

JRF: Journal of Religion and Film

E-ISSN:2964-8211

Tersedia online <https://jrf.dakwah.uinjambi.ac.id/index.php/JRFVolume>

Volume 3 Nomor 2, 2024, (65-74)

Film Islami: Antara Spiritual dan Komersialisasi di Industri Film Indonesia

Siti Fadilla

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia

email: sitifadilla@uinmybatusangkar.ac.id

Muhammad Deni Putra

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia

Riki Rikarno

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia

Andri Maijar

UIN Mahmud Yunus Batusangkar, Indonesia

Dynia Fitri

Institut Seni Indonesia, Padang Panjang, Indonesia

Abstract

This study analyzes the representation of Islamic films in Indonesia using a literature review approach, focusing on the interaction between Islamic spiritual values and commercialization in the film industry. With the growing demand for religious content, Islamic films have emerged as a significant genre that both educates and entertains. However, the main challenge is maintaining spiritual integrity amid the pressures of commercialization that dominate the entertainment industry. This research explores how Islamic films depict moral themes, cultural identity, and religious teachings, while also questioning the impact of commercialization on their spiritual messages. The findings show that while there are efforts to convey positive values, some films tend to commodify spirituality to attract audiences. This study emphasizes the importance of awareness and commitment from filmmakers to create works that are not only commercially successful but also authentic in delivering Islamic messages. The results are expected to provide insights for the film industry in developing more meaningful Islamic films that support the spiritual identity of Muslims in Indonesia.

Keywords: *Islamic Films, Commercialization, Spiritual Values*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis representasi film Islami di Indonesia dengan pendekatan studi literatur, berfokus pada interaksi antara nilai-nilai spiritual Islam dan komersialisasi dalam industri film. Seiring meningkatnya permintaan akan konten religius, film Islami muncul sebagai genre penting yang mendidik dan menghibur. Namun, tantangan utama adalah menjaga integritas spiritual di tengah tekanan komersialisasi yang mendominasi industri hiburan. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana film-film Islami menampilkan tema moral, identitas budaya, dan ajaran agama, sambil mempertanyakan pengaruh komersialisasi terhadap pesan spiritual tersebut. Temuan menunjukkan bahwa meskipun ada upaya menyampaikan nilai positif, beberapa film cenderung mengkomodifikasi spiritualitas untuk menarik perhatian penonton. Penelitian ini menekankan pentingnya kesadaran dan komitmen para pembuat film dalam menciptakan karya yang tidak hanya sukses secara komersial tetapi juga otentik dalam menyampaikan pesan Islam. Hasil ini diharapkan memberikan wawasan bagi industri film dalam mengembangkan film Islami yang lebih bermakna dan mendukung identitas spiritual Muslim di Indonesia.

Katakunci: *Film Islami, Komersialisasi, Nilai Spiritual*

Introduction

Perkembangan industri film di Indonesia menunjukkan tren yang menarik, terutama dengan munculnya film-film Islami yang berusaha menggabungkan nilai-nilai spiritual dengan tuntutan pasar (Choiron & Eliyanah, 2020; Huda, 2012). Namun, perjalanan ini seringkali dipenuhi dengan kontradiksi, di mana esensi spiritual dalam film tersebut bisa bertolak belakang dengan prinsip komersialisasi yang mendominasi industri hiburan (Hsieh & Shannon, 2005; Wei & Watson, 2019). Dalam banyak kasus, film-film Islami dianggap sebagai produk yang hanya mengejar keuntungan, dan hal ini mengarah pada penggambaran yang terkadang dangkal terhadap nilai-nilai yang seharusnya diusung (Hariyadi, 2013; Hatta, 2023; Huda, 2012; Nurmansyah, 2023).

Masyarakat cenderung melihat film-film ini bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat identitas dan keyakinan agama mereka (Aula, 2022; Nurmansyah, 2023; Supriansyah, 2019). Sayangnya, semakin banyaknya film yang diciptakan hanya untuk memenuhi selera pasar menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana nilai-nilai spiritual dapat dipertahankan dalam konteks komersialisasi. Selain itu, banyak film yang mengangkat tema spiritual tidak diimbangi dengan pemahaman yang mendalam tentang konteks budaya dan sosial yang melingkupinya (Elliott et al., 2016; Gainforth et al., 2011). Dari gambaran ini, tampak bahwa kehadiran film Islami di Indonesia tidak sepenuhnya sejalan dengan tujuan awal untuk memperkuat spiritualitas, melainkan sering kali terjebak dalam logika bisnis yang mereduksi makna film tersebut.

