⁴ Pariworo T. Komersialisasi dan transformasi praktek keagamaan: Analisa epaytren Yusuf Mansyur. Studia Philosophica et Theologica, 2018

Penelitian terdahulu seperti : Isman Iskandar, 2020 pada penelitiannya dengan judul *Pesan Dakwah Zaidul Akbar Di Youtube Perspektif Meanings And Media*, Menyimpulkan bahwa : Zaidul Akbar mengingatkan agar seorang muslim hendaklah mengikuti gaya hidup dan juga anjuran dari Nabi Muhammad SAW, seperti: puasa, bekam, dan mengonsumsi madu, adalah hal yang wajib diikuti. Pesan Zaidul Akbar berpedoman terhadap Alquran dan Sunnah. Mengonsumsi makanan yang baik seharusnya adalah makanan alami yang belum terkontaminasi. Agar menjadi muslim yang sehat dan kuat.⁵ Syarifah Fathimy Azizah dalam penelitiannya Komodifikasi Agama dalam Program Siraman Qolbu Bersama Ustadz Dhanu di MNCTV Menyimpulkan dakwah melalui televisi bisa menjadi sesuatu yang baik, dengan menonton televisi pemirsa dapat memperoleh informasi tentang keagamaan. Pengkomodifikasian simbol-simbol agama seperti, peci baju koko, gamis, jilbab serta *setting* studio seperti interior masjid yang sudah menjadi keharusan komponen yang terdapat pada acara religi. Penggunaan kata Alhamdulillah, InsyaAllah, MasyaAllah, Bismillah dan hadits ketika menempatkan iklan produk. Bahkan Ustad Danupun berperan dalam mengiklankan sebuah produk, untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan dari para pemirsa.⁶ Zafirah Quroatun'Uyun dalam penelitiannya KOMODIFIKASI TOKOH AGAMA DALAM TAYANGAN IKLAN TELEVISI: Studi Kasus Ustadz Maulana dalam Iklan Operator Seluler Telkomsel Versi Haji menyimpulkan bahwa : Program telkomsel ibadah melalui tayangan iklan telkomsel versi haji 2013. Kartu seluler yang diperuntukan kepada calon jemaah haji Indonesia. menfokuskan konsep, gaya yang khas serta hipersemiotika Ustadz Maulana. Komodifikasi seperti warna produk, monolog dan dialog. Terpaan iklan telkomsel versi haji yang terus menerus mengakibatkan runtuhnya narasi agama di tengah-tengah masyarakat.⁷ Akhmad Roja Badrus Zaman dalam penelitiannya komodifikasi konten dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar di Youtube : Ekspresi kesalehan dan wacana baru dalam

⁵ Iskandar I, Widyastri S. Pesan Dakwah Zaidul Akbar Di Youtube Perspektif Meanings And Media. Jurnal TADBIR, (2020), 228-254, 2(2)

⁶ Azizah, S. F. (2021). Komodifikasi Agama dalam Program Siraman Qolbu Bersama Ustadz Dhanu di MNCTV. *PERSEPSI: Communication Journal*, 4(1), 89-101.
<https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi%i.6583>

⁷ 'uyun Z. Komodifikasi tokoh agama dalam tayangan iklan televisi: Studi kasus Ustadz Maulana dalam iklan operator Telkomsel versi Haji. Jurnal Al-'Adâlah, (2015), 18(2)

