

**Komodifikasi Hadis: Studi atas Pemanfaatan Hadis Nabi dalam
Pemasaran Media Sosial**

SKRIPSI:

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sajana Agama (S.Ag)
Dalam Program Studi Ilmu Hadis



Oleh :

MA'RIFATUL LAILY

E75218048

**PROGRAM STUDI ILMU HADIS
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ma'rifatul Laily

NIM : E75218048

Program Studi : Ilmu Hadis

Fakultas : Ushuluddin dan Filsafat

Judul Skripsi : Komodifikasi Hadis: Studi Atas Pemanfaatan Hadis Nabi
dalam Pemasaran Media Sosial

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 25 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



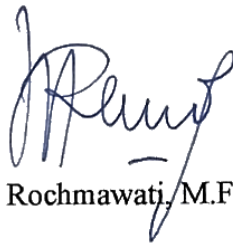
Ma'rifatul Laily
E75218048

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi ini berjudul “KOMODIFIKASI HADIS: STUDI ATAS PEMANFAATAN HADIS NABI DALAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL”, Oleh Ma’rifatul Laily telah disetujui untuk diajukan.

Surabaya, 25 Mei 2025

Pembimbing



Dr. Ida Rochmawati, M.Fil

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul “KOMODIFIKASI HADIS: STUDI ATAS PEMANFAATAN HADIS NABI DALAM PEMASARAN MEDIA SOSIAL” yang ditulis oleh Ma’rifatul Laily ini telah diuji di depan Tim penguji pada tanggal 23 Juni 2025.

Tim Penguji:

1. Dr. Ida Rochmawati, M.Fil.I (Ketua)
2. Dakhirotul Ilmiyah M.H.I (Sekretaris)
3. Fathoniz Zakka, Lc, M.Th.I (Penguji I)
4. Dr. H. Budi Ichwayudi, M.Fil.I (Penguji II)

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 23 Juni 2025

Dekan Fakultas Ushuluddin dan



Prof. Abdul Kadir Riyadi, Ph.d

NIP : 197008132005011003



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 dibawah ini, saya:

Nama : Ma'rifatul Laily
NIM : E75218048
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat/Ilmu Hadis
E-mail address : marifatullaily@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul

KOMODIFIKASI HADIS : STUDI ATAS PEMANFAATAN HADIS

.....NABI.....
DALAM PEMASARAN 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, 22 Juni 2015

penulis

(Ma'rifatul Laily)

ABSTRAK:

Hadis telah mengalami pergeseran fungsi dalam ruang digital. Ia tidak hanya berperan sebagai sumber ajaran moral dan spiritual, tetapi juga dimanfaatkan sebagai elemen pendukung promosi produk dan citra religius. Konten promosi di media sosial banyak sekali yang memadukan teks agama terutama hadis dengan penawaran produk dan layanan. Namun, dalam banyak kasus, kutipan hadis hanya digunakan sebagai “headline promosi” tanpa ada klarifikasi sanad atau otoritas sumber. Hal ini berpotensi menimbulkan kesalahan pemaknaan dan reduksi makna spiritual hadis. Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi media sebagai landasan utama dalam menganalisis bagaimana hadis Nabi dimanfaatkan dalam konten promosi media sosial. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi (content analysis) dan pendekatan living hadis. Penelitian ini hanya dibatasi pada kajian tentang penggunaan hadis Nabi dalam konten promosi dua akun media sosial, yakni akun TikTok @cahayahikmahkita yang mempromosikan parfum sunnah, serta akun Herbal Himalaya yang memasarkan produk madu dengan narasi hidup sehat ala Nabi. Komodifikasi Hadis terjadi ketika pesan keagamaan tidak lagi bertujuan sebagai petunjuk spiritual, melainkan juga sebagai alat membentuk citra merek, menambah kepercayaan pasar dan meningkatkan penjualan. Adapun hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa sebagian konten promosi menggunakan hadis tanpa mencantumkan konteks sanad maupun penjelasan ulama, sehingga hal ini mengaburkan batas antara dakwah, hiburan, dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya etika keilmuan dan literasi keislaman dalam produksi dan konsumsi konten hadis di media digital.