Sebagian besar kajian yang ada cenderung menitikberatkan pada aspek komersialisasi film Islami tanpa mengkaji secara mendalam interaksi antara nilai spiritual dan strategi pemasaran yang diterapkan. Studi yang ada sering kali tidak mempertimbangkan dampak sosial dan kultural dari representasi spiritual dalam film. Terdapat beberapa kecenderungan dalam studi sebelumnya yang dapat diidentifikasi. Pertama, studi yang menekankan analisis pasar dan keberhasilan komersial film-film Islami. Kedua, studi yang mengkaji dampak representasi Islam dalam film terhadap masyarakat. Ketiga, studi yang membahas kritik terhadap penggambaran Islam yang dangkal dalam film. Dari ketiga kecenderungan tersebut, tampak bahwa isu karakter spiritual dalam film Islami di Indonesia belum dibahas secara menyeluruh.

Oleh karena itu, tujuan tulisan ini adalah melengkapi kekurangan dari studi yang ada dengan menganalisis bagaimana film Islami dapat mempertahankan nilai-nilai spiritual di tengah arus komersialisasi yang semakin kuat. Penting untuk mencermati bagaimana film-film tersebut dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang identitas Muslim dalam konteks sosial dan budaya Indonesia. Dalam konteks ini, beberapa pertanyaan yang akan diajukan mencakup bagaimana film-film Islami di Indonesia menggambarkan nilai-nilai spiritual, sejauh mana komersialisasi mempengaruhi kualitas dan kedalaman konten film, serta dampak dari film-film Islami terhadap persepsi masyarakat tentang Islam. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang hubungan antara spiritualitas dan komersialisasi dalam industri film Indonesia.

Studi ini berargumen bahwa film Islami di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari pertarungan antara nilai-nilai spiritual yang ingin disampaikan dan tuntutan komersialisasi industri hiburan. Masyarakat memiliki harapan terhadap film-film yang dapat merepresentasikan identitas dan nilai-nilai agama mereka. Namun, keberhasilan dalam menciptakan film Islami yang berkualitas membutuhkan pemahaman yang lebih dalam mengenai konteks sosial dan kultural di mana film tersebut diproduksi. Dengan demikian, film yang berhasil menggabungkan spiritualitas dan komersialisasi dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap Islam di Indonesia.

Method

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi literatur untuk menganalisis representasi film Islami di Indonesia, dengan penekanan pada interaksi antara nilai-nilai spiritual dan komersialisasi dalam industri film. Metode ini dipilih karena efektif untuk mengeksplorasi beragam perspektif dan argumen

yang telah ada di dalam literatur mengenai tema ini. Proses penelitian dimulai dengan identifikasi sumber-sumber literatur yang relevan, termasuk buku, artikel jurnal, dan laporan penelitian yang berfokus pada film Islami, nilai-nilai agama, dan aspek komersial dari produksi film. Pencarian dilakukan melalui database akademik seperti Google Scholar, JSTOR, dan ProQuest, menggunakan kata kunci seperti “film Islami,” “spiritualitas,” “komersialisasi,” dan “industri film Indonesia.” Setelah pengumpulan data, langkah berikutnya adalah seleksi berdasarkan kriteria inklusi, yang mencakup publikasi dalam lima tahun terakhir dan relevansi terhadap tema penelitian. Hanya literatur yang memberikan wawasan tentang hubungan antara spiritualitas dan komersialisasi yang akan dianalisis. Analisis dilakukan secara tematik, di mana peneliti mengkategorikan dan mengelompokkan temuan dari literatur yang ada. Elemen-elemen penting, seperti cara film menggambarkan nilai-nilai spiritual, dampak komersialisasi terhadap narasi dan karakter, serta persepsi audiens, dieksplorasi untuk memahami kompleksitas representasi film Islami. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana film Islami di Indonesia berfungsi sebagai medium yang mencerminkan tantangan dan dinamika antara nilai-nilai spiritual dan kebutuhan pasar. Dengan demikian, hasil studi ini diharapkan dapat memperkaya kajian tentang hubungan antara film, agama, dan komersialisasi dalam konteks industri film di Indonesia.

