

**KOMODIFIKASI AGAMA DALAM *BRAND* INARA RUSLI
DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag) dalam Program Studi

Studi Agama-Agama



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

oleh :

Ratnawati

07040221074

**PROGRAM STUDI STUDI AGAMA AGAMA (SAA)
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratnawati

NIM : 07040221074

Program Studi : Studi Agama-Agama

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiasi pada penulisan skripsi saya yang berjudul “KOMODIFIKASI AGAMA DALAM BRAND INARA RUSLI DI MEDIA SOSIAL”. Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian pernyataan keaslian ini saya buat sebenar-benarnya.

Surabaya, 2 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,


(Ratnawati)

NIM. 07040221074

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “KOMODIFIKASI AGAMA DALAM *BRAND* INARA
RUSLI DI MEDIA SOSIAL” yang ditulis oleh:

Nama : Ratnawati
NIM : 07040221074
Program Studi : Studi Agama-Agama

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan pada
ujian skripsi Program Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Sidoarjo, 2 Juni 2025

Pembimbing,


Khalimata Nisa, M.A

NIP. 199303172022032001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM BRAND INARA RUSLI DI MEDIA SOSIAL

Skripsi milik Ratnawati telah dipertahankan di depan tim penguji skripsi

Sidoarjo, 2 Juni 2025

Mengesahkan,

Dewan Penguji

Penguji I



Khalimatu Nisa, M.A.

NIP. 199303172022032001

Penguji II



Prof. Dr. H. Kunawi, M. Ag.

NIP. 196409181992031002

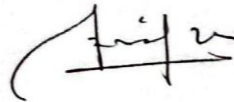
Penguji III



Dr. Nasruddin, S.Pd, S.Th.I, MA

NIP. 197308032009011005

Penguji IV



Feryani Umi Rosidah, S. Ag, M.Fil.I

NIP. 196902081996032003

Surabaya, 2 Juni 2025



Prof. H. Abdul Kadir Rivadi, Ph.D.

NIP. 197008132005011003

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ratnawati
NIM : 07040221074
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ushuluddin dan Filsafat / Studi Agama-agama
E-mail address : ratnawati180502@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM BRAND INARA RUSLI DI MEDIA SOSIAL

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juni 2025

Penulis

(Ratnawati)

ABSTRAK

Nama : Ratnawati
NIM : 07040221074
Judul : Komoditas Agama dalam Brand Inara Rusli di Media Sosial
Pembimbing : Khalimatu Nisa, M.A.

Penelitian ini mengkaji fenomena komodifikasi agama yang terjadi dalam konteks *branding* individu di media sosial, dengan studi kasus yang berfokus pada strategi Inara Rusli. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan platform media sosial sebagai arena konstruksi citra diri, di mana tokoh publik, termasuk selebriti dan influencer seperti Inara Rusli, semakin aktif memanfaatkan nilai-nilai dan simbol-simbol agama dalam upaya membangun dan memperkuat brand mereka. Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting mengenai cara agama, yang pada dasarnya merupakan sistem keyakinan dan praktik spiritual, dapat diadaptasi dan dikapitalisasi dalam logika ekonomi pasar di ruang digital. Pertanyaan utama yang dijawab dalam penelitian ini adalah cara agama dikapitalisasi dalam *personal branding* di media sosial, serta implikasi dari proses komodifikasi tersebut terhadap pemahaman dan praktik keagamaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis konten kualitatif untuk mengkaji representasi agama dalam unggahan media sosial Inara Rusli, yang meliputi platform Instagram, Youtube, TikTok. Analisis difokuskan pada identifikasi simbol keagamaan, seperti *postingan* gambar dan video yang memakai simbol agama serta *caption* narasi agama, yang digunakan Inara Rusli dalam kontennya. Simbol agama tersebut dikaitkan dengan promosi produk dan pembentukan citra diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inara Rusli secara aktif membangun citra religiusnya melalui konten media sosial yang secara strategis memadukan nilai-nilai agama, seperti kesalehan, ketaatan, dan identitas Muslimah, dengan promosi produk baju muslimah. Proses ini mendukung terjadinya komodifikasi agama, di mana nilai-nilai agama dikapitalisasi menjadi komoditas yang dapat diperjual belikan dan dikonsumsi dalam konteks ekonomi digital, sekaligus memiliki implikasi pada cara citra religius dikonstruksi dan dipersepsikan di media sosial.

