

KOMODIFIKASI AGAMA DALAM FILM HOROR: SEMIOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE PADA FILM *PENGUNGGANG* *AGAMA DAN QORIN*

Sofia Inayati ¹, Waliko ²

Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto ¹

Dosen Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto ²

Email: sofiainayati56@gmail.com¹, waliko@uinsaizu.ac.id²

Copyright © 2026 The Author



This is an open access article

Under the Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International License

DOI: [10.53866/aljabiri.v5i1.1478](https://doi.org/10.53866/aljabiri.v5i1.1478)

Abtrak

Adanya tren penggunaan simbol, ritual, dan elemen agama dalam film horor sebagai alat untuk kritik sosial budaya dan daya tarik visual. Memahami bagaimana agama digunakan sebagai komoditas dalam film horor untuk menyampaikan pesan sekaligus menghibur. Tujuan penelitian ini untuk menemukan dan menganalisis tanda-tanda keagamaan yang dikomodifikasi dalam kedua film horor tersebut dan memahami bagaimana hal tersebut berdampak pada pemahaman masyarakat tentang agama. Penelitian ini berkontribusi terhadap studi ilmu komunikasi visual dan studi agama di bidang media hiburan, terutama film horor. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang menggunakan analisis semiotika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen Islam seperti doa, ritual, dan simbol digunakan secara strategis untuk menciptakan suasana mistis sekaligus mengkritik masalah sosial keagamaan dari perspektif positif maupun negatif, seperti menampilkan tokoh agama yang disakralkan dan menekankan penyalahgunaannya melalui tanda dan penanda yang ada. Komodifikasi agama digunakan sebagai representasi seni dan kritik sosial yang memiliki kemampuan untuk membuka ruang bagi masyarakat untuk berpikir tentang kondisi sosial, budaya, dan keagamaan di Indonesia melalui media hiburan yang kuat dan menarik.

Kata Kunci : Komodifikasi Agama, Film Horor, Analisis Semiotika

Abstract

The trend of using religious symbols, rituals, and elements in horror films as a tool for socio-cultural criticism and visual appeal. Understanding how religion is used as a commodity in horror films to convey messages and entertain. The purpose of this study is to identify and analyze commodified religious signs in both horror films and to understand how this impacts society's understanding of religion. This research contributes to the study of visual communication and religious studies in the field of entertainment media, particularly horror films. This study uses a qualitative descriptive approach utilizing semiotic analysis. The results show that Islamic elements such as prayers, rituals, and symbols are used strategically to create a mystical atmosphere while simultaneously critiquing socio-religious issues from both positive and negative perspectives, such as depicting sacred religious figures and emphasizing their misuse through existing signs and signifiers. The commodification of religion is used as an artistic representation and social critique that has the ability to open up space for society to think about social, cultural, and religious conditions in Indonesia through a powerful and engaging entertainment medium.

Keywords: Commodification of Religion, Horror Films, Semiotic Analysis

1. Pendahuluan

Film horor mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir dengan semakin banyak film yang mengangkat tema-tema keagamaan (Yoesoef, 2003). Fokus cerita bukan hanya berupa unsur horor, tetapi juga mencakup aspek-aspek dari dunia pesantren, karakter guru, tokoh agama dan praktik doa yang dianggap sakral oleh masyarakat (Hasanah, 2023). Film, sebagai produk budaya populer menjadi media yang sangat menarik untuk dipelajari dan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan,

tetapi juga menjadi wadah untuk pembentukan makna sosial tentang agama. Pemilihan objek dari penelitian ini, film horor *Penunggang Agama* dan film horor *Qorin* merupakan contoh nyata dimana elemen-elemen agama diolah menjadi komoditas ke nilai konsumerisme atau jual beli (Suroyya, 2022).

Qorin menjadi film yang unik karena berlatar religi yang dipadukan dengan horor. Hal tersebut terbukti dari jumlah penonton *Qorin* yang mencapai lebih dari 1,3 juta penonton. Sutradara Ginanti Rona memasukkan isu agama serta isu perempuan dalam film ini. Adegan-adegan dalam film menunjukkan adanya representasi perempuan yang mengalami kekerasan seksual serta bagaimana mereka menyikapinya (Wulandari & Dwiningtyas, 2016). Kedua film dalam penelitian ini menunjukkan tema religi yang kuat dan adanya pergeseran makna dimana seharusnya agama menjadi risalah, penyampai dan sakral tetapi menjadi relasi kuasa yang mendominasi untuk menjembatani dalam melakukan hal-hal yang kurang baik (Rahman, 2016). Film *Qorin* (2022) berhasil menarik lebih dari 1,3 juta penonton di bioskop Indonesia. Dengan harga tiket rata-rata Rp50.000, pendapatan kotornya diperkirakan mencapai Rp65 miliar atau 65 juta rupiah per juta penonton, meski angka resmi income bersih belum tersedia (Wiyaka & Kusuma, 2016). Sedangkan film horor *Penunggang Agama* (2021, Malaysia) meraup pendapatan kotor sekitar RM2 juta (sekitar Rp7,6 miliar atau 7.600 juta rupiah, dengan kurs RM1 $\approx$ Rp3.800 pada 2021). Angka ini dicapai dalam dua minggu tayang perdana di platform Astro First dan bioskop Singapura, menjadikannya sukses untuk film horor berbasis kisah nyata (Asri & Soehadha, 2022).

Film horor adalah film yang dirancang untuk menimbulkan ketakutan atau horor pada penontonnya (Yuliansyah et al., 2022). Berbagai kekuatan, peristiwa atau karakter jahat, yang terkadang berasal dari dunia supranatural masuk ke dalam cerita film horor (Permana, 2014). Sekitar 40% film horor diproduksi di Indonesia antara tahun 2000 dan 2007 (Kusumaryati, 2011:200). Horor adalah salah satu genre utama di antara sepuluh genre utama lainnya di industri film. action, epics/historical, comedy, crime, adventure, drama, musical/dance, gangster, sci-fi (science fiction) dan perang adalah sepuluh genre utama dalam sebuah film (Permana, 2014). Penggunaan simbol agama dalam film horor sering menimbulkan pertanyaan mendalam tentang peran agama dalam industri hiburan kontemporer (Wiyaka & Kusuma, 2016). Apakah agama masih dianggap sakral dan suci, atau sudah menjadi alat untuk menarik perhatian publik? Seringkali, simbol keagamaan yang seharusnya memiliki makna spiritual dan penghormatan justru digunakan untuk menghasilkan ikon kekuasaan dan kesan menakutkan atau efek dramatis (Suroyya, 2022).