Kata kunci: *Hadis, Pemasaran, promosi, media sosial*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHASAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITASI	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan kegunaan	8
F. Kerangka Teori	8
G. Kajian Terdahulu	10
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	14

BAB II: KERANGKA TEORITIS DAN KONSEPTUAL

A. Teori Komodifikasi Agama	18
B. Etika Komunikasi Digital.....	23
C. Posisi Hadis dalam Analisis Sosial-Kultural.....	28

BAB III: KOMODIFIKASI HADIS TERHADAP AKUN

@Cahayahikmahkita dan Herbal Himalaya

A. Mengetahui akun @Cahayahikmahkita dan Herbal Himalaya	31
1. Akun Tiktok Cahaya Hikmah	31
2. Akun Herbal Himalaya	34
B. Hadis yang Dikutip Oleh @Cahayahikmahkita dan Herbal Himalaya	36
1. Hadis yang Dikutip oleh akun @Cahayahikmahkita	36
a. Takhrij Hadis.....	36
b. Skema Gabungan	37
c. Jarh wa Ta'dil.....	38
2. Hadis yang Dikutip oleh Akun Herbal Himalaya	43
a. Takhrij Hadis	44
b. Skema Gabungan	45
c. Jarh wa Ta'dil.....	46

BAB IV: DESKRIPSI OBJEK DAN ANALISIS DATA

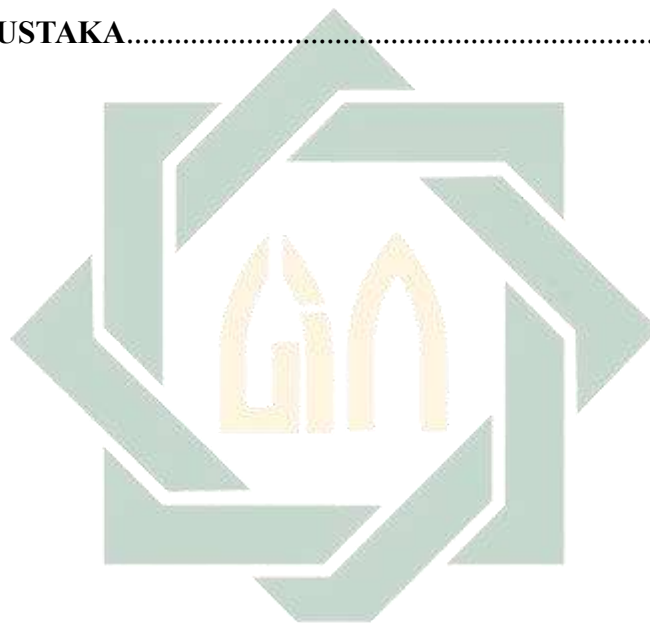
A. Analisis Konten Hadis dalam Promosi	53
1. Analisis Hadis tentang Wewangian pada Akun @Cahayahikmahkita	53
2. Analisis Hadis tentang Madu pada Akun Herbal Himalaya.....	56

B. Respon dan Interaksi Audiens.....	60
C. Komparasi Pendekatan Dakwah dan Komodifikasi	61
D. Analisis Konten Terhadap Hadis Nabi	67

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA.....	73
----------------------------	-----------