konsentrasi keagamaan di jaman modern, menyimpulkan bahwa media social seperti : *Facebook, Twitter, Instagram* dan *Youtube* memberikan ruang tersendiri bagi para dai untuk dapat melakukan dakwahnya dengan lebih cepat dan efisien. Dari analisis konsep *circuit of culture* terhadap aktifitas dakwah Habib Husein Jafar al-Hadar, menghilangkan paradigma *mainstream* dengan membangun pola identitas baru yang berbeda dari yang telah ada. Dengan menggambarkan seorang anak muda yang saleh sebagai pemuda milenial yang mengikuti *trend*.⁸ Tri Djoko Pariworo dalam penelitiannya komersialisasi dan transformasi orientasi praktek keagamaan: analisa e-paymen “ paytren” Ustadz Yusuf Mansyur. Menyampaikan: agama sebagai kontrol sekaligus panduan untuk berjual beli. Agama adalah panutan hidup seseorang dalam kehidupannya sekaligus saling menguatkan satu sama lain pada prinsip ekonomi syariah. Banyaknya masyarakat perkotaan Indonesia yang menggunakan paytrend beracuan pada agama menjadi penentu seseorang dalam menjalani kehidupannya. Agama menjadi fondasi utama kehidupan manusia yang menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan etika yang tercermin pada apayang dilakukan pada kehidupan kesehariannya.⁹

Penelitian ini ditujukan agar dapat memberikan pandangan mengenai “komodifikasi agama pada dakwah di youtube” sebagai sarana memperluas dakwah agama Islam. Data yang digunakan dirangkum dari berbagai sumber media online seperti jurnal online, ataupun artikel online. Di tahap awal pencarian data, penulis mendapatkan beberapa tesis dan juga lebih dari 30 artikel dengan waktu penerbitan antara tahun 2012 sampai 2022. dengan menggunakan kata kunci seperti : komodifikasi agama, dakwah di youtube, youtube sebagai media.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan analisis konten sebagai metode penelitian. Metode penelitian ini mengarahkan penulis terlibat langsung dengan jalan peneliti mengikuti

⁸ Zaman A. Komodifikasi konten dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar di youtube. *Proceedingsof InternationalConference on Islamic Studies“Islam & Sustainable Development*, (2022)

⁹ Pariworo T. ANALISA E-PAYMENT “PAYTREN” USTADZ YUSUF MANSUR *Studia Philosophica et Theologica*, (2018), 119-137, 18(2)

setiap konten dr Zaidul Akbar di chanel youtube. Peneliti mengamati Isi konten, perilaku, kostum, apa yang disampaikan dan suara yang ada pada dakwah dr Zaidul Akbar. Analisis isi dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang tidak hanya sebatas pada deskriptif saja tetapi juga bisa digunakan untuk menguji suatu hipotesis. Di beberapa kondisi ada kecenderungan bahwa kajian analisis isi memang ditujukan untuk menguji suatu hipotesis. Analisis isi digunakan pada kajian yang bersifat eksploratif juga deskriptif. Analisis isi merupakan semua bentuk komunikasi, media elektronik (televisi, radio, internet, dll.), lebih spesifik lagi seperti: puisi, lagu (musik), film, teater, lukisan, peraturan, Undang-undang, makalah, cerita rakyat (legenda, mitos, dongeng, komik, dll), atau bahan yang terdokumentasi lainnya.¹⁰

C. Hasil Temuan

1. Media Youtube.

APJII menyatakan, pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini sebanyak 202,6 juta jiwa.¹¹ *YouTube* dan *Facebook* adalah merupakan aplikasi yang banyak digunakan dalam konten video, masing-masing digunakan oleh 85% dan 79%.¹² *Youtube* merupakan aplikasi yang memberikan dampak positif, Banyaknya pengguna *Youtube* di Indonesia dari Januari 2016 hingga Januari 2017 durasi menonton *Youtube* dari Indonesia meningkat 155%. Sementara jumlah konten yang diunggah di Indonesia naik hingga 278% dari tahun 2016. Untuk konten video saat ini *Youtube* adalah yang paling populer, Terdapat konten-konten video yang saat ini sedang diminati oleh penonton dari *Youtube*.¹³

¹⁰ Arafat G Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis. Jurnal Alhadrah, (2018), 17(33)

¹¹ Galuh Putri Riyanto, Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021. *kompas.com*. 2021

¹² Oktriwina, A. S. (2020). *Data Statistik Digital Marketing Tahun 2020*. Glints.Com. https://glints.com/id/lowongan/statistik-marketing-2020/#.Ysb_o2BBzIU