Data genre horor menunjukkan keunggulan signifikan dibandingkan genre lain di industri film Indonesia melalui dominasi penonton dan pangsa pasar (Suroyya, 2022). Dalam tiga tahun terakhir hingga 2026, film horor lokal telah menarik lebih dari 101 juta penonton, menguasai 60% pangsa pasar nasional, sementara total penonton termasuk impor mencapai 128 juta, menjadikannya tulang punggung ekonomi kreatif perfilman (Ummah & Nuraeni, 2024). Dalam genre horror Malaysia berdasarkan Data Box Office menyatakan bahwa Film horor Malaysia menunjukkan tren kenaikan popularitas sejak 2021, didorong sukses *Munafik 2* (2018) yang mencapai RM48 juta regional dan menjadi patokan, lalu dilanjutkan *Roh* (2019) serta rilis 2025 seperti *Malam Terlarang* (RM11 juta).

Sebagaimana penelitian sebelumnya, yang berjudul “Symbolism Religius sebagai Tokoh dalam Film Horor”, di mana simbol agama digunakan untuk menciptakan efek ketakutan yang kuat (Whardani, 2021). Misalnya, simbol seperti Al-Qur'an dan kain hitam dengan lafadz Allah menggambarkan pertarungan antara kebaikan dan kejahatan dalam poster film *Sijjin*. Penelitian ini menemukan bahwa gambar perempuan sering kali memperkuat stereotip patriarki, di mana perempuan digambarkan sebagai korban atau objek kekerasan dan penelitian ini menganalisis menggunakan wacana kritis atau analisis deskriptif.

Pentingnya penelitian ini untuk mengkaji fenomena yang mengangkat bagaimana simbol-simbol dan nilai agama dijadikan komoditas untuk menarik penonton dengan cara yang komersial, sehingga dapat membuka wacana kritis tentang dampak eksploitasi simbol agama, yang sering kali menimbulkan kontroversi, kebingungan, serta potensi salah kaprah pemahaman agama di kalangan penonton terutama generasi muda. Penelitian ini juga menyoroti urgensi pengembangan konsep film horor yang lebih inovatif dan etis tanpa harus mengorbankan nilai-nilai luhur agama demi keuntungan komersial semata, sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap perfilman yang lebih bertanggung jawab dan bermartabat. Hasil pemahaman ini juga tidak hanya membantu pembuat film mengidentifikasi pesan apa yang mereka ingin sampaikan, tetapi juga membantu mengetahui bagaimana interpretasi penonton dapat berbeda-beda tergantung pada latar belakang budaya dan keagamaan mereka (Haryanto & Kartika, 2017)

Teori Semiotika Ferdinand de Saussure sangat relevan digunakan dalam penelitian ini, karena sebagai sarana untuk menganalisis dinamika makna film. Saussure, menjelaskan bahwa setiap tanda terdiri dari dua komponen utama, signifier (penanda), yang merupakan bentuk fisik seperti gambar, dialog, atau

simbol, dan signified (petanda) (Dayu & Syadli, 2023), yang merupakan makna atau ide yang dibawa oleh penanda tersebut. Dengan menggunakan kerangka ini, simbol keagamaan yang muncul dalam film dapat dianalisis secara kritis untuk mengetahui makna baru yang dimasukkan dalam film, atau bahkan bagaimana makna awal simbol tersebut dapat diselewengkan dengan cara tertentu, sehingga memperjelas bagaimana pesan-pesan agama diproduksi dan dikonsumsi serta bagaimana aspek agama mengalami proses deskralisasi dan komersialisasi dalam konteks budaya populer (AS & Umayya, 2019).

Penelitian ini memiliki peran penting dalam Studi Agama-Agama (SAA), karena pendekatan kajian agama modern tidak lagi terbatas pada aspek ajaran, doktrin, atau ritual keagamaan semata tetapi juga menekankan bagaimana agama hadir dan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, termasuk dalam ranah budaya populer dan sosial di masyarakat seperti melalui media yaitu film (Suroyya, 2022). Film sebagai salah satu produk budaya yang dibaca dan ditonton masyarakat kontemporer bagaimana agama dipraktikkan, dihayati dan diinterpretasikan dalam konteks keagamaan, sehingga memberikan gambaran yang lebih dalam dan utuh terkait peran agama di masyarakat modern (Wijaya et al., 2024).

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan, dimana film horor sebagai media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemikiran dan keyakinan masyarakat, pentingnya meneliti bagaimana komodifikasi agama dalam film horor dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap agama serta bagaimana agama dikomodifikasi melalui media hiburan dengan menggunakan pendekatan semiotika yang membantu menganalisis visual dan naratif secara sistematis. Penelitian ini juga akan membahas dampak komodifikasi agama dalam kedua film tersebut terhadap persepsi masyarakat terhadap agama.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menggunakan teori Semiotika yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure. Ferdinand de Saussure, yang dianggap sebagai Bapak Semiotika Modern, melakukan kontribusi besar dalam memecah hubungan antara penanda (signifier) dan petanda (signified) melalui konsep signifikansi yang didasarkan pada konvensi. Saussure menyebut semiotika sebagai bidang ilmu yang mempelajari tanda dalam konteks kehidupan sosial dan peraturan hukum yang mengatur dinamika dari tanda tersebut. Penekanan utama Saussure pada semiotika, yakni fungsi bahasa sebagai penentu makna suatu tanda. Konsep Ferdinand de Saussure tentang bahasa (linguistik) sebagai sistem tanda yang merupakan dasar studi semiotika (Rahman, 2016). Dalam hal ini, bahasa adalah salah satu jenis tanda yang dipelajari dalam semiotika.

Semiotika adalah bidang ilmu yang menyelidiki penggunaan sistem tanda yang relatif baru atau alat untuk berinteraksi dan komunikasi (AS & Umayya, 2019). Teori Semiotika Saussure (1857-1913) terdiri dari dua komponen utama semiotik, yaitu penanda (signifier) dan petanda (signified) (Dayu & Syadli, 2023). Penanda (signifier) ialah sesuatu berwujud fisik yang dapat didengar, dilihat atau dikenali oleh indra manusia seperti suara, huruf, atau gambar (Mudjiyanto et al., 2013). Penanda (signifier) dalam linguistik adalah bentuk kata atau simbol yang menyampaikan makna. Sebagai contoh, rangkaian huruf p-o-h-o-n yang membentuk kata “pohon” adalah penanda. Penanda (signifier) berfungsi sebagai representasi material yang memungkinkan orang untuk menemukan dan merujuk pada konsep atau objek tertentu. Penanda (signifier) sangat penting karena kemampuan mereka untuk membuat hubungan dalam pikiran manusia. Jika seseorang mendengar atau melihat penanda (signifier), mereka langsung teringat pada makna atau arti yang relevan.