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

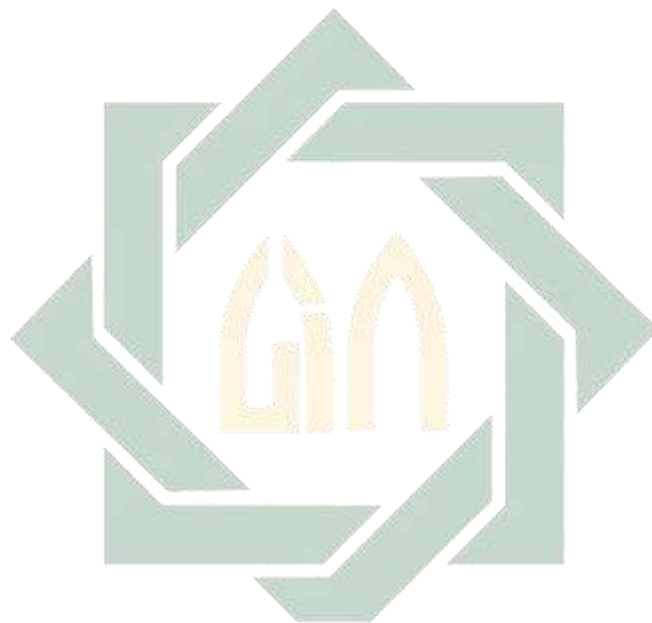
- Abokhodair, Norah, Abdelrahim Elmadany, and Walid Magdy. "Holy Tweets: Exploring the Sharing of Quran on Twitter." arXiv.org, August 19, 2020. <https://doi.org/10.1145/3415230>.
- Abu Abd al-Rahman Ahmad Shu'ayb ibn Aliy al-Khurasaniy. *Sunan Al-Kubra*. Vol. 10. 149. Beirut: Mu'assasah al-Risalah, n.d.
- Abu Abdillah Ahmad ibn Muhammad ibn Hanbal al-Shaybani. "Musnad Ahmad Ibn Hanbal." 85. Mu'assasah al-Risalah, 1421.
- . *Musnad Al-Imam Ahmad Ibn Hanbal*. 1st ed. Vol. 20. 351. Mu'assasah al-Risalah, 1421.
- Afifah, Bahiroh, Uswatun Hasanah, and Nurchalidin Nurchalidin. "Kontroversi Visualisasi Hadis Berjilbab Seperti Punuk Unta Dalam Konten Media Sosial TikTok." *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 5, no. 1 (2025): 102–27.
- Ahyani, Andi Nur, Muhammad Syahrul Mubarak, Abdul Gaffar, and Nasri Akib. "Komodifikasi Dalil Agama Di E-Commerce." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 5, no. 2 (2024): 99–111.
- . "Komodifikasi Dalil Agama Di E-Commerce." *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies* 5, no. 2 (2024): 99–111.
- Ali, Afrizal Fahmi. "Etika Bermedia Sosial: Kajian Kontekstual Hadis al-Muslimu Man Salima al-Muslimūna Min Lisānihi Wa Yadihi." *TAMMAT (Journal Of Critical Hadith Studies)* 1, no. 2 (2023): 1–12.
- Ali, M. "AL-HABBAH AL-SAUDA'SEBAGAI OBAT SEGALA PENYAKIT (Kajian Ma'anil Hadis)." IIQ AN NUR YOGYAKARTA, 2018.
- Andini, Sri, Dede Syarif, and Rini Sulastri. "Meninjau Ulang Komodifikasi Agama: Peran Fungsional Di Balik Komersialisasi Dakwah Islam Hanan Attaki." *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 14, no. 2 (2024): 253–76.
- ANINDITASIW, YASMINE VIRGOREZA, and Abdullah Tri Wahyudi. "TRANSAKSI PASANG IKLAN DI INSTAGRAM ADS TINJAUAN FATWA DSN MUI NOMOR 112/DSN-MUI/IX/2017 TENTANG AKAD IJARAH (Studi Kasus Pada Toko Enbe Store Mojosoongo Di Kelurahan Mojosoongo, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta)." SYARIAH/HES, 2022.
- Ayuningtyas, Felicia Neva. "Strategi Promosi Endorsement Oleh Digital Influencer Dalam Etika Bisnis Islam." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 3 (2021): 160–73.
- AZZIZ, MUCHAMMAD ABDUL. "Komodifikasi Agama Dalam Akun Instagram Dakwah tauhid." UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2020.
- Batu, Anugrah Eran. "Komodifikasi Agama Di Sosial Media: Penggunaan Hadis Untuk Marketing Di Instagram Pada Akun HF Gold Puzzle." *Jalsah: The Journal of Al-Quran and As-Sunnah Studies* 4, no. 1 (2024): 1–30.
- Baudrillard, Jean. "On Consumer Society." In *Rethinking the Subject*, 193–203. Routledge, 2018.
- Bukhariy, al-, Muhammad ibn Isma'il Abu 'Abdillah. *Sahih Bukhariy*. 1st ed. Vol. 9. 122. Dar Tawq al-Najah, 1422.