¹³ Dwijaya, G. M., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (2017). ANALISIS POSITIONING YOUTUBER INDONESIA BERDASARKAN PERSEPSI PENONTON YOUTUBE DENGAN. *E-Proceeding of Management*. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4927/4891>

Banyaknya penikmat *Youtube* di Indonesia, lahirnya banyak komunitas *Youtube* di Indonesia yang menjadikan adanya pergeseran budaya, dari menonton televisi menjadi menonton *Youtube*. Saat ini, *Youtube* merupakan aplikasi media sosial yang disukai oleh banyak anak muda. Bosannya menonton televisi menjadikan para *content creator* berlomba untuk menunjukkan kreatifitasnya dengan membuat konten yang dimasukkan pada kanal *Youtubenya*. Banyaknya pengguna aplikasi *Youtube* ini digunakan oleh para dai dalam berdakwah. Seorang dai kondang telah mempunyai akun lengkap di social media, termasuk *Youtube*. Konten-konten yang ditampilkan sebagai pesan dakwah yang disampaikan kepada mad'u sebagai timbal balik dari fenomena yang ada.¹⁴

2. Profil dr. Zaidul Akbar.

dr. Zaidul Akbar adalah seorang dokter, pendakwah Islam, konsultan, dan praktisi pengobatan sunah Indonesia. Lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro. Pernah praktik di rumah sakit Balikpapan dan Jakarta. Beliau merupakan pencetus Jurus Sehat Rasulullah (JSR), Pendiri dan Ketua Umum Perkumpulan Bekam Indonesia (PBI); serta Pengurus Pusat Asosiasi Pengobat Tradisional Indonesia (ASPETRI). Keluarga Zaidul Akbar berasal dari Kota Jambi.¹⁵

dr. Zaidul Akbar melakukan dakwahnya melalui media social (youtube, instgram dan facebook). Beliau menyampaikan pesan dakwahnya dengan tema – tema yang mudah diterima oleh mad'u. Dakwah beliau berpegang teguh kepada AlQuran dan hadist sbagai sumber kekuatan spiritual untuk kesembuhan. Beliau juga memberikan berbagai macam kajian melalui resep – resep hidup sehat yang dikenal dengan jurus sehat rasullulah (JSR). Dalam resep–resepnya terdiri atas ramuan yang berbahan dasar atas ; rempah kurma, madu, serta bahan bahan tumbuhan alami lainnya. Selain berdakwah dimedia sosial. Dr Zaidul akbar merupakan pemilik dari *Online Shop* yang bernama JSR

¹⁴ Zaman, A. R. B. (2022). Komodifikasi konten dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar di youtube. *ProceedingsofInternationalConference on Islamic Studies"Islam & Sustainable Development*.
<https://sinta.kemdikbud.go.id/affiliations/profile/184/?view=googlescholar>

¹⁵ wikipedia. (2021). *dr Zaidul Akbar*. https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Zaidul_Akbar .

Store. JSR Store merupakan *online shop* dari produk-produk herbal yang sering dijadikan racikan dalam resep-resep oleh dr. Zaidul Akbar pada setiap dakwahnya, seperti : kurma, madu murni, kacang almond, *beepollen*, *chia seed*, garam Himalaya, serta buku-buku JSR yang ditulis dan diterbitkan oleh dr. Zaidul Akbar, dll. Makanan ataupun minuman yang haram merupakan suatu yang prinsip bagi setiap muslim. Kesempurnaan Islam dapat dilihat dari peraturan yang lengkap termasuk soal kesehatan dan penyembuhannya. Karena itu beliau banyak belajar dan berdiskusi soal bekam, herbal, dan thibbun nabawi. Selain itu, Zaidul juga berpendapat semua syariat Islam mulai dari bangun hingga tidur lagi berdampak menyehatkan.