Petanda (signified) ialah konsep atau makna yang terkait dengan penanda dalam pikiran manusia dan bagian mental dari tanda yang menunjukkan bagaimana seseorang melihat apa yang diwakili oleh penanda (Mudjiyanto et al., 2013). Tidak ada hubungan alami antara bentuk fisik penanda dan makna petanda, hubungan antara penanda dan petanda adalah pilihan dan konvensional (Moch.Choiruddin et al., 2023). Konsep dari signifier (penanda) dan signified (petanda) dalam analisis semiotik digunakan untuk memahami bagaimana simbol dan makna disampaikan dalam adegan film, termasuk film horor. Dalam film horor *Penunggang Agama* dan film horor *Qorin*, konsep ini penting untuk mengkaji bagaimana simbol agama (signifier) yang tampak secara fisik dan visual di dalam film merepresentasikan makna atau konsep tertentu (signified) yang berkaitan dengan agama, mistisisme, dan kekuatan spiritual.

3. Metode Penelitian

Penelitian berjudul “Komodifikasi Agama Dalam Film Horor: Semiotika Ferdinand De Saussure Pada Film horror *Penunggang Agama* dan *Qorin* menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure. Pendekatan ini dipilih karena

relevan dalam menganalisis dan menginterpretasikan makna simbol-simbol keagamaan yang terkandung dalam film melalui tanda. Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure dengan system tanda, yaitu penanda (signifier) dan petanda (signifier) dalam film. Tanda dapat dianalisis dari teks, seperti dari dialog, narasi, sinematografi ataupun dari suara, kemudian menelaah hubungan antara penanda dan petanda untuk memahami makna atau pesan yang ingin disampaikan.

4. Hasil

Film horor sebagai media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemikiran dan keyakinan masyarakat, pentingnya meneliti bagaimana komodifikasi agama dalam film horor dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap agama serta bagaimana agama dikomodifikasi melalui media hiburan dengan menggunakan pendekatan semiotika yang membantu menganalisis visual dan naratif secara sistematis. Selain itu, kedua film ini menampilkan komodifikasi agama dalam bentuk kritik sosial terhadap penyalahgunaan agama dan individu yang menggunakan agama sebagai alat untuk mengontrol dan memperoleh keuntungan pribadi. Penelitian ini juga akan membahas dampak komodifikasi agama dalam kedua film tersebut terhadap persepsi masyarakat terhadap agama.

5. Pembahasan

5.1 Komidifikasi Agama

Seiring perkembangan zaman yang semakin kapitalisme dan modern, nilai-nilai spiritual pada agama sudah tidak lagi dipahami dan dijalankan sebagai hal yang sakral, tetapi sudah mengalami pergeseran makna dalam bentuk komersialisasi (Budiarti, 2017). Agama merupakan salah satu objek yang mengalami proses komodifikasi. Komodifikasi secara umum merujuk pada proses mengubah suatu hal, baik itu ide, budaya, nilai, atau barang menjadi barang dagangan atau produk yang dapat dibeli di pasar. Istilah ini berasal dari kata Inggris commodification, yang berkaitan dengan kata “komoditas”, yang berarti “barang dagangan” (Suroyya, 2022). Terdapat beberapa pendapat dari beberapa tokoh ahli mengenai komodifikasi secara umum, diantaranya:

1. Vincent Mosco, mengatakan (dalam Ibrahim dan Akhmad, 2011) bahwa komodifikasi adalah proses mengubah barang dan jasa, termasuk komunikasi, yang dinilai karena kegunaannya, diubah menjadi komoditas yang memiliki nilai jual yang ditentukan oleh harga pasar, sambil memenuhi kebutuhan sosial dan individu (Humaira, 2025).
2. Menurut Indah Suryawati dan Udi R. (2021), komodifikasi adalah perubahan fungsi barang atau jasa dari sekadar kegunaan menjadi barang yang dapat dijual (Asri & Soehadha, 2022). Dalam konteks agama, berarti nilai-nilai keagamaan tidak hanya diterapkan, tetapi juga dikemas dengan cara yang dapat menarik pelanggan atau masyarakat umum sebagai pasar yang potensial.
3. David Hesmondhalgh, berpendapat bahwa komodifikasi adalah proses di mana benda dan jasa diproduksi tidak hanya untuk digunakan tetapi juga untuk dipertukarkan di pasar dengan menggunakan uang sebagai alat tukar (Asri & Soehadha, 2022). Dengan demikian, agama, sebagai komoditas, mengalami pergeseran fungsional dari sumber keyakinan spiritual menjadi produk ekonomi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar.
4. Menurut Dictionnaire Inggris Oxford (1989), komodifikasi adalah tindakan mengubah sesuatu menjadi komoditas atau memperlakukannya sebagai komoditas, komersialisasi aktivitas dan hal-hal lain yang tidak alami secara komersial. Pada awalnya, komodifikasi terbatas pada perburuan, tanah, kesehatan, dan seni. Namun, seiring berjalannya waktu, masyarakat juga mengkomodifikasi agama dan simbol-simbol keagamaan (Pribadi, 2019).

Penggambaran agama di ruang publik telah sangat berubah sejak kemajuan teknologi dan perkembangan media massa (Haryanto & Kartika, 2017). Dalam bidang ekonomi dan media, “komodifikasi” biasanya didefinisikan sebagai proses mengubah sesuatu yang sebelumnya memiliki makna sosial atau nilai guna menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Fenomena tersebut tidak lepas dari pengaruh media massa yang semakin mendominasi kehidupan sehari-hari di masyarakat. Dalam upaya memahami bagaimana nilai-nilai keagamaan diubah, dikemas, dan dipromosikan kepada masyarakat melalui berbagai saluran komunikasi, fenomena tersebut dikenal sebagai istilah “komodifikasi agama” menjadi perhatian penting (Humaira, 2025).