- Caniago, Fauzi. "LGOLIVE: Slot Gacor Maxwin Hari Ini Dengan Link Resmi Dan Kemenangan Maxwin!" *ETIKA ISLAM DALAM BAURAN PROMOSI.* *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi* 17, no. 1 (2023).
- Capital, I. *Capital: A Critique of Political Economy. Vol. I.* London: Lawrence & Wishart, 1983.
- Dhona, Holy Rafika, Puji Rianto, Anang Hermawan, Subhan Afifi, R. Prastya, Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, Puji Hariyanti, Anggi Arif Fudin Setiadi, and Sumekar Tanjung. *Islam Dalam Studi Komunikasi.* UII Press, 2022.
- Fadoli, Ach, and Sakinah Naziha. "Reception of the Qur'an on Social Media: Case Study of Qur'an Interpretation on the Instagram Account@ Quranreview." *WARAQAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 7, no. 2 (2022): 150–59.
- Fauzi, Ahmad. *Living Hadis Dan Transformasi Digital.* Bandung: Mizan, 2021.
- Fawzi, Mahmoud, Björn Ross, and Walid Magdy. "'The Prophet Said so!': On Exploring Hadith Presence on Arabic Social Media." arXiv, December 29, 2024. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2412.20581>.
- Ferlitasari, Reni. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja (Studi Pada Rohis Di SMA Perintis 1 Bandar Lampung)." UIN Raden Intan Lampung, 2018.
- Ger, Güliz. "Religion and Consumption: The Profane Sacred." *Advances in Consumer Research* 32 (2005): 79.
- Habsari, Sinung Utami Hasri. "Fashion Hijab Dalam Kajian Budaya Populer." *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 2, no. 2 (2015): 126–34.
- Hasan, Khadijah. "Relevansi Hadis Dalam Menjawab Isu Kontemporer," 2, 29 (2022).
- Hasanah, Uswatun, and Ahmad Hifni. "Digitalization and the Challenges of Hadith Dissemination in the Modern Era: Digitalisasi Dan Tantangan Penyebaran Hadis Di Era Modern." *Takwil: Journal of Quran and Hadith Studies* 3, no. 1 (2024): 55–69.
- "Himalaya Personal Care (@himalayapersonalcare) • Instagram Photos and Videos." Accessed June 18, 2025. <https://www.instagram.com/himalayapersonalcare/>.
- "Himalaya Wellness Company." In *Wikipedia*, March 24, 2025. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Himalaya_Wellness_Company&oldid=1282111039.
- Humaira, Aisyah. "Agama Sebagai Produk: Membedah Komodifikasi Agama Islam Dalam Industri Media Perfilman Dan Periklanan." *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 4 (2024).
- Hunt, Stephen. *Religion and Everyday Life.* Routledge, 2013.
- i, Abu Abd al-Rahman Ahmad Shu'ayb ibn Aliy al-Khurasaniy al-Nasa'. *Sunan Al-Shaghir Li Nasa'i.* 2nd ed. Vol. 9. 61. Maktab al-Matbu'at al-Islamiyah, 1406.
- Khujaimah, M. Fajri Yusuf, Rahmi Syahriza, and Asrar Maburur Faza. "HADIS DAN KONTEN MEDSOS." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 3, no. 06 (2024): 99–105.
- Marx, Karl. *Capital Volume 1.* Lulu. com, 2018.

- “Meaning of Azanci in Bajju | TikTok.” Accessed June 15, 2025. https://www.tiktok.com/discover/meaning-of-azanci-in-bajju?utm_source=chatgpt.com.
- Meilinawati, Lina. “Jilbab: Budaya POP Dan Identitas Muslim Di Indonesia.” *IBDA: Jurnal Kajian Islam Dan Budaya* 14, no. 1 (2016): 139–55.
- Mejova, Yelena, Youcef Benkhedda, and Khairani. “#Halal Culture on Instagram.” arXiv.org, November 20, 2017. <https://doi.org/10.3389/fdigh.2017.00021>.
- Mu’awanah, Siti. “Peluang Bisnis Bagi Wanita Di Era Digital Dalam Perspektif Al-Quran: Studi Keberhasilan Khadijah Dalam Berbisnis.” *Nida’ Al-Qur’an: Jurnal Kajian Quran Dan Wanita* 20, no. 1 (2022): 39–50.
- Mubarok, Akbar Rizquni, and Sunarto Sunarto. “Moderasi Beragama Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang.” *Journal of Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (2024): 1–11.
- Mutmainah, Siti, and Muhammad Ryan Romadhon. “Influence of Halal Lifestyle, Islamic Branding, and Social Media Marketing on Muslim Fashion Purchasing Decisions.” *Airlangga Journal of Innovation Management* 4, no. 2 (2023): 158–71.
- . “Influence of Halal Lifestyle, Islamic Branding, and Social Media Marketing on Muslim Fashion Purchasing Decisions.” *Airlangga Journal of Innovation Management* 4, no. 2 (2023): 158–71.
- Muzykant, Valerii, Barek Hossain, Munadhil Muqsith, and Mobassera Fatima. “Media Literacy and Fake News: Bangladesh Perspective.” *Jurnal Cita Hukum-Indonesian Law Journal* 10, no. 2 (2022).
- Naamy, Nazar. “Transformasi Sosial Dakwah Tuan Guru; Dari Tradisional Menuju Era Digital.” *Ulul Albab: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 1, no. 1 (2023): 68–80.
- NU Online. “NU Online - Beranda Islam Indonesia.” Accessed June 18, 2025. <https://www.nu.or.id>.
- Nurhisam, Luqman. “Etika Marketing Syariah.” *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2017): 171–93.
- “Pemasaran syariah.” In *Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*, January 5, 2025. https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Pemasaran_syariah&oldid=26756135.
- “Pengobatan Dengan Madu, Kembalikan Kepada Ahlinya | Almanhaj,” February 16, 2013. <https://almanhaj.or.id/3522-pengobatan-dengan-madu-kembalikan-kepada-ahlinya.html>.
- Pratama, Guntur Putra. “Optimalisasi Pembiayaan Murabahah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Pada Bank BRISyariah KCP Jakarta Serpong.” Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ..., 2021.
- Puja’ini, Irma, Era Endang Rahmawati, Yusron Saudi, Suhada Suhada, Fathurrijal Fathurrijal, and Sukarta Sukarta. “Integration of Islamic Ethics in Digital Broadcasting Practices: A Critical Review of Challenges and Opportunities in the Social Media Era.” In *Proceeding of Islamic International Conference on Education, Communication, and Economics*, 1:253–60, 2025.

