

**KONSTRUKSI MAKNA DAKWAH DALAM “MARKETING DARAT
DAN LANGIT” (STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI PADA PUSAT
PEREKONOMIAN PONDOK PESANTREN SUNAN DRAJAT
LAMONGAN)**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister
Dalam Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh:
Luluk Ilma Inun
(02240724010)

**MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Luluk Ilma Inun

NIM : 02240724010

Program : Magister (S2) Komunikasi dan Penyiaran Islam

Institusi : UIN Sunan Ampel Surabaya

dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 24 Mei 2026

Saya yang menyatakan,



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Konstruksi Makna Dakwah Dalam Marketing Darat Dan Langit (Studi Etnografi Komunikasi Pada Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan) yang ditulis oleh Luluk Ilma Inun ini telah disetujui pada tanggal 21 Mei 2026

Oleh:

PEMBIMBING I



Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP, M.Si
NIP. 19730114199932004

PEMBIMBING II



Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si

NIP. 19731217998032002

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis Judul "Konstruksi Makna Dakwah dalam Marketing Darat dan Langit (Studi Etnografi Komunikasi pada Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat) yang Ditulis oleh Luluk Ilma Inun dan disetujui pada tanggal 17 Juni 2026

Tim Penguji :

1. Dr. Nikmah Hadiati Salisah, M. Si (Ketua Penguji)
2. Dr. Hj. Lilik Hamidah, S. Ag, M. Si (Sekretaris Penguji)
3. Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag (Penguji I)
4. Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si (Penguji II)



Surabaya 18, Juni 2026

Dekan



Dr. Moch. Choirul Arif. S.Ag. M.Fil.I
NIDP 197110171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 : Luluk Uma Inti
NIM : 02290729010
Fakultas/Jurusan : FDK / Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : lmaunululuk@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 :

KONSTRUKSI MAKRA DAKWAH DALAM "MARKETING DAPAT DAT
LANGIT" (STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI DALAM RUANG PEKERLOMARI
PORTOK PESANTREN SURMI DAPAT LAMONGAN)

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,

Penulis

(Luluk Uma Inti)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Luluk Ilma Inun, NIM 02240724010, 2026. Konstruksi Makna Dakwah dalam “marketing darat dan langit” (Studi Etnografi Komunikasi pada Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan). Tesis, Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Komunikasi dakwah, konstruksi sosial, budaya organisasi, marketing darat dan langit, etnografi komunikasi.

Penelitian ini mengkaji fenomena dakwah yang berlangsung melalui aktivitas ekonomi di Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat (PPSD) Lamongan melalui konsep "marketing darat dan langit", sebuah sistem kerja yang mengintegrasikan strategi pemasaran profesional (marketing darat) dengan amaliah spiritual yang dilembagakan dalam Standar Operasional Prosedur organisasi (marketing langit), sehingga aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga menjadi media dakwah dan pembinaan karakter karyawan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi makna dakwah dalam konsep marketing darat dan langit, proses komunikasi dakwah yang berlangsung dalam kehidupan organisasi, serta berkembangnya konsep tersebut menjadi budaya kerja di lingkungan PPCD. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif interpretatif dengan metode etnografi komunikasi Dell Hymes. Analisis dilakukan menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, teori komunikasi dakwah, serta teori budaya organisasi Michael Pacanowsky dan Nick O'Donnell-Trujillo.

Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, konsep marketing darat dan langit dikonstruksi melalui tiga tahap dialektis: eksternalisasi, ketika pimpinan organisasi menuangkan keyakinan tentang kesatuan kerja dan ibadah ke dalam konsep yang terstruktur sejak era koperasi pesantren dan diformalkan pada tahun 2022. Objektivasi, ketika nilai-nilai tersebut dilembagakan dalam SOP, briefing baku harian, khataman bulanan setiap Jumat Wage, serta sistem pengawasan internal yang menjadikan dakwah sebagai bagian tak terpisahkan dari tata kelola organisasi; dan internalisasi, ketika karyawan menyerap nilai-nilai tersebut dengan tiga pola pemaknaan berbeda sebagai dakwah pimpinan (delapan dari dua belas informan), sebagai keseimbangan dunia-akhirat, dan sebagai kebiasaan kerja yang perlahan dihayati. Kedua, komunikasi dakwah berlangsung melalui ekosistem berlapis: pola formal-vertikal melalui ceramah dan briefing terstruktur, dan pola informal-horizontal melalui keteladanan, saling mengingatkan antarkaryawan, serta enkulturasi organik dari karyawan senior kepada junior menghasilkan efek atsar pada tiga level: kognitif, afektif, dan psikomotorik. Ketiga, marketing darat dan langit telah berkembang menjadi budaya organisasi yang terwujud melalui lima bentuk performance Pacanowsky dan O'Donnell-Trujillo, yaitu ritual, passion, social, political, dan enculturation performance.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan model dakwah kontemporer yang menempatkan aktivitas ekonomi sebagai ruang dakwah yang nyata dan sistematis, sekaligus relevan dengan agenda global *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui integrasi nilai spiritual ke dalam budaya kerja produktif, SDG 4 (Pendidikan Berkualitas) melalui pembiasaan nilai karakter dalam lingkungan kerja, dan SDG 17 (Kemitraan untuk Tujuan) melalui model kolaborasi antara lembaga keagamaan dan sektor ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan umat.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Luluk Ilma Inun, Student ID 02240724010, 2026. The Construction of Da'wah Meaning in “marketing darat dan langit” (An Ethnography of Communication Study at the Economic Center of Sunan Drajat Islamic Boarding School, Lamongan). Thesis, Master of Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Keywords: Da'wah communication, social construction, organizational culture, earthly and heavenly marketing, communication ethnography.

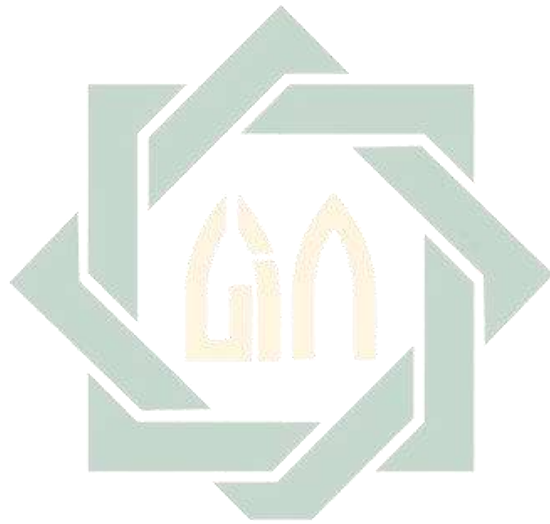
This study investigates the phenomenon of da'wah carried out through economic activities at the Economic Center of Sunan Drajat Islamic Boarding School (PPSD), Lamongan, through the concept of "marketing darat dan langit" an organizational work system that integrates professional marketing strategies (marketing darat) with spiritually-grounded amaliah institutionalized into the company's Standard Operating Procedures (marketing langit). Through this framework, economic activities are oriented not merely toward material profit, but serve simultaneously as a medium of da'wah and character development for employees.

The study aims to analyze the social construction of da'wah meaning within the concept of marketing darat dan langit, the process of da'wah communication in organizational life, and the development of this concept into an organizational work culture at PPSD. The research employs an interpretive qualitative approach using Dell Hymes' ethnography of communication method. Analysis drew upon Peter L. Berger and Thomas Luckmann's social construction theory, da'wah communication theory, and Michael Pacanowsky and Nick O'Donnell-Trujillo's organizational culture theory.

The findings reveal three main conclusions. First, da'wah meaning in marketing darat dan langit is constructed through three dialectical stages: externalization, in which organizational leaders articulated the unity of work and worship into a structured concept formalized in 2022; objectivation, in which these values were institutionalized through SOPs, daily structured briefings, monthly khataman sessions held every Jumat Wage, and internal supervision mechanisms, embedding da'wah into organizational governance; and internalization, in which employees absorbed these values through three distinct meaning patterns as leadership da'wah (eight of twelve informants), as a worldly-spiritual balance, and as habitual work practice gradually embraced. Second, da'wah communication operates through a multi-layered ecosystem: formal-vertical communication through structured briefings and ceramah, and informal-horizontal communication through leadership role modeling, mutual reminders among employees, and organic enculturation from senior to junior employees, producing effects (atsar) at three levels: cognitive, affective, and psychomotor. Third, marketing darat dan langit has evolved into a living organizational culture expressed through all five performance forms identified by Pacanowsky and

O'Donnell-Trujillo: ritual, passion, social, political, and enculturation performance.