3. Dakwah dr. Zaidul Akbar.

Dokter Zaidul akbar berdakwah dengan konsep Kembali ke Kesehatan Alquran, Rasulullah dan Alam. Menerapkan 7 Pantangan untuk hidup lebih sehat yaitu ; Mengurangi konsumsi gula pasir dan pemanis buatan. Sebisa mungkin tidak mengonsumsi makanan yang terbuat dari tepung terigu. Kurangi konsumsi susu sapi, Mengurangi konsumsi nasi putih dan olahan Menghindari segala bentuk makanan yang digoreng. Stop makanan estrogenik yaitu makanan yang tinggi kadar hormon estrogen. Tidak mengonsumsi makanan yang mengandung bahan pengawet, penyedap rasa, berwarna pekat, makanan bergelembung, dan lain-lain.

Dalam setiap kajiannya dr Zaidul Akbar selalu memberikan berbagai macam kajian melalui resep – resep hidup sehat yang dikenal dengan jurus sehat rasullulah (JSR). Resep-resep tersebut tersedia untuk berbagai macam penyakit yang telah dibukakan dalam buku yang berjudul Jurus Sehat Rasulullah. Terdapat 200 macam resep, antara lain : kolesterol, penghancur lemak, asma, diabetes, alergi, dll. Resep tersebut yang terdiri atas ramuan yang berbahan dasar atas rempah, kurma, madu, buah, sayur, serta bahan bahan tumbuhan alami lainnya. dr. Zaidul Akbar selalu mengingatkan agar umat islam mengikuti gaya hidup Nabi dengan puasa, bekam, dan memakan makanan sehat. Umat Muslim perlu menyadari pesan Zaidul Akbar sesuai Al-Qur'an dan Sunnah. Makanan yang sehat adalah makanan yang diambil dari alam, tanpa

proses yang berlebihan. dr Zaidul akbar meberikan solusi kepada umat dengan 3 hal penting yaitu;

1. Bersihkan Qolbumu

Membersihkan diri jiwa dan raga dengan cara ; berpuasa, bersedekah, berbagi, berbuat baik pada orang lain, dsb.

2. Kurangi Makan dan perbanyaklah ibadah.

Sering – seringlah berpuasa. Terutama apabila badan terasa sudah tidak sempurna, maka pertanda perut perlu diistirahatkan dari aktiitasnya.

3. Isi badanmu dengan asam amino dan janganlah isi tubuhmu dengan 7 makanan pantangan.

Kurma merupakan asam amino (probiotik) terbaik yang ada di bumi ini. Selain kurma yang merupakan asam amino adalah ; madu, air kelapa, habatusadah, tempe.

D. DISKUSI

Teknologi dan Islam merupakan suatu kesatuan. Saat ini media yang ada di Indonesia hampir tidak mengindahkan etika. Konten yang ada, baik media masa maupun media social, telah berubah menjadi “agama” dengan berbagai ragam bentuk komoditas. Selain itu umat Islam di Indonesia memanfaatkan modernitas. Hadirnya media seharusnya mengekspresikan keberagaman islam untuk meningkatkan keimanan, Para pemilik modal telah menyadari betapa peningkatan ekomoni kaum muslim dapat menciptakan komodifikasi Islam atau barang-barang yang digemari umat muslim, sebagai peluang dari industri.

Semakin tingginya konsumsi terhadap produk-produk Islam dapat mendorong proses islamisasi jauh lebih baik di bidang ekonomi, sosial, politik dan budaya. Penddefinisia tingkat keimanan kaum muslim cenderung dilihat dari banyaknya penggunaan produk-produk Islami. Semakin kaum muslim melakukannya, semakin besarnya pula komoditas Islam, dan semakin canggih pula produk tersebut, sehingga semakin normal pula konsumsi islam, Masyarakat muslim terbuai akan agama dijadikan sebagai alat untuk meraup keuntungan bagi para kapitalis atau pemilik modal.



Agama seharusnya dipisahkan dari produk. Agama adalah keyakinan dan kepercayaan kepada tuhan adalah sesuatu yang sakral dan pribadi. Namun saat ini terjadi transformasi nilai menjadi nilai tukar yang bersifat komersial yang terdapat pada media, baik media massa ataupun media baru. poin penting dalam proses menganalisis optimalisasi media sosial *Youtube* terhadap aspek komodifikasi konten dakwah yang dilakukan oleh dr. Zaidul Akbar antara lain: *Background* yang digunakan pada *streaming* di *youtube* adalah logo *online store* *Jurus Sehat Rasulullah* (JSR).