Dalam konteks yang sama, komodifikasi agama adalah proses mengubah nilai-nilai keagamaan yang pada awalnya bersifat normatif, sakral, dan spiritual menjadi barang yang memiliki nilai di pasar (Putrigita, 2024). Dalam situasi tersebut, elemen keagamaan, yang seharusnya memberikan pedoman hidup dan

sumber nilai moral, diubah menjadi barang yang dapat dibeli untuk keuntungan finansial. Komodifikasi agama sering muncul dalam media massa dan media sosial melalui berbagai program televisi dan platform konten digital yang menggunakan simbol atau kisah-kisah agama sebagai daya tarik utamanya (Zailani & Ulinnuha, 2023). Misalnya, nilai-nilai agama dapat diterapkan dalam sinetron, reality show, dan program dakwah dengan cara yang sudah disesuaikan untuk menarik perhatian dan menarik rating.

Sifat dari komodifikasi agama tidak homogen, agama dan keyakinan yang berbeda memiliki dinamika yang berbeda saat menjadi perhatian media (Ummah & Nuraeni, 2024). Sistem kepercayaan seperti Islam, Kristen, Hindu, dan Budha muncul dalam berbagai bentuk, terkadang dengan penyederhanaan dan transformasi yang signifikan untuk memenuhi permintaan pasar media. Komodifikasi agama melibatkan penekanan pada elemen visual dan dramatisasi untuk meningkatkan daya tarik media (Fianto & Qorib, 2022). Seringkali, upacara keagamaan, ceramah, bahkan acara keagamaan disajikan dengan cara yang lebih menarik secara visual, tetapi mereka mengabaikan inti dari ajaran agama itu sendiri. Media tidak hanya menyebarkan informasi, tetapi juga membantu mengubah realitas keagamaan dan tidak jarang, bagian-bagian penting dari ajaran agama diubah dan disesuaikan dengan keinginan bisnis untuk menghasilkan cerita yang menguntungkan (Gonceng & Syahrul, 2021).

Menurut Vincent Mosco yang ada pada kajian ekonomi politik media, terdapat tiga bentuk utama komodifikasi agama yang sering digunakan untuk memahami bagaimana nilai dan simbol keagamaan diubah menjadi komoditas dalam konteks media dan kapitalisme. Berikut adalah bentuk-bentuk komodifikasi agama:

a) Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Komodifikasi isi (content commodification) merupakan proses mengubah ajaran, simbol, ritual dan nilai agama menjadi barang yang dapat dijual dan dibeli (Putrigita, 2024). Isi keagamaan tidak lagi dipandang sebagai entitas murni spiritual dan transendental dalam media dan komunikasi, tetapi lebih sebagai barang yang memiliki nilai ekonomis dan menguntungkan. dalam proses tersebut, pesan keagamaan dikemas ulang untuk memenuhi kebutuhan pasar dan daya tarik media massa, akibatnya agama berubah fungsinya menjadi barang konsumsi yang dapat dijual dan dinikmati oleh khalayak luas (Budiarti, 2017).

b) Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Komodifikasi khalayak (audience commodification) merupakan proses di mana pengikut atau audiens agama tidak hanya menerima pesan spiritual tetapi juga dilihat sebagai objek komoditas yang dipelajari, dibagi berdasarkan demografi (“siapa” konsumen) atau psikografis (“mengapa” mereka membeli), dan ditargetkan untuk menghasilkan keuntungan finansial oleh media dan pelaku pasar (Mosco, 2009). Audiens agama diubah menjadi pasar untuk produk dan layanan keagamaan dan dalam struktur Mosco, menjadikannya bagian dari dinamika ekonomi kapitalis (Humaira, 2025). Dengan kata lain, data informasi tentang umat beragama dikumpulkan, dipetakan menjadi kelompok-kelompok, lalu apa yang disukai mereka dimanfaatkan untuk penawaran produk. Misalnya, iklan produk atau acara religius yang diarahkan pada kelompok usia, kelas sosial, atau wilayah tertentu. Akibatnya, audiens dipandang sebagai konsumen yang memiliki nilai selain sebagai pengikut spiritual.

c) Komodifikasi Media (Media Commodification)

Komodifikasi media (Media Commodification) merupakan proses di mana media yang digunakan untuk berkomunikasi dan menyebarkan pesan agama, dianggap sebagai komoditas yang memiliki nilai ekonomi dan diperdagangkan dalam pasar kapitalis (alat produksi dimiliki secara swasta, bukan negara) (Mosco, 2009). Media, dalam konteks Mosco tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menyebarkan informasi agama, tetapi juga berfungsi sebagai entitas bisnis yang menghasilkan keuntungan melalui konten keagamaan. Media yang digunakan untuk ritual, dakwah, atau edukasi agama dikemas dan disajikan dengan cara yang menarik bagi pasar sehingga nilai spiritualnya dikombinasikan dengan keuntungan finansial (Syahputra et al., 2021).

Fenomena-fenomena dari bentuk komodifikasi agama tersebut mulai dari globalisasi dan modernisasi, yang membawa pola konsumsi masyarakat yang berbeda, termasuk identitas dan nilai keagamaan, adalah penyebab fenomena tersebut. Salah satu kelompok yang paling terlihat dalam praktik ini adalah kelas menengah muslim di kota-kota, yang menghayati agama mereka secara religius dan memasukkan praktik dan simbol keagamaan ke dalam gaya hidup mereka dan identitas sosial mereka secara komersial (Zailani & Ulinnuha, 2023).

5.2 Profiling Film Horor *Penunggang Agama*

Film horor *Penunggang Agama*, yang diproduksi oleh Malaysia, dirilis pada tahun 2021. Film ini, yang disutradarai oleh Syafiq Yusof dan diproduksi oleh Skop Productions bersama Astro Shaw, mengangkat genre horor religi yang cukup kuat dengan latar cerita yang berasal dari kisah nyata dan pengalaman pribadi sang sutradara. Aktor dan aktris Malaysia terkenal seperti Zul Ariffin, Azira Shafinaz, Nasir Bilal Khan, dan Sabrina Ali bermain dalam film ini.