This research contributes to the development of contemporary da'wah models that position economic activity as a structured and authentic da'wah space, while also aligning with the *Sustainable Development Goals (SDGs)*, particularly SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) through the integration of spiritual values into productive work culture, SDG 4 (Quality Education) through character-value habituation within the workplace, and SDG 17 (Partnerships for the Goals) through the collaborative model between religious institutions and the economic sector oriented toward public benefit.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ملخص البحث

لولوك إلما عينون، رقم القيد 02240724010، 2026م. بناء معنى الدعوة في التسويق الأرضي والسماوي (دراسة إثنوغرافيا التواصل في المركز الاقتصادي لمعهد سونان دراجات الإسلامي، لامونجان). رسالة ماجستير، ماجستير الاتصال والإذاعة الإسلامية، كلية الدعوة والاتصال، جامعة سونن أمبيل الإسلامية الحكومية سورابايا.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الدعوي، البناء الاجتماعي، الثقافة التنظيمية، التسويق الأرضي والسماوي، الإثنوغرافيا الاتصالية.

تدرس هذه الدراسة ظاهرة الدعوة التي تُمارَس عبر الأنشطة الاقتصادية في المركز الاقتصادي التابع لمعهد سونان دراجات الإسلامي (PPSD) في لامونجان، من خلال مفهوم "التسويق الأرضي والسماوي"، وهو نظام عمل مؤسسي يدمج استراتيجيات التسويق الاحترافي (التسويق الأرضي) مع الأعمال الروحية الممنهجة ضمن الإجراءات التشغيلية المعيارية (التسويق السماوي)، مما يجعل الأنشطة الاقتصادية لا تقتصر على الربح المادي، بل تُشكّل في الآن ذاته وسيلةً للدعوة وتنمية شخصية الموظفين. تهدف الدراسة إلى تحليل البناء الاجتماعي لمعنى الدعوة في مفهوم التسويق الأرضي والسماوي، وعملية الاتصال الدعوي في حياة المنظمة، وتطور هذا المفهوم ليصبح ثقافة عمل مؤسسية في بيئة PPSD. اعتمدت الدراسة المنهج النوعي التفسيري باستخدام الإثنوغرافيا الاتصالية لدل هيمز، وتم جمع البيانات عبر الملاحظة المشاركة لثلاثة أشهر (فبراير-أبريل 2026)، والمقابلات المعمّقة مع اثني عشر مخبّراً، والتوثيق. كما استُعين في التحليل بنظرية البناء الاجتماعي لبيرغر وتوماس لوكمان، ونظرية الاتصال الدعوي، ونظرية الثقافة التنظيمية لمايكل باكوانوسكي ونيك أودونيل-تروخيلو.

كشفت النتائج عن ثلاثة استنتاجات رئيسية: أولاً، يُبنى معنى الدعوة في التسويق الأرضي والسماوي عبر ثلاث مراحل جدلية: التعبير الخارجي حين صاغ قادة المنظمة فكرة وحدة العمل والعبادة في مفهوم هيكلي أُرسي عام 2022؛ والموضوعة حين رُسخت هذه القيم في الإجراءات التشغيلية المعيارية والإحاطات اليومية وختمات المنظمة الشهرية وآليات الإشراف الداخلي؛ والاستبطان حين استوعب الموظفون هذه القيم وفق ثلاثة أنماط دلالية متباينة. ثانياً، تعمل الاتصالات الدعوية عبر منظومة متعددة الطبقات: التواصل الرسمي العمودي من خلال الإحاطات والمحاضرات، والتواصل غير الرسمي الأفقي عبر القدوة الحسنة والتناصح بين الموظفين، مما يُنتج أثراً دعوياً على ثلاثة مستويات: معرفي ووجداني وسلوكي. ثالثاً، تطور التسويق الأرضي والسماوي ليصبح ثقافة تنظيمية حية تتجلى في أنماط الأداء الخمسة التي حددها باكوانوسكي وأودونيل-تروخيلو.

