

Komodifikasi Agama dalam Iklan Kosmetik dari Kahf = Commodification of Religion in Cosmetic Advertisement from Kahf

Nurwahida, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920518625&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisis wacana dalam iklan produk kosmetik dari Kahf yang mulai ditayangkan sejak tahun 2020. Peneliti memilih iklan Kahf karena iklan tersebut memasukkan unsur komodifikasi agama Islam melalui wacana dalam iklan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis wacana komodifikasi agama dalam iklan Kahf dan bagaimana gaya penyebaran yang dilakukan dalam iklan. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan analisis wacana Teun A. Van Dijk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan merupakan salah satu media yang tidak hanya menawarkan produk atau membangun citra produk secara positif, namun juga terdapat nilai-nilai dan ideologi yang dibangun oleh produsen dan gaya penyebaran kedua iklan ini menggunakan penggunaan suara dan visualisasi nuansa Islami.

.....This study analyzes the discourse in advertisements for cosmetic products from Kahf which began airing since 2020. The researcher chose Kahf's advertisements because these advertisements incorporate elements of the commodification of the Islamic religion through discourse in advertisements. This research was conducted to analyze the commodification of religious discourse in Kahf advertisements and how the style of dissemination is carried out in the advertisements. The research method uses qualitative methods with discourse analysis by Teun A. Van Dijk. The results of the study show that advertising is one of the media that not only offers products or builds a positive product image, but also contains values and ideology built by producers and the style of dissemination of these two advertisements uses the use of sound and visualization of Islamic nuances.