Tema utama film adalah adanya fenomena *Penunggang Agama*, di mana individu-individu atau kelompok tertentu menyalahgunakan agama untuk kepentingan pribadi mereka sendiri, dengan dampak negatif terhadap orang lain. Film ini menggabungkan horor dan thriller religi untuk menyampaikan pesan moral dan kritik sosial yang kuat terhadap manipulasi spiritual di masyarakat kontemporer. Pendekatan penggunaan elemen makhluk halus serta praktik ruqyah yang bertentangan dengan metode penyembuhan tohor yang manipulatif menjadi focus utama pada film ini. Film *Penunggang Agama* menunjukkan pergolakan emosional dalam sebuah keluarga yang menjadi korban gangguan supranatural. Dari gangguan tersebut akan menerjemahkan perselisihan internal pada keluarga dengan memperhatikan nilai-nilai keagamaan yang relevan. Hubungan terhadap kepercayaan dan kesatuan sebuah keluarga pun akan diuji pada film ini.

Film horor *Penunggang Agama* sering menggunakan elemen realisme spiritual dari masyarakat Malaysia di mana agama telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Metode ini berhasil menjadikan film sebagai refleksi sosial dan religius sekaligus hiburan. Film tersebut juga tidak hanya memiliki unsur horor, tetapi juga menampilkan ketegangan psikologis dan misteri yang mengeksplorasi masalah pengkhianatan kepercayaan kepada figur yang dianggap sakral atau religius, serta perjuangan melawan kejahatan yang tersembunyi di balik munculnya religiusitas palsu. Film ini mendapatkan rating IMBD (Internet Movie Data Base) dari beberapa negara, sebesar 5,3 dari 10.

5.3 Profiling Film Horor *Qorin*

Film *Qorin* adalah film horor religi Indonesia yang disutradarai oleh Ginanti Rona dan diproduksi oleh IDN Pictures. Dibintangi oleh Zulfa Maharani, Omar Daniel, dan Aghniny Haque, film ini dirilis di bioskop Indonesia pada 1 Desember 2022. Film horor Indonesia *Qorin* bergenre horor dengan nuansa misteri dan thriller, menceritakan kisah yang memadukan kengerian supranatural dengan drama psikologis yang mendalam. Rilisnya film *Qorin* sangat dihargai oleh khalayak karena berani mengangkat tema-tema berat yang jarang diangkat dalam film horor Indonesia, seperti masalah agama dan kekerasan seksual. Fokus cerita pada film *Qorin* ialah seorang karakter utama yang menghadapi peristiwa aneh dan mengerikan yang disebut *Qorin*, sebuah gagasan bahwa makhluk halus dapat mengikuti dan menempel pada diri seseorang. Protagonis cerita mengalami pergulatan dan ketakutan batin saat ia berusaha memahami dan melawan kehadiran *Qorin* yang mengancam nyawanya.

Suasana di pesantren sebagai setting utama film ini unik karena, memberikan sentuhan khas Indonesia yang kaya akan banyaknya keyakinan dan budaya. Selain itu, latar ini jarang dieksplorasi oleh film horor lokal. Latar belakang pesantren juga berfungsi sebagai media penting untuk menunjukkan masalah sosial yang signifikan, terutama kekerasan seksual yang dialami oleh beberapa siswa ataupun santri. Film *Qorin* bertujuan untuk menyampaikan kritik sosial yang tajam tentang adanya penindasan dan kekerasan dalam pesantren di balik suasana ketegangan dan ketakutan yang ditawarkannya. Film ini membuka diskusi pemahaman tentang kenyataan yang mengerikan yang sering terjadi di lingkungan konservatif dan agama, yang biasanya tertutup oleh tradisi dan stigma, termasuk di zaman yang modern ini.

Untuk sisi produksi, film ini dibuat dengan gaya sinematografi yang pekat dengan nuansa gelap dan mencekam, yang berhasil menciptakan atmosfer horor yang kuat. Performa yang luar biasa dari para pemain film *Qorin* meningkatkan kredibilitas cerita dan meningkatkan keterlibatan emosional dari para penonton. Ditambah dengan aspek psikologis di film ini, konflik batin dan ketakutan karakter digambarkan dengan kompleksitas yang membuatnya terasa lebih nyata. Film ini tidak hanya menakutkan tetapi juga menggugah pikiran dan perasaan tentang realitas sosial yang ada di sekitar kita. Film ini mendapatkan rating IMBD (Internet Movie Data Base) dari beberapa negara.

5.4 Bentuk Komodifikasi Agama dan Analisis Teori Semiotika Ferdinand De Saussure Dalam Film Horor *Penunggang Agama*

Fenomena yang dikenal sebagai “komodifikasi agama” dalam film horor adalah ketika simbol, nilai, dan praktik keagamaan diubah dan digunakan untuk menghasilkan keuntungan dalam industri film. Terlihat dari pemanfaatan ritual agama, doa, simbol keagamaan, dan tokoh agama yang diubah dari makna asli

sakralnya untuk menimbulkan ketakutan dan ketegangan serta menarik perhatian penonton. Mengubah makna dari yang suci menjadi hiburan dan produk komersial, fenomena ini dapat menyebabkan ambiguitas dalam pemahaman agama, terutama di kalangan generasi muda yang melihat film sebagai referensi budaya.

a) Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Merupakan proses mengubah nilai agama, ajaran, simbol, dan ritual menjadi barang yang dapat dibeli dan dijual dan isi keagamaan tidak lagi dipandang sebagai entitas spiritual dan transendental semata-mata, tetapi lebih sebagai barang yang memiliki nilai ekonomis dan menguntungkan.



Gambar 3.3 Proses Ruqyah

Proses ruqyah yang menegangkan, menggunakan nama bin korban yang seharusnya tidak diperlukan dalam ruqyah dan penggunaan doa yang tidak jelas, bukan bahasa arab. *Signifier*: Praktik ruqyah. *Signified*: Ruqyah adalah praktik syar'i yang sesuai dengan ajaran Islam yang menggunakan doa dan kalimat dari Al-Qur'an dan Sunnah, dilakukan dengan niat tulus dan tawakal kepada Allah sebagai sumber segala kesembuhan.