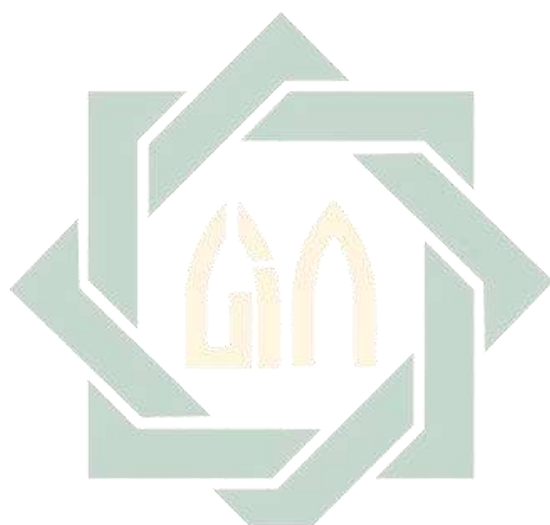
تُسهّم هذه الدراسة في تطوير نماذج الدعوة المعاصرة التي تُوظف الأنشطة الاقتصادية فضاءً للدعوة الحقيقية والمنهجية، وتتقاطع مع أهداف التنمية المستدامة، ولا سيما **الهدف الثامن** (العمل اللائق ونمو الاقتصاد) من خلال دمج القيم الروحية في ثقافة العمل المنتج، و**الهدف الرابع** (التعليم الجيد) من خلال تنمية قيم الشخصية في بيئة العمل، و**الهدف السابع عشر** (الشراكة من أجل الأهداف) من خلال نموذج التعاون بين المؤسسة الدينية والقطاع الاقتصادي الموجه نحو المصلحة العامة.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
ملخص البحث.....	xii
UCAPAN TERIMA KASIH	xiii
DAFTAR ISI	xv
BAB 1.....	2
PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang	2
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Definisi Konsep	13
G. Metode Penelitian.....	16
BAB II.....	28
KAJIAN TEORI.....	28
A. Penelitian Terdahulu	28
B. Kajian Teori.....	36
1. Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann	36
2. Komunikasi Dakwah	43
3. Teori Budaya Organisasi Michael Pacanowsky dan Nick O'Donnell-Trujillo	46
4. Kerangka Teoritik	51
BAB III.....	53
PENYAJIAN DATA.....	53
A. Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat	53

1. Profil, Sejarah dan Pengembangan Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat	53
2. Struktur Organisasi Pusat Perkom PPSD	55
3. Unit Usaha dan Aktivitas Ekonomi.....	56
4. Visi, Misi, Tagline, dan Prinsip Organisasi	58
B. Subjek, Informan, dan Lokasi Penelitian Subjek dan Informan Penelitian	62
C. Lokasi Penelitian	66
D. Penyajian Data	67
1. Latar Belakang Pembentukan Konsep “Marketing Darat dan Langit”	67
2. Proses Pengkomunikasian “Marketing darat dan Langit”	70
3. Pemaknaan “Marketing Darat dan Langit” oleh Karyawan	72
4. Nilai-Nilai Dakwah dalam “Marketing Darat dan Langit”	77
BAB IV	81
TEMUAN DAN ANALISIS DATA	81
A. Temuan Data	81
1. Sejarah dan Perkembangan Konsep “Marketing Darat dan Langit”	81
2. Komunikasi Dakwah dalam “Marketing Darat dan Langit”	87
3. Marketing Darat dan Langit Sebagai Kebiasaan Organisasi Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat	90
B. Analisis Data	93
1. Konstruksi “Marketing Darat dan Langit” di Pusat Perekonomian Pondok Pesantren Sunan Drajat.....	93
2. Proses Pengkomunikasian Nilai Dakwah dalam Marketing Darat dan Langit.....	105
3. Marketing Darat dan Langit Sebagai Budaya Organisasi.....	117
BAB V	128
PENUTUP	128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	131

Daftar Pustaka	134
Lampiran	138



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Pustaka

- Abbas Arfan, Iklil Athroz Arfan. "A Strategy for Strengthening Public Perception toward Sharia Banking." *BUSINESS PERSPECTIVE* 16, no. 2 (2021): 172–79. [https://doi.org/10.21511/bbs.16\(2\).2021.16](https://doi.org/10.21511/bbs.16(2).2021.16).
- Aisyah Sekar Sari, Nadia Aprisilia, Yessi Fitriani. "Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Observasi, Wawancara, Dan Triangulasi" 5, no. 2018 (2025): 539–45.
- Alfina. "Wawancara." n.d.
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- . *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- Atik. "Wawancara." n.d.
- Aziz, Moh. Ali. *Dakwah Ramah Indonesia*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2024.
- Basrowi, and Pertiwi Utami. *Pengantar Ekonomi Islam*. Purbalingga: Eurika Media Aksara, 2024.
- Berger, Peter L., and Thomas Luckman. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES, 1190.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: SAGE Publication, 2014.
- Dela. "Wawancara." n.d.
- Dharma, Ferry Adhi. "Konstruksi Realitas Sosial: Pemikiran Peter L. Berger Tentang Kenyataan Sosial." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 6.
- Efendy, Erwan, Heri Suseno, and Nisa Hanum Harahap. "Dakwah Kontemporer: Pengertian, Sejarah, Dan Media Untuk Pengembangan Dakwah Kontemporer." *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* Vol 3, No (2024): 180.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: emaja Rosdakarya, 2003.
- Ervina. "Wawancara." n.d.
- Fitriyani. "Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Praktik Bisnis Modern." *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* Volume 16, (2025): 3.
- Gitaswari, Dyah Ayu, Ali Alamsyah Kusumadinata, and Sukarelawati. "Keselarasan Komunikasi Vertikal Dan Horizontal Di PT Tajur Surya Abadi." *Karimah Tauhid* Vol 3, No (2024): 4462.
- Hamka. *Prinsip Dan Kebijakan Dakwah Islam*. Jakarta: Pustaka Panjimas, 1981.
- Hayati, Keumala, and Indra Caniago. "Islamic Work Ethic : The Role of Intrinsic Motivation , Job Satisfaction , Organizational Commitment and Job Performance" 65, no. ICIBSoS 2012 (2014): 1102–6. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.148>.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Ibad. "Wawancara." n.d.