Result and Discussions

Analisis Pasar dan Keberhasilan Komersial Film-Film Islami

Komersialisasi film Islami di Indonesia mencerminkan interaksi unik antara ekspresi budaya, nilai-nilai agama, dan dinamika pasar. Dalam dua dekade terakhir, film Islami telah memperoleh perhatian signifikan dari masyarakat, menunjukkan permintaan yang meningkat untuk konten yang relevan dengan populasi Muslim yang mendominasi. Keberhasilan komersial film-film ini dapat diatribusikan kepada beberapa faktor, termasuk keselarasan narasi film dengan nilai-nilai Islam, peningkatan daya beli kelas menengah Muslim, serta upaya pemasaran strategis oleh para pembuat film. Film Islami tidak hanya mengangkat tema moral dan sosial yang relevan, tetapi juga memberikan hiburan yang sesuai dengan keyakinan penontonnya. Keselarasan antara isi film dan nilai-nilai yang dianut masyarakat menjadikan film ini semakin populer di kalangan audiens yang mencari pengalaman menonton yang tidak hanya menghibur tetapi juga bermakna (Sokowati, 2021).

Keberhasilan komersial film Islami juga sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia, terutama dengan meningkatnya kelas menengah yang memiliki daya beli lebih. Pertumbuhan sektor perbankan dan

keuangan Islam menciptakan stabilitas ekonomi yang memungkinkan lebih banyak individu untuk berinvestasi dalam produk budaya, termasuk film. Pemberdayaan finansial ini berdampak pada kesediaan audiens untuk mendukung film-film yang mencerminkan nilai-nilai mereka (Afandi & Amin, 2019; Syahrir et al., 2023). Di sisi lain, strategi pemasaran yang inovatif, seperti pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan organisasi-organisasi Islam, telah memungkinkan para pembuat film untuk menjangkau audiens target secara efektif. Pendekatan ini meningkatkan visibilitas film dan memastikan bahwa konten yang disajikan dapat diterima dengan baik oleh demografis yang diinginkan, sehingga meningkatkan kesuksesan di box office (Madani & Widiastuti, 2021).

Meskipun demikian, film Islami tidak lepas dari tantangan, terutama terkait dengan otentisitas dan potensi komodifikasi tema-tema religius. Kritikus menyatakan bahwa fokus pada profitabilitas dapat mengaburkan pesan spiritual yang ingin disampaikan oleh film-film ini (Sudirman et al., 2023). Meskipun demikian, penerimaan audiens terhadap film Islami umumnya sangat positif, dengan banyak penonton yang menghargai pesan moral dan representasi budaya yang ditawarkan. Film-film ini berfungsi sebagai sarana ekspresi budaya, memperkuat identitas dan nilai-nilai Islam di dunia yang semakin mengglobal. Dukungan yang terus menerus dari audiens, serta integrasi yang semakin besar dari tema Islam ke dalam berbagai genre, menunjukkan prospek cerah bagi sinema Islami di Indonesia (Afif et al., 2022). Keberhasilan film Islami tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi industri film, tetapi juga memainkan peran penting dalam memperkuat identitas dan nilai-nilai budaya di kalangan Muslim Indonesia.

Dampak Representasi Islam dalam Film terhadap Masyarakat

Representasi Islam dalam film di Indonesia semakin berkembang dan mendapatkan perhatian yang signifikan, mencerminkan keberadaan mayoritas Muslim di negara ini serta dinamika budaya yang mengikutinya. Sinema Indonesia tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk mendidik dan memengaruhi pandangan publik terhadap Islam. Representasi tema, nilai, dan narasi Islam dalam film berperan penting dalam membentuk identitas budaya masyarakat Muslim Indonesia. Dalam konteks ini, film-film yang menyajikan ajaran Islam, baik melalui penggambaran nilai-nilai keagamaan maupun melalui penyampaian cerita yang relevan dengan pengalaman hidup umat Muslim, dapat menciptakan rasa keterikatan dan kebanggaan kolektif di antara penonton. Hal ini menunjukkan bagaimana film tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga

sebagai alat untuk memperkuat identitas dan pemahaman agama dalam konteks budaya lokal (A. Woodrich, 2018).