Kata kunci : Komodifikasi Agama, Branding Selebriti, Media Sosial, Inara Rusli, Citra Religius

DAFTAR ISI

KOMODITAS AGAMA DALAM <i>BRAND</i> INARA RUSLI.....	I
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI KOMODIFIKASI AGAMA DALAM <i>BRAND</i> INARA RUSLI DI MEDIA SOSIAL	III
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	IV
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR BAGAN.....	XII
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang	13
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	18
E. Penelitian Terdahulu	19
F. Metode Penelitian.....	23
G. Sistematika Pembahasan.....	28
BAB II KERANGKA TEORI.....	29
A. Pengertian Komodifikasi.....	29
B. Agama sebagai Komoditas.....	32
C. Teori Komodifikasi Agama.....	35
BAB III PROFIL INARA MEMBANGUN <i>BRAND</i> AGAMA	44
A. Membaca Profil Inara Rusli Melalui Citra Religius	44
B. Profil Brand Inara Rusli	50
C. Strategi Pemasaran Bisnis Digital Inara Rusli	53
BAB IV KOMODIFIKASI AGAMA DALAM <i>BRAND</i> INARA.....	71
A. Strategi Inara Rusli dalam Membangun Citra Religius di Media Sosial ..	71
B. Komodifikasi Agama dalam Branding Inara Rusli.....	78

BAB V PENUTUP	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Foto Inara Rusli bergabung di grup band Bexxa.....	44
Gambar 3.2 Foto pernikahan Inara dan Virgoun.....	45
Gambar 3.3 Foto Inara Rusli menggunakan jilbab	45
Gambar 3.4 Foto Inara Rusli menggunakan cadar.....	46
Gambar 3.5 Cuplikan video cerita hijrah Inara Rusli	47
Gambar 3.6 Cuplikan Video Inara melepas cadarnya.....	48
Gambar 3.7 Logo brand Inara Rusli.....	50
Gambar 3. 8 Akun Instagram brand inararusli.co	53
Gambar 3.9 Akun Tiktok brand inararusli.co.....	54
Gambar 3.12 Akses komonikasi brand inararusli.co.....	57
Gambar 3.13 Tampilan formulir reseller brand inararusli.co.....	58
Gambar 3.14 Akun Instagram pribadi Inara Rusli	59
Gambar 3.15 Postingan brand inararusli.co	60
Gambar 3.16 Postingan produk menanyakan preferensi brand inararusli.co.....	61
Gambar 3.17 Postingan endorsement Inara Rusli.....	62
Gambar 3.18 Postingan Inara Rusli endorsement hewan kurban	63
Gambar 3.19 Postingan brand inararusli.co	64
Gambar 3.20 Postingan endorsment hijab	65
Gambar 3.21 Postingan endorsment Inara Rusli.....	66
Gambar 3.22 Postingan produk brand inararusli.co.....	67
Gambar 3.23 Endorsement produk kosmetik Athena	68
Gambar 3.24 Postingan brand inararusli.co peduli Palestina.....	69

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Teori komodifikasi Agama Pattana Kitiarsa	42
Bagan 4.1 Teori Komodifikasi Agama Pattana Kitiarsa	80



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Carrette, Jeremy, dan Richard King. Selling spirituality: The silent takeover of religion. Routledge, 2004. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203494875/selling-spirituality-jeremy-carrette-richard-king>.

Castells, Manuel. Communication Power. OUP Oxford, 2013.

Kitiarsa, Pattana. "Religious commodifications in Asia." Marketing Gods, London-New York, 2008. <https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9780203937877&type=googlepdf>.

Phatthanā Kiti'āsā, ed. Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods. Routledge Studies in Asian Religion and Philosophy. London: Routledge, 2011.

Possamai, Adam. Religion and popular culture: A hyper-real testament. 7. Peter Lang, 2005. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=XbUfMQ4GI8YC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Adam+Possamai,+Religion+and+Popular+Culture+A+Hyper-Real+Testament+&ots=D7tz9z7bwD&sig=jR-9Vs7YTUNfsY-xcIfAlZrhveU>. Diakses 7 April 2025

Skripsi, Tesis, atau Disertasi

Fadilah, Isnaini Nurul. "Komodifikasi Agama Dalam Bisnis: Studi Kasus Bisnis MLM PT. Melia Sehat Sejahtera." Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022. <http://digilib.uinsby.ac.id/cgi/users/home?screen=EPrint::View&eprintid=53047#t>.