Tokoh Tok Haji yang dipanggil Datuk Hafsyam kerumah untuk menyembuhkan istrinya yang terkena gangguan supranatural dengan atribut serba hitam bersama istrinya langsung menyiapkan sesi ruqyah. Proses ruqyah pada adegan tersebut dipresentasikan dengan suasana yang menegangkan dan menakutkan, yang mempermainkan ketakutan spiritual. Setelah membantu Tok Haji menerima sebuah amplop dari Datuk Hafsyam atas jasa *Ruqyah* Tok Haji. Komodifikasi terlihat ketika praktik keagamaan seperti *Ruqyah* digunakan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan ekonomi atau diperjual belikan oleh seorang *Ustadz* palsu, palsu karena ternyata Ustadz tersebut telah bersekutu dengan *Jin*. Dalam konteks ini, agama menjadi "produk" hiburan yang menarik penonton karena sensasi horror dan ketakutan daripada kesakralan praktik keagamaan ruqyahnya. Selain itu, fenomena tersebut dapat mengaburkan pemahaman masyarakat tentang makna ruqyah sebagai metode penyembuhan yang dibenarkan oleh syariat Islam dan bukan sekadar acara menakutkan. Oleh karena itu, adegan ruqyah dalam film horor yang dipenuhi dengan ketakutan dan ketegangan akan menimbulkan pandangan yang tidak sesuai makna asli karena elemen religiusnya diubah menjadi hiburan komersil dengan gambaran agama yang tidak proporsional dan manipulatif.

b) Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Publik menjadi objek komoditas yang dipelajari, diklasifikasikan, dan ditargetkan oleh media untuk kepentingan pemasaran dan keuntungan finansial. Umat atau pengikut berfungsi sebagai pasar bagi barang dan jasa agama dalam konteks agama.



Gambar 3.9 Pamflet Pakar Ruqyah

Dalam teori semiotika Ferdinand de Saussure, *Signifier*: "Pamflet Pakar Ruqyah" adalah elemen visual dan tekstual seperti tulisan. *Signified-nya* adalah seseorang yang memiliki konsep mental ahli pengusir jin dan penyembuh sihir secara Islami yang otoritatif.

Adean yang menampilkan pamflet yang disebar oleh sepasang suami istri yang mengaku sebagai ahli ruqyah di media sosial, padahal sebenarnya mereka adalah ustadz palsu dan sesat. Dalam adegan tersebut, karakter yang menipu dan menyebarkan keyakinan yang salah melalui media sosial menunjukkan bagaimana agama dan praktik religius dapat digunakan untuk manipulasi dan komersialisasi dalam film. Komodifikasi khalayak terlihat dari bagaimana masyarakat pengguna media sosial yang menjadi sasaran penyebaran keyakinan palsu dirangkul dan dimanfaatkan secara manipulatif dalam konteks komodifikasi agama tersebut, menyebabkan makna agama disalahartikan dan memperdaya penonton yang kurang kritis terhadap pesan yang disampaikan. Maka, jangan mudah percaya terhadap sesuatu yang belum pasti dan pahami terlebih dahulu dasar rujukan pengobatan ruqyah yang benar.

c) Komodifikasi Media (Media Commodification)

Media tidak hanya menyampaikan agama, tetapi juga menjadi produk yang menghasilkan keuntungan. Alat komunikasi dan media dikomersialisasikan sebagai cara untuk menyebarkan pesan agama dengan nilai ekonomi.



Gambar 3.11 Penggunaan Media Potongan Lidi

Penggunaan media potongan lidi dalam ruqyah, bukan daun bidara yang sering digunakan dan sudah sesuai syariat. *Signifier*: Media Ruqyah (Potongan lidi). *Signified*: Penggunaan media sederhana seperti sapu lidi sebagai media perlindungan spiritual dan untuk ruqyah bisa dianggap diperbolehkan jika tidak mengandung unsur syirik, menyaingi kekuatan Allah, atau menggugurkan keyakinan bahwa penyembuhan adalah kehendak Allah serta tetap berpegang pada pembacaan ayat-ayat Al-Qur'an dan doa-doa sahih menurut Islam.

Pada saat proses ruqyah berlangsung, hal pertama yang dilakukan oleh Huda, istri Tok Haji ialah mengambil beberapa patahan kayu lidi dari dalam wadah kayu. Kemudian memberikannya kepada Tok Haji dan patahan kayu lidi tersebut diikat menjadi satu dengan tali. Penggambaran media ruqyah dengan menggunakan potongan sapu lidi, alih-alih daun bidara atau sarana yang secara jelas disyariatkan agama, mencerminkan bagaimana unsur-unsur sakral direduksi menjadi sekadar perangkat dramatik, sehingga makna dan kesakralannya terkorbankan demi kepentingan visual dan strategi pemasaran film. Praktik tersebut turut memengaruhi cara pandang masyarakat, baik dengan mengaburkan pemahaman mengenai praktik agama yang benar maupun dengan membentuk stigma tertentu terhadap agama di benak penonton.

5.5 Bentuk Komodifikasi Agama dan Analisis Teori semiotika Ferdinand De Saussure Dalam Film *Horror Qorin*

Dalam film *Qorin*, menggambarkan elemen keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai tanda moralitas atau spiritualitas, tetapi juga sebagai taktik estetika dan bisnis untuk menarik perhatian penonton dan menciptakan ketegangan, ketakutan, dan keajaiban mistik yang menjadi ciri khas horror.

a) Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Proses mengubah pesan atau isi agama menjadi produk yang dapat dibeli, seperti program televisi, ceramah, atau materi dakwah, nilai guna pesan berubah menjadi nilai tukar.



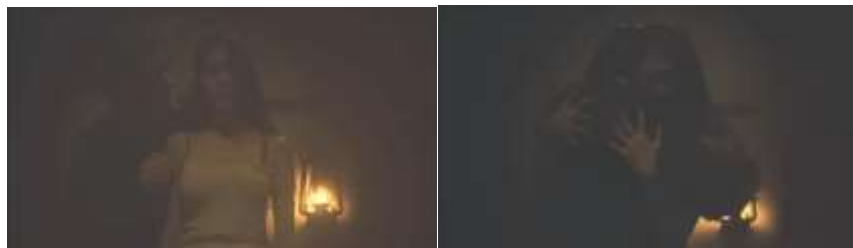
Gambar 3.15 Q.S Az- Zukhruf (43): 36

Diawal film, muncul lantunan ayat Q.S Az-zukhruf (43):36, tulisan ayatnya dan penjelasan singkat ayatnya tentang ganjaran berat orang yang myenyekutukan Allah. *Signifier*: Q.S Az-zukhruf (43):36. *Signified*: Q.S Az-zukhruf (43):36 menjelaskan bahwa setan akan menyesatkan orang yang meninggalkan atau menentang pengajaran Allah yang terkandung dalam Al-Qur'an dan tidak mengikuti panduan-Nya. Setan menjadi teman karibnya yang selalu mendampingi, mendorong keburukan, dan menghalangi orang tersebut dari kebaikan.

Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an, termasuk surah Az-Zukhruf (43): 36 yang membahas ganjaran berat bagi manusia yang menduakan Tuhan, dalam film tersebut difokuskan pada keuntungan finansial daripada kebenaran dan penghormatan terhadap makna spiritualnya. Penggunaan ayat suci dalam film menjadi bagian dari narasi horor yang menggunakan simbol-simbol keagamaan, seperti doa, ritual, atau tempat ibadah, untuk menimbulkan ketegangan, ketakutan, atau ketakutan, yang justru mengalihkan tujuan awal ayat sebagai petunjuk dan ketenangan spiritual yang mengubah makna justru menjadi membingungkan penonton, terutama generasi muda yang melihat film sebagai referensi budaya, dan berpotensi menjerumuskan mereka yang tidak memahami agama dengan baik. Oleh karena itu, meskipun penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam film dapat dianggap sebagai representasi identitas Islam, tindakan tersebut dapat merusak pemahaman publik tentang nilai-nilai keagamaan yang sebenarnya.

b) Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Umat atau pengikut agama itu sendiri dijadikan komoditas melalui pengumpulan data, proses, dan pemanfaatan pengelolaan mereka sebagai pasar untuk produk dan layanan keagamaan.



Gambar 3.22 Pelecehan Ustadz Kepada Santri

Dalam kasus pelecehan ustadz terhadap santri, *Signifier*: Ustaddz. *Signified*: figur otoritas suci yang patut ditaati yang perintahnya absolut seperti fatwa, menciptakan hierarki taat buta di mana keraguan dianggap bid'ah atau pengkhianatan iman.

Adegan di mana Zahra melihat ustadz Jaelani masuk ke kamar mandi santri putri di lorong dengan suasana horor di tengah malam dan melihat ustadz jaelani melakukan pelecehan terhadap Icha, dengan keadaan yang sedang dirasuki oleh *Qorin* nya. Element keagamaan, seperti peran ustadz sebagai figur spiritual yang seharusnya menunjukkan keteladanan moral dan perlindungan, justru diputarbalikkan menjadi simbol penyalahgunaan kekuasaan dan pelecehan dalam adegan ini, yang dikemas dalam lingkungan menakutkan yang mengeksploitasi ketakutan dan mistisisme agama. *Qorin* Icha yang merasuki karena paksaan dari praktik pemanggilan jin sebagai syarat kelulusan menunjukkan bagaimana praktik keagamaan atau kepercayaan mistis dijadikan unsur dramatis dan ketakutan yang dimensionalitasnya dilampaui dari indikasi spiritual menjadi alat naratif yang menjual unsur sensasi.

c) Komodifikasi Media (Media Commodification)

Menghubungkan nilai agama dengan produk media, seperti iklan, program, atau sponsor, sehingga konten keagamaan dijual sebagai tontonan atau konten komersial.



Gambar 3.23 Buku Risalah Jin Dan Buntalan Kafan

- Umi Hana : “Aa! ngapain simpan ini di laci?”
 Ustadz Jaelani : “Sini! itu bukan kapasitas kamu. Percaya aja sama saya.”
 Umi Hana : “Aa! abah tidak pernah mengizinkan siapapun untuk mempelajari atau melakukan ilmu tentang jin. Jika dia belum mampu.”
 Ustadz Jaelani : “Ayah kamu? Dia bahkan ngga peduli lagi sama pesantren ini!”
 Umi Hana : “Pesantren ini miliknya, dimanapun abah berada dia akan melindungi pesantren ini tanpa menyekutukan allah.”
 Ustadz Jaelani : “Siapa yang bilang aku menyekutukan allah!”
 Umi Hana : “Terus itu apa A? kamu lakuin apa sama para santri A!”

Umi Hana tidak sengaja menemukan buku tentang *Risalah Jin* dan buntalan kafan dengan nama bin seseorang. Menemukan buku tersebut di laci lemari milik suaminya, Ustad Jaelani. *Signifier*: Buku *Risalah Jin*. *Signified*: “Buku *Risalah Jin*” merujuk pada karya yang membahas jin secara keseluruhan. Karya-karya tersebut sering membahas tentang jin dalam Islam, ciri-cirinya, dan cara mengatasi gangguan dari jin atau keturunan mereka.

Adegan Umi Hana menemukan beberapa buntalan kain kafan yang bertuliskan nama dan bin serta menemukan buku pedoman *Risalah Jin*. Buku tersebut menunjukkan bahwa suaminya, seorang ustadz di pesantren, telah bersekutu dengan jin dan membuat para santri juga terkena teror karena praktik *Jin Qorin*. Dalam situasi tersebut, simbol seperti kain kafan dan kitab risalah tentang jin, makna moral dan spiritual simbol tersebut tergeser dan supranaturalnya hilang, penggambaran seorang ustadz yang bersekutu dengan jin dan tindakan terornya terhadap para santri menunjukkan bagaimana film ini mengemas masalah keagamaan yang sensitif dan institusi pendidikan pesantren.

6. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap bagaimana agama dalam film horor diubah menjadi komoditas yang dapat dijual dan dipasarkan sebagai bagian dari hiburan.

1. Bentuk-bentuk komodifikasi agama menurut Vincent Mosco, terdapat tiga bentuk utama yang sering digunakan untuk memahami bagaimana nilai dan simbol keagamaan diubah menjadi komoditas dalam konteks media dan kapitalisme:

- a) Komodifikasi Isi (Content Commodification)

Merupakan proses mengubah nilai agama, ajaran, simbol, dan ritual menjadi barang yang dapat dibeli dan dijual dan isi keagamaan tidak lagi dipandang sebagai entitas spiritual, tetapi lebih sebagai barang yang memiliki nilai ekonomis dan menguntungkan. Dalam penelitian ini terlihat pada adegan, pembayaran jasa ruqyah, atribut pakar ruqyah dan praktik pemanggilan *jin qorin*.

- b) Komodifikasi Khalayak (Audience Commodification)

Umat atau pengikut agama itu sendiri dijadikan komoditas melalui pengumpulan data, segmentasi, dan pemanfaatan preferensi mereka sebagai pasar untuk produk dan layanan keagamaan. Terlihat pada adegan, pamflet pakar ruqyah dan pelecehan ustadz pada santri putri.

c) Komodifikasi Media (Media Commodification)

Menghubungkan nilai agama dengan produk media, seperti iklan, program, atau sponsor, sehingga konten keagamaan dijual sebagai tontonan atau konten komersial dan menghasilkan iklan. Komodifikasi ini terlihat pada scene adegan air penawar, benda penangkal ghaib dan buku risalah jin.