- Ilahi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ismawati. "Wawancara." n.d.
- Iswatiningsih, Daroe. "Etnografi Komunikasi: Sebuah Pendekatan Dalam Mengkaji Prilaku Masyarakat Tutar Perempuan Jawa." In *SEMINAR NASIONAL PRASASTI (Pragmatik: Sastra Dan Linguistik)*, 38, 2024.
- John W. Cresswell, Cheryl N. Poth. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Fourth Edi. California: SAGE Publications, 2016.
- Katz, Elihu. "The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis." *Public Opinion Quarterly* 21, no. 1 (2018): 61–78.
- Kholis, Nor, Nur Hamid M Mudhofi, and Elvara Norma Aroyandin. "Dakwah Bil-Hal Kiai Sebagai Upaya Pemberdayaan Santri (Action Da'wah by the Kiai as an Effort to Empower Students)." *Jurnal Dakwah RISALAH* Vol 32, No (2021): 112–16.
- Kurniawan, Deva. "Dakwah Menurut M Quroish Shihab Kajian Surat Ali Imran Ayat 104 Dan An-Nahl 125 Dalam Tafsir Al Misbah." Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022.
- Kusuma, I Putu Surya Adi, and Ni Made Anggita Sastra Mahadewi. "Konstruksi Sosial Tradisi Usaba Dangsil Di Desa Adat Bungaya, Kabupaten Karangasem." *Socio-Political Communication and Policy Review* Vol 1. No (2024): 49.
- L, Inisial. "Wawancara." n.d.
- Littlejohn, Stephen W. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Littlejohn, Stephen W., and Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*. 9th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.
- Liye, Tere. *Rindu*. Sabak Grip, 2021.
- Lukman. "Wawancara." n.d.
- Marinda, and Deli Serdang. "REKONSTRUKSI NILAI KEAGAMAAN REMAJA GENERASI Z DALAM FENOMENA LADY COMPANION: STUDI KASUS DI MARINDA, DELI SERDANG." *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 9, no. 1 (2026): 156–81.
- Mastory, Bagus, Luktfy Alam, and Muhammad Ridwan Said Ahmad. "Dari Ibadah Ke Branding: Pemanfaatan Simbol Agama Dalam Strategi Pemasaran." *Jurnal Mirai Management* Vol 10, no. 1 (2025): 820.
- Maulida, Aprilia Jilan, Siti Aimah, Dusun Blokagung, Desa Karangdoro, and Kabupaten Banyuwangi. "Pola Komunikasi Organisasi Dalam Integrasi Budaya Pesantren: Negosiasi Nilai Tradisi Dan Modernitas" 4, no. 1 (2026).
- Mayaputra, Muhammad Umar. "Islamic Marketing within the Digital Economy: Ethical and Sustainable Practices in Indonesia's Cellular Services Sector," 2025.
- Mayaputra, Muhammad Umar, and Yusrizal. "Islamic Marketing Within The Digital Economy: Ethical and Sustainable Practices In Indonesia's Cellular Services Sector." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* Vol 9, No (2025): 126.