Selama beberapa dekade, representasi Islam dalam film Indonesia telah mengalami perubahan yang signifikan. Pada masa Orde Baru, penggambaran Islam seringkali dikaitkan dengan simbol-simbol religius yang stereotip, seperti jilbab dan sorban, yang bertujuan untuk menyampaikan citra tertentu dari Islam. Namun, setelah reformasi, film-film Indonesia mulai mencerminkan keragaman dan kompleksitas nilai-nilai Islam yang lebih luas. Hal ini terlihat dari cara film-film tersebut mengangkat tema moral, keadilan sosial, dan nilai keluarga yang sejalan dengan ajaran Islam, serta menciptakan dialog yang lebih dalam antara budaya dan agama (Alfathah & Maulana, 2023). Dengan demikian, film-film tersebut tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik penonton tentang ajaran dan warisan budaya mereka.

Di sisi lain, meskipun ada banyak representasi positif, masih terdapat tantangan dan kritik terhadap bagaimana Islam digambarkan dalam film. Beberapa kritikus berpendapat bahwa beberapa film cenderung menyederhanakan ajaran Islam yang kompleks demi kepentingan komersial. Komodifikasi tema-tema religius ini dapat berisiko mengaburkan pesan spiritual yang ingin disampaikan oleh para pembuat film (Huda, 2012). Selain itu, penggambaran yang tidak akurat atau negatif dapat memperpetuasi stereotip dan kesalahpahaman tentang Islam di masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para pembuat film untuk menyeimbangkan antara aspek hiburan dan integritas religius, dengan tetap menghormati nilai-nilai Islam dan menghasilkan representasi yang otentik dan bermakna bagi penonton (Sutkutê, 2020).

Kritik terhadap Penggambaran Islam yang Dangkal dalam Film

Penggambaran Islam dalam film memiliki implikasi signifikan terhadap persepsi masyarakat dan identitas budaya. Makalah ini mengkritik representasi dangkal Islam dalam berbagai karya sinematik, menyoroti bagaimana penggambaran tersebut sering kali memperkuat stereotip dan gagal menangkap kompleksitas keyakinan serta praktik Islam. Dalam banyak film, penggambaran yang dangkal dapat memperpetuasi pandangan negatif tentang umat Muslim, sehingga menciptakan narasi yang homogen dan mengabaikan keberagaman yang ada. Salah satu contoh penggambaran ini terlihat dalam film "My Name is Khan," di mana meskipun narasi berusaha menantang stereotip, ia tetap beroperasi dalam kerangka yang menyederhanakan pengalaman Muslim menjadi narasi heroik tunggal (Sartika et al., 2022). Selain itu, film seperti "Submission" dan "The Kite Runner" dikritik karena mengandalkan tropes orientalis yang menggambarkan

Muslim sebagai korban tertekan atau ekstremis yang kekerasan (Sutkuté, 2020). Penggambaran ini tidak hanya salah menggambarkan budaya Islam, tetapi juga menciptakan pandangan homogen tentang Muslim yang mengabaikan individualitas dan agensi mereka (Labidi, 2021).

Hollywood memiliki dampak besar terhadap representasi Muslim, sering kali memperkuat stereotip negatif yang mengaitkan Islam dengan terorisme dan kekerasan. Labidi berargumen bahwa demonisasi Muslim dalam film-film Hollywood berkontribusi pada budaya sentimen anti-Muslim, memperkuat narasi yang mengaburkan batas antara Arab, Muslim, dan Islam (Labidi, 2021). Hal ini memiliki konsekuensi nyata, seperti memengaruhi sikap publik dan kebijakan terhadap komunitas Muslim. Namun, di tengah penggambaran dangkal ini, ada juga narasi yang muncul untuk memberikan pemahaman yang lebih nuansa tentang Islam. Misalnya, film-film bertema Islam yang diproduksi di Indonesia berusaha menyajikan pandangan yang lebih seimbang, fokus pada tema toleransi dan koeksistensi (Sokowati, 2021). Tantangan yang ada adalah memastikan bahwa representasi tersebut tidak jatuh ke dalam perangkat komodifikasi agama untuk tujuan hiburan.

Penggambaran dangkal tentang Islam dalam film menghadirkan tantangan signifikan bagi persepsi masyarakat terhadap agama dan pengikutnya. Dalam perkembangan industri film yang semakin pesat, penting bagi para pembuat film untuk berusaha menciptakan representasi yang otentik dan mendalam tentang Islam. Dengan melampaui stereotip dan mengeksplorasi kompleksitas keyakinan serta praktik Islam, sinema dapat berperan penting dalam memfasilitasi pemahaman dan penerimaan dalam masyarakat yang semakin beragam. Upaya ini tidak hanya akan membantu mengubah pandangan publik tentang Islam, tetapi juga dapat mendorong dialog yang lebih konstruktif dan saling menghormati antara berbagai budaya dan agama.