Pengunggah pada dalam media social *Youtubenya* dan dapat memberikan jawaban bagi para jamaah digitalnya antara lain : Beberapa hal penting yang sering dikatakan dalam dakwah oleh dr Zaidul Akbar, dalam setiap dakwahnya antara lain yaitu ; Alhamdulillah. Ada satu yang perlu kita lakukan secara terus menerus yaitu Doa. Rasulullah sebagai suri tauladan seorang muslim. Sabar dan Sholat adalah obat terbaik untuk segala penyakit. Hidup sesuai tuntunan Al Qur'an dan Hadits. Islam memberikan sebuah konsep kesehatan yang sangat bermakna dengan memanfaatkan apa yang ada pada bumi Allah SWT. Marilah kita jadikan tanaman sebagai bahan untuk menyembuhkan penyakit yang kita derita. Bersedekah. Adanya tanda yang berupa percakapan tentang JSR store dan gambar logo JSR Store yang dijadikan background pada dakwah dr. Zaidul Akbar mengidentifikasi terjadinya praktik komodifikasi pesan dakwah.

dr. Zaidul Akbar seorang dokter dan pendakwah Islam yang melakukan dakwahnya berbeda dengan pendakwah – pendakwah lainnya. dr Zaidul akbar terlihat

lebih santai dalam berbusana. Tidak lagi berjas ala dr Zakir naik, namun dr zaidul akbar memakai baju koko berwarna berserta peci haji. Beliau berdakwah secara langsung pada khususnya, dan juga berdakwah melalui media social pada umumnya. Beliau menyampaikan pesan dakwahnya dengan tema – tema yang mudah diterima oleh mad'u. Dakwah beliau berpegang teguh kepada AlQuran dan Hadist, serta menitikberatkan kekuatan spiritual sebagai sumber untuk kesembuhan. Apabila mad'u sedang diuji oleh Allah dengan penyakit, dr. Zaidul Akbar selalu mengingatkan, sebelum melakukan terapi atau pengobatan lakukanlah terapi spiritual terlebih dahulu (bersyukur, berdoa dan sedekah),

Ekonomi politik media terkait dengan masalah kapital atau modal dari para investor yang bergerak dalam industri media. Sebagai pemilik JSR Store, Zaidul Akbar tahu betul bahwa produknya bisa diterima jika calon customer mengetahui manfaat dari produknya. Meskipun harga produk-produk yang ada tidak murah, namun JSR store mendapatkan 7000 order perhari, seperti yang dinyatakan oleh *Muhammad Aris – Inventory Manager JSR Store di JSR Store: Bisnis yang Terinspirasi dari Rasulullah | TokoTalk* pada 31 Juli 2019.¹⁶ Dengan order yang begitu besar dr. Zaidul Akbar telah berhasil membranding kata-kata Jurus Sehat Rasulullah beserta online storenya yang bernama JSR store.

E. Penutup

Perkembangan dakwah di internet yang pada saat ini telah merubah budaya. *Youtube* adalah salah satu social media yang berbasis konten video yang sebagai ruang para pendakwah untuk dapat mengambil peran dalam aktifitas dakwahnya secara tepat sasaran. Berdakwah melalui konten membutuhkan dana tersendiri, agar dakwah dapat berjalan lancar. Kebutuhan ini menjadikan para pendakwah mencampurkan dakwahnya dengan produk ataupun jasa. Agama seharusnya dipisahkan dari produk. Karena agama

¹⁶ Muharara, C. (2019). *Ceritaku Bersama TokoTalk: Rahasia JSR Store Dapatkan 7.000*. Tokotalk. <https://www.tokotalk.com/blog/jsr-store/>

merupakan keyakinan serta kepercayaan kepada tuhan yang bersifat sakral dan pribadi. Namun saat ini terjadi pergeseran terhadap nilai menjadi nilai tukar yang bersifat komersial yang terdapat pada media, baik media massa ataupun media baru.