- Moesa, Ali Maschan. *Nasionalisme Kyai*. Yogyakarta: LKiS, 2011.
- Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Munthe, Abdul Karim, Universitas Indonesia, Heni Noviarita, and Universitas Raden Intan. "DAKWAH EKONOMI ISLAM DIGITAL : ANALISIS STRATEGI LITERASI EKONOMI SYARIAH MELALUI" 4, no. 2024 (2025): 53–66.
- Naqiyyah, Maulidatus Syahrotin. "TRANSFORMASI TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAKWAH PESANTREN SUNAN DRAJAT LAMONGAN MENUJU ERA INDUSTRI." PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA, 2021.
- Nasirin, Muhammad Khoirun. "DAKWAH EKONOMI UMAT PADA PESANTREN SHIDDIQIYYAH." PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA, 2020.
- Nidhom. "Wawancara." n.d.
- Pacanowsky, Michael, and Nick O'Donnell-Trujillo. "Communication and Organizational Cultures." *Western Journal of Speech Communication* 46 (1992): 121.
- Perwira, Bayu Yudha, Mayasari, and Fajar Hariyanto. "Konstruksi Makna Perempuan Perokok Studi Fenomenologi Konstruksi Makna Perempuan Perokok Karawang." *Jurnal Politikom Indonesia* Vol 4, No (2019): 167.
- Polomo, Margaret M. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press, 2010.
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Romli, Asep Syamsul M. *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*. Jakarta: KENCANA, 2013.
- S, Inisial. "Wawancara." n.d.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Satria, Bayu, and S Neviyarni. "Persepsi Sosial Dan Kognisi Sosial : Perspektif Psikologi Dalam Dinamika Sosial." *JOTE: Journal On Teacher Education* 6 (2024): 196–202.
- Setiawan, Asep Iwan. "Dakwah Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Dan Peningkatan Kesejahteraan Mad'u" 6, no. 2 (2012): 347–62. <https://doi.org/10.15575/ida.jhs.v6i2.342>.
- Sharia, Ibse, Economic Journal, Windu Baskoro, Wuri Suhasti, and Angeliya Mega Melisa. "Implementasi Nilai-Nilai Religiusitas Pada Budaya Kerja Karyawan Bmt Bina Ihsanul Fikri" 2, no. 1 (2023): 12–26.
- Sofwatillah, Risnita, M. Syahrani Jailani, Deassy Arestya Saksitha. "Teknik Analisis Data Kualitatif Dan Kuantitatif Dalam Penulisan Ilmiah." *Journal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 79–91.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALpabeta, 2011.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan*

- R&D. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sulaiman, Aimie. "Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger." *Jurnal Society* Vol 6, No (2016): 17.
- Supriyanto. "Wawancara." n.d.
- Sutrisno, Edi. *Budaya Organisasi*. Jakarta: KENCANA, 2010.
- Syam, Nur. *Model Analisis Teori Sosial*. Revisi. Jakarta: Prenadamedia, 2022.
- . *Model Analisis Teori Sosial*. Edisi Revi. Jakarta: KENCANA, 2022.
- Wahyudin, Aep. *Refleksi Filsafat Dan Komunikasi*. Mega Press, 2023.
- West, Richard, and Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill, 2010.
- . *Richard West Dan Lynn H. Turner, Pengantar Teori Komunikasi: Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Wirakusumah, Teddy Kurnia. "Konstruksi Makna Proses Kreatif Pada Kreator Di Biro Iklan." *Jurnal Manajemen Komunikasi* Vol 5, No (2021): 135–55.
- Wiyono, Joko. "Tinjauan Prinsip Dan Praktik Kontemporer: Menuju Paradigma Manajemen Bisnis Islam Yang Berkelanjutan." *FADZAT Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 5 N (2025): 2.
- Wulandari, Fitria, Siti Sumijaty, Aang Ridwan, Konstruksi Pesan, Karya Sastra, and Discourse Analysis. "Kontruksi Pesan Dakwah Dalam Karya" 5, no. September (2020): 249–67.
- Yudha Catur Pamungkas, Lilik Hamidah, Ryan Purnomo. "Problematika Ekonomi Dalam Dakwah : Studi Realita Akses Pendidikan Di Pondok Pesantren Dan Dampak Biaya" 7 (2024): 38–48.
- Yulianto, Andi, Roby Setiadi, Ahmatang, Campina Illa Prihantini, Mulyanto, and Rizqa Nuzul Ramadhan. *Manajemen Pemasaran*. Brebes. UMUS Press, 2024.
- Zaltman, Gerald. *How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market*. Boston: Harvard Business Press, 2003.
- Zuhriyah, Luluk Fikri. "Komunikasi Interpersonal Remaja Korban Broken Home Terhadap Kedua Orang Tua Yang Sudah Berpisah. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam* 11, no. 2 (2021): 266–77.