Florensia, Kevina. "Fetisisme Komoditas Penggemar Budaya Popular Korean Pop (K-Pop): Studi Kasus Tren Koleksi Photocard Pada Kelompok CARATs di

Group Order (GO).” bachelorThesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/71507>./Diakses 6 Februari 2025

Khalilurrahman, Khalilurrahman. “Analisis Fenomenologi Edmund Husserl Terhadap Komodifikasi Agama Di Ruang Publik: Studi Kasus Penggunaan Simbol-Simbol Islam Pada Pilkada Sumenep 2020.” Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022. <https://digilib.uinsa.ac.id/52021/>./Diakses 7 April 2025

Putra, M. A. (2020). Etos kerja dalam ajaran agama Islam ditinjau dari perspektif Max Weber (Doctoral dissertation, UIN Mataram).

SITI Nur, Tifan. “Komodifikasi Agama Dalam Iklan Marketplace: Studi Shopee Barokah.” PhD Thesis, UIN KH SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO, 2022. https://repository.uinsaizu.ac.id/17017/1/SITI%20NUR%20TIFANI_KOMODIFIKASI%20AGAMA%20DALAM%20IKLAN%20MARKETPLACE%20Studi%20Pada%20Shopee%20Barokah.pdf./Diakses 7 April 2025

Taufiqurrahman, Hafizh. “Monetisasi Penggunaan Kode Unik Pada Aplikasi Fizzo Nove Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Nasional.” B.S. thesis, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Diakses 11 Mei 2025. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/80439>.

Jurnal

Aditiningrum, Kurnia Alysia, dan Ricardi Adnan. “POPULARITAS DAN KOMODIFIKASI KONTEN TELEVISI DI ERA DIGITAL.” *Jurnal Analisa Sosiologi* 12, no. 2 (30 April 2023). <https://doi.org/10.20961/jas.v12i2.65764>./Diakses 5 April 2025

Alamsyah, Femi Fauziah, Hari Rahman Hakim, Siti Lutfi Latifah, dan Hasya Dinan Hamidah. “Konstruksi Identitas Virtual Muslimah Preneur: Mediatisasi Dan

- Komodifikasi Agama Dalam Akun Instagram @auliyafadlilah.” *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (31 Desember 2024): 109–27. <https://doi.org/10.37092/khabar.v6i2.914/>. Diakses 5 April 2025
- Amna, Afina. “HIJRAH ARTIS SEBAGAI KOMODIFIKASI AGAMA.” *Jurnal Sosiologi Reflektif* 13, no. 2 (27 Juni 2019): 33150. <https://doi.org/10.14421/jsr.v13i12.1531>.
- Asri, Cut, dan Moh Soehadha. “Komodifikasi Agama: Studi Analisis Terhadap Tampilan Agama Di Instagram.” *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam* 7, no. 1 (2022): 97–113.
- Aulia, Nurul, Desi Yunita, dan Wahyu Gunawan. “Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro_Yustina): Proses Pembentukan Citra Diri Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Akun Selebgram @Roro_Yustina).” *Jurnal Sosiologi Nusantara* 10, no. 1 (30 Juni 2024): 65–81. <https://doi.org/10.33369/jsn.10.1.65-81>.
- Baharun, Hasan, dan Harisatun Niswa. “Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0.” *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 13, no. 1 (2019): 75–98.
- Danuri, Muhamad. “Perkembangan dan transformasi teknologi digital.” *Jurnal ilmiah infokam* 15, no. 2 (2019). <https://www.amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/178>.
- Darojatun, Rina, Zaenal Mukarom, dan Muhibuddin Muhibuddin. “Komodifikasi Agama dalam Layanan Aqiqah di Akun Instagram@ aqiqahnurulhayat.” *Wardah* 23, no. 2 (2022): 172–200.
- Delilah, Gina Giftia Azmiana, Diena Rauda Ramdania, dan Busro Busro. “Representasi Gambar Hijrah Milenial Di Media Online: Analisis Wacana Kritis Multimodal Dan Gender: The Representation of Millenial Hijrah Image in Online Media: Gender and Multimodal Critical Discourse

Analysis.” *Jurnal Bimas Islam* 14, no. 1 (29 Juli 2021): 213–43.
<https://doi.org/10.37302/jbi.v14i1.374>.

Florensia, Kevina. “Fetisisme Komoditas Penggemar Budaya Populer Korean Pop (K-Pop): Studi Kasus Tren Koleksi Photocard Pada Kelompok CARATs di Group Order (GO).” bachelorThesis, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/71507>.

Hakam, Saiful, Cahyo Pamungkas, dan Erni Budiwanti. “Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan.” *Jurnal Kajian Wilayah* 7, no. 2 (2016): 159–68.