Komodifikasi seharusnya tidak boleh mempengaruhi terhadap dakwah dr. Zaidul Akbar. Karena seharusnya Agama dipisahkan dari produk barang ataupun jasa. Namun dalam dakwah-dakwahnya dr. Zaidul akbar tidaklah hanya berdakwah. Akan tetapi beliau juga mempromosikan *onlineshop* yang dimilikinya, yaitu JSR Store. Adanya tanda yang berupa percakapan tentang JSR store dan gambar logo JSR Store yang dijadikan background pada dakwah dr. Zaidul Akbar mengidentifikasi terjadinya praktik komodifikasi pesan dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- A'raaf K, I. M., N P, P. N. P., Fais Noor, M. M., & Fajrussalam, H. (2021). Penggunaan aplikasi Youtube sebagai media dakwah di era pandemi covid 19. *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21, 173–180
<https://media.neliti.com/media/publications/359535-penggunaan-aplikasi-youtube-sebagai-medi-f22f69e3.pdf>
- Arafat, G. Y. (2018). Membongkar Isi Pesan dan Media dengan Content Analysis. *Jurnal Alhadrah*, 17(33).
<http://images.andamawara.multiply.Multiplycontent.com/attachment> /0
- Azizah, S. F. (2021). Komodifikasi Agama dalam Program Siraman Qolbu Bersama Ustadz Dhanu di MNCTV. *PERSEPSI: Communication Journal*, 4(1), 89–101.
<https://doi.org/10.30596/persepsi.v%vi%i.6583>
- Dwijaya, G. M., Dinda, A., & Zuliestiana, S. E. (2017). ANALISIS POSITIONING YOUTUBER INDONESIA BERDASARKAN PERSEPSI PENONTON YOUTUBE DENGAN. *E-Proceeding of Management*.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/4927/4891>
- Galuh Putri Riyanto. (2021). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021* . Kompas.Com.
- Ibrahim, idi S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi & Komodifikasi Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi Part1* (1st ed.).
- AdZikra: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Vol.13 No. 2 Juli-Desember 2022
P-ISSN:2087-8605
E-ISSN: 2746-5446

- https://books.google.co.id/books/about/Komunikasi_dan_Komodifikasi.html?id=bg1eDAAAQBAJ&redir_esc=y
- Iskandar, I., & Widyastri, S. (2020). Pesan Dakwah Zaidul Akbar Di Youtube Perspektif Meanings And Media. *Jurnal TADBIR*, 2(2), 228–254.
- Mahmudan, A. (2022). *Pengguna Youtube Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022*. <https://DataIndonesia.Id/Digital/Detail/Pengguna-Youtube-Indonesia-Terbesar-Ketiga-Di-Dunia-Pada-2022>.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-2022>
- Muharara, C. (2019). *Ceritaku Bersama TokoTalk: Rahasia JSR Store Dapatkan 7.000*. Tokotalk. <https://www.tokotalk.com/blog/jsr-store/>
- Oktriwina, A. S. (2020). *Data Statistik Digital Marketing Tahun 2020*. Glints.Com. https://glints.com/id/lowongan/statistik-marketing-2020/#.Ysb_o2BBzIU
- Pariworo, T. D. (2018). c. *Studia Philosophica et Theologica*, 18(2), 119–137.
- Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>
- 'uyun, Z. Q. (2015). Komodifikasi tokoh agama dalam tayangan iklan televisi: Studi kasus Ustadz Maulana dalam iklan operator Telkomsel versi Haji. *Jurnal Al-'Adâlah*, 18(2). <http://lumbungriset.blogspot.com/2009/07/citra-remaja-dalam-iklan-telivisi.html>
- wikipedia. (2021). *dr Zaidul Akbar*. https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Zaidul_Akbar
- Zaman, A. R. B. (2022). Komodifikasi konten dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar di youtube. *Proceedingsof InternationalConference on Islamic Studies“Islam & Sustainable Development*.
https://sinta.kemdikbud.go.id/affiliations/profile/184/?view=google_scholar