2. Teori semiotika Ferdinand de Saussure digunakan untuk menganalisis makna simbol-simbol keagamaan dalam film horor *Penunggang Agama* dan *Qorin* dengan memecah tanda menjadi dua elemen utama yaitu, penanda (signifier) sebagai bentuk fisik seperti visual mukena, suara adzan, ayat Al-Qur'an, atau gerakan ibadah, dan petanda (signified) sebagai konsep makna yang diasosiasikan, seperti ketenangan spiritual yang direkayasa menjadi ancaman supranatural. Hubungan arbitrer antara penanda dan petanda diuraikan untuk mengungkap pergeseran makna, di mana simbol sakral Islam yang semula melambangkan perlindungan justru diposisikan sebagai pemicu horor melalui konteks naratif film.

Referensi

- AS, A., & Nazla Maharani Umayu. (2019). *Semiotika Teori Dan Aplikasi Pada Karya Sastra*. In Sustainability (Switzerland) (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Asri, C., & Soehadha, M. (2022). *Komodifikasi Agama: Studi Analisis Terhadap Tampilan Agama Di Instagram*. Mukaddimah: Jurnal Studi Islam, Vol. 7(1), 98–113.
- Budiarti, S. (2017). Komodifikasi Simbol Keagamaan. *Universitas Negeri Jakarta*.
- Dayu, B. S. A., & Syadli, M. R. (2023). *Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi*. LENTERA : Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 01(02), 152–164. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/view/2774%0Ahttp://ojs.uninus.ac.id/index.php/LANTERA/article/download/2774/1571>
- Fianto, L., & Qorib, F. (2022). *Komodifikasi Agama dan Kepentingan Ekonomi Politik Media dalam Sinecron Para Pencari Tuhan*. Jurnal Komunikasi Nusantara, 4(1), 140–148. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.148>
- Goncing, M. A., & Syahrul, F. (2021). *Simulasi Wacana Media Dan Permainan Wacana Politik*. Jurnal Politik Profetik, 9(1), 58. <https://doi.org/10.24252/profetik.v9i1a4>
- Haryanto, D., & Kartika, B. A. (2017). *Komodifikasi Agama Pada Media Sinema Sebagai Strategi Jualan Industri Perfilman Indonesia*. Journal of Urban Society's Arts, 4(2), 61–70. <https://doi.org/10.24821/jousa.v4i2.2161>
- Hasanah, P. (2023). Pengaruh Menonton Film Horror Religi “Khanzab” (2023) Terhadap Sikap Alumni Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Dalam Melaksanakan Sholat Malam [Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta]. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63465/>
- Hendy Yuliansyah, Acep Iwan Saidi, & Intan Rizky Mutiaz. (2022). *Kajian Struktur Tanda Dalam Film Horor Indonesia: Film Jelangkung*. Prosiding Seminar Nasional Unimas, 5(1), 458–468.
- Humaira, A. (2025). *Agama sebagai produk: membedah komodifikasi Agama Islam dalam industri media perfilman dan periklanan*. Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(4). <https://doi.org/10.21831/lektur.v7i4.23095>
- Kholida, M., & Rodiah, I. (2023). *Komodifikasi Agama: Sebuah Strategi Pemasaran*. Lab, 6(02), 177–188. <https://doi.org/10.33507/labatila.v6i02.1026>
- Moch.Choiruddin, Hari Wibowo, J., & Jupriono. (2023). *Analisis Semiotik Film Ku Kira Kau Rumah (Semiotika Model Ferdinand De Saussure)*. In Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Vol. 1, Issue 1). <https://digital-science.pubmedia.id/index.php/pssh>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. SAGE Publications Ltd.
- Mudjiyanto, B., Nur, E., Pengkajian, B., Komunikasi, P., Jakarta, I., Pengkajian, B. B., Makassar, I., & Abdurrahman Basalama, J. (2013). *Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi Semiotics In*

- Research Method of Communication. In Informatika dan Media Massa t PEKOMMAS (Vol. 16, Issue 1).*
- Permana, K. S. A. (2014). *Analisis Genre Film Horor Indonesia Dalam Film Jelangkung (2021).* Commonline Departemen Komunitas, 3(3), 559–573.
- Pribadi, Y. (2019). *The Commodification of Islam in the Market Economy: Urban Muslim Studies in Banten.* Afkaruna, 15(1). <https://doi.org/10.18196/auijis.2019.0096.82-112>
- Putrigita, S. A. (2024). Komodifikasi Agama Dalam Film Horor “Qorin” Sebagai Representasi Seni Islami.
- Rahman, A. (2016). *Komodifikasi Agama: Sebuah Kajian Tafsir Fenomenologis.* Hermeneutik: Jurnal Ilmu Al Qur'an Dan Tafsir, 10(1), 101–115.
- Suroyya, D. (2022). *Komodifikasi Dan Deskralisasi Simbol Agama Dalam Film Horor Indonesia.* Indonesian Journal of Islamic Communication, 5(1), 15–38.
- Syahputra, M. A., Aisyah, & Mailin. (2021). *Commodification of Political and Religious Values in The Media Contest in Indonesia.* Al-Mufida: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, 6(2), 97–106.
- Ummah, S., & Nuraeni, R. (2024). *Representasi Nilai Religi dalam Media Film Horor: Studi Persepsi Penonton pada Film Thaghut.* Kuriositas: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan, 17(2), 181–194. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/kuriositas>
- Wijaya, A. Z., Wijaya, F. Y., Pratama, H., Swarnawati, A., Studi, P., Komunikasi, I., Jakarta, M., & Islam, N. (2024). *Representasi Nilai-Nilai Islam Dalam Film Siksa Neraka.* Kajian Ilmu Sosial, 5(2), 87–92.
- Wiyaka, Y. B., & Kusuma, R. S. (2016). Representasi Perempuan Dalam Film Horor Para Betina Pengikut Iblis (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Universitas Muhammadiyah Surakarta Abstrak.*
- Yoesoef, M. (2003). *Film Horor Sebuah Definisi yang Berubah.* Wacana, 5(2), 104–113.
- Zailani, M. R., & Ulinuha, R. (2023). *Komodifikasi Agama sebagai Identitas Kesalehan Sosial.* Jurnal Riset Agama, 3(1), 248–265. <https://doi.org/10.15575/jra.v3i1.23519>