Hanifah, Rifka, Vinda Fauziah Hamdani, dan Ajeng Setia Utari. “Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi dalam Instagram (Studi Deskriptif Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco pada Instagram Anies Baswedan Terkait Covid-19).” *Jurnal Komunikatio* 7, no. 1 (2021): 5–7.

Husna, Nurul. “Komodifikasi Agama: Praktik Bisnis Lokal di Kawasan Keramat Tuan Guru Babussalam, Sumatera Utara.” *Abrahamic Religions: Jurnal Studi Agama-Agama* 3, no. 2 (2023): 118–30.

Irawati, Fifi Endah, dan Milad Nufal Akbar. “PENTINGNYA BRAND IMAGE INFLUENCERS TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK.” *JURNAL BISNIS DIGITAL DAN SISTEM INFORMASI* 4, no. 2 (2023): 29–34.

Kholida, Maya, dan Ita Rodiah. “Komodifikasi Agama: Sebuah Strategi Pemasaran.” *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam* 6, no. 02 (2022): 177–88.

Kristiantoro, Sony. “Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama.” *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 6, no. 1 (3 Agustus 2021): 16–30. <https://doi.org/10.30648/dun.v6i1.407>.

Maulida, Lida, dan Doli Witro. “KOMODIFIKASI SIMBOL-SIMBOL AGAMA DI KALANGAN KELAS MENENGAH MUSLIM DI INDONESIA.”

SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam 2, no. 2 (30 September 2022): 13752. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v2i2.6299>.

Meran, Markus. "Agama Dan Sekularisme Di Indonesia (Hybriditas Dan Komoditas Agama)." *Jurnal Masalah Pastoral* 7, no. 1 (2019): 75–85.

Pribadi, Yanwar, dan Zaki Ghuftron. "Komodifikasi Islam dalam Ekonomi Pasar: Studi Tentang Muslim Perkotaan di Banten." *Afkaruna* 15, no. 1 (2019): 82–112.

Rachmadhani, Arnis. "Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru: Dakwah Gusmus Di Media Sosial." *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 5, no. 2 (29 Desember 2021): 15069. <https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636>.

Suhadi, Muhammad, dan Azis Muslim. "Islam Dan Produk Halal: Muslimah, Komodifikasi Agama Dan Konsolidasi Identitas Keagamaan Di Indonesia." *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 2022, 164–76.

Suryoprakoso, Raden Aru, Sulfa Fitriani Lamunuhia, dan Tri Febri Kurniawan. "Komodifikasi Pada Akun Instagram @lambe_turah Dalam Perspektif Ekonomi Politik Di New Media." *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA* 15, no.01 (21 Maret 2023): 1022. <https://doi.org/10.38041/jikom1.v15i01.261>.

Syaepu, Indra Latif, dan M. Sauki. "Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup Di Era Modern Dalam Pandangan Mahasiswa Dan Santri." *Communicative: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2021): 148–63.

Zailani, Muh Rizki, dan Roma Ulinnuha. "Komodifikasi Agama sebagai Identitas Kesalehan Sosial." *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (2023): 249–65.

———. “Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial.” *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (25 Januari 2023): 24965. <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>.

Internet (Website)

“(6) muslimahdaily.com- YouTube.” Diakses 8 Juni 2025. <https://www.youtube.com/>. Diakses 8 Juni 2025

“7 Potret transformasi Inara Rusli, istri Virgoun yang kini bercadar.” Diakses 8 Juni 2025. <https://www.brilio.net/selebritis/7-potret-transformasi-inara-rusli-istri-virgoun-yang-kini-bercadar-180523f.html>. Diakses 8 Juni 2025

“I N A R A 이나라 (@mommy_starla) • Foto dan video Instagram.” Diakses 8 Juni 2025. https://www.instagram.com/mommy_starla/. Diakses 8 Juni 2025

Pratama, Febriyantino Nur. “Berat Hati Inara Rusli Saat Virgoun Minta Pakai Lalu Lepas Cadar.” *detikjatim*. Diakses 8 Juni 2025. <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6727989/berat-hati-inara-rusli-saat-virgoun-minta-pakai-lalu-lepas-cadar>. Diakses 8 Juni 2025

Liputan6.com. “Inara Rusli Putuskan Lepas Cadar, Begini Alasannya.” *liputan6.com*, 19 Mei 2023. <https://www.liputan6.com/regional/read/5291473/inara-rusli-putuskan-lepas-cadar-begini-alasannya>. Diakses 8 Juni 2025