- Putra, Hari. "Komudifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)." Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.
- Rahman, Andi. "KOMODIFIKASI AGAMA; SEBUAH KAJIAN TAFSIR FENOMENOLOGIS." In *Seminar Fokus*, 2016.
- "Republika Online." Accessed June 17, 2025. <https://www.republika.co.id/>.
- Risdiana, Aris. "Transformasi Peran Da'i Dalam Menjawab Peluang Dan Tantangan (Studi Terhadap Manajemen SDM)." *Jurnal Dakwah* 15, no. 2 (2014): 433–51.
- Rizaldi, Muh. "Komodifikasi Hadis Hijrah Dalam Akun Media Sosial Komunitas Kajian Musawarah." *Al-Bayan: Journal of Hadith Studies* 2, no. 1 (2023): 25–50.
- Rosa, Elis Mila. "Representasi Pemaknaan Hadis Di Media Sosial (Penggunaan Hadis Untuk Marketing Di Instagram)." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.
- Saefudin, Maulana Wahyu, Agus Suyadi Raharusun, and Muhamad Dede Rodliana. "Konten Hadis Di Media Sosial: Studi Content Analysis Dalam Jejaring Sosial Pada Akun Lughoty. Com,@ RisalahMuslimID, Dan@ Thesunnah_path." *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 1 (2022): 19–49.
- Saputra, Deky Candra, and Yusril Yusril. "Daya Tarik Parfum Halal Bagi Generasi Z: Mengkaji Efek Mediasi Sikap Terhadap Minat Membeli." *Al-Tijary* 9, no. 2 (2024): 111–31.
- Saputra, Eko, Muhammad Irham, and Firminda Taufiq. "Komodifikasi Produk Keagamaan: Studi Di Komunitas Teras Dakwah." *Jurnal Manajemen Dakwah* 7, no. 1 (2021): 167–95.
- Setiawan, Raegil Albert. "RESEPSI HADIS PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL: STUDI KRITIS TENTANG PENYEBARAN DAN INTERPRETASI HADIS DI ERA DIGITAL." *Musnad: Jurnal Ilmu Hadis* 2, no. 1 (2024): 305–36.
- Shodiqoh, Rozanatush. "Digital Ethics: Social Media Ethics in a Contemporary Islamic Perspective." *Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities* 2, no. 03 (2024): 215–26.
- Shukur, Z. "Visualization of the Hadith Chain of Narrators." *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 2011. https://doi.org/10.1007/978-3-642-25200-6_32.
- Sitti Anggi Lestari. "KOMODIFIKASI AGAMA DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN DI TELEVISI." UIN Walisongo, 2021.
- Smythe, Dallas W. "On the Audience Commodity and Its Work." *Media and Cultural Studies: Keywords* 230 (1981): 256.
- Umami, Muhammad Afda Nahied. "KOMODIFIKASI HADIS DALAM AKUN INSTAGRAM ELZATTA HIJAB." UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2025.
- Ummah, Siti Syamsiyatul. "Digitalisasi Hadis (Studi Hadis Di Era Digital)." *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis* 4, no. 1 (2019).

- Zailani, Muh Rizki, and Roma Ulinnuha. "Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial." *Jurnal Riset Agama* 3, no. 1 (2023): 249–65.
- Zuhri, Achmad Muhibin. *Beragama Di Ruang Digital; Konfigurasi Ideologi Dan Ekspresi Keberagamaan Masyarakat Virtual*. Nawa Litera Publishing, 2021.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ma'rifatul Laily
NIM : E75218048
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat/Ilmu Hadis
E-mail address : marifatullaily@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul

KOMODIFIKASI HADIS: STUDI ATAS PEMANFAATAN HADIS NABI

DALAM PEMASARAN 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, 20 Juni 2025

penulis



(Ma'rifatul Laily)