Concluction

Film Islami di Indonesia telah menjadi fenomena yang menarik perhatian, mencerminkan interaksi antara nilai-nilai spiritual Islam dan dinamika komersialisasi dalam industri film. Seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim yang signifikan, film-film Islami tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium pendidikan yang mengedukasi penonton tentang ajaran dan nilai-nilai Islam. Karya-karya ini sering kali menonjolkan tema moral, keadilan sosial, dan identitas budaya, yang resonan dengan masyarakat Muslim Indonesia. Namun, perjalanan film Islami tidak lepas dari tantangan, terutama dalam hal komersialisasi. Dalam upaya menarik perhatian penonton dan meraih kesuksesan

finansial, beberapa film dapat jatuh ke dalam perangkap menyederhanakan atau bahkan mengkomodifikasi nilai-nilai spiritual. Hal ini berpotensi mengurangi kedalaman makna yang seharusnya dihadirkan dan menciptakan representasi yang tidak akurat tentang Islam. Oleh karena itu, penting bagi pembuat film untuk menjaga integritas narasi dan memastikan bahwa karya mereka tidak hanya mengejar profit, tetapi juga menghormati dan merefleksikan keindahan ajaran Islam secara otentik. Ke depannya, industri film Islami Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan berkontribusi pada pembentukan pemahaman yang lebih positif tentang Islam. Dengan mengedepankan kreativitas dan inovasi dalam penceritaan, para pembuat film dapat menghadirkan kisah-kisah yang tidak hanya menarik secara komersial, tetapi juga mampu memperkuat identitas spiritual dan budaya masyarakat Muslim. Dengan demikian, film Islami dapat menjadi jembatan untuk dialog antarbudaya dan memperkuat pemahaman yang lebih mendalam tentang Islam dalam konteks sosial yang lebih luas.

Reference

- Afandi, M. A., & Amin, M. (2019). Islamic Bank Financing and Its Effects on Economic Growth: A Cross Province Analysis. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2). <https://doi.org/10.15408/sjie.v8i2.10977>
- Afif, M., Mariyanti, T., Septiani, N., & Dolan, E. (2022). Factor Affecting Employee Motivation to Increase Performance of Sharia Bank in Indonesia on Islamic Perspective. *APTISI Transactions on Management (ATM)*, 7(2), 131–142. <https://doi.org/10.33050/atm.v7i2.1860>
- Alfathah, S., & Maulana, R. A. (2023). Simbol Identitas Penggunaan Ayat Al-Qur'an dalam Film Indonesia (Kajian Semiotika Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck dan Makmum). *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*, 3(2), 210–235. <https://doi.org/10.15575/jpiu.25467>
- Aula, A. (2022). Religion, Media and Piety Construction: A Study of the Web Series Entitled Ustad Millenial. *DINIKA: Academic Journal of Islamic Studies*, 7(1), 99–134. <https://doi.org/10.22515/dinika.v7i1.5177>
- Elliott, L. R., White, M. P., Taylor, A. H., & Abraham, C. (2016). How do brochures encourage walking in natural environments in the UK? A content analysis.

- Health Promotion International*, daw083.
<https://doi.org/10.1093/heapro/daw083>
- Gainforth, H. L., Barg, C. J., Latimer, A. E., Schmid, K. L., O'Malley, D., & Salovey, P. (2011). An investigation of the theoretical content of physical activity brochures. *Psychology of Sport and Exercise*, 12(6), 615–620.
<https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2011.06.002>
- Hariyadi, H. (2013). Finding Islam in Cinema: Islamic Films and the Identity of Indonesian Muslim Youths. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 51(2), 443–473. <https://doi.org/10.14421/ajis.2013.512.443-473>
- Hatta, J. (2023). Konten Islam di Media Televisi: Spiritualitas atau Pemasaran? *Journal of Religion and Film*, 2(2), 275–292.
<https://doi.org/10.30631/jrf.v2i2.25>
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
<https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Huda, A. N. (2012). Negotiating Islam with cinema: A theoretical discussion on Indonesian Islamic films. *Wacana, Journal of the Humanities of Indonesia*, 14(1), 1. <https://doi.org/10.17510/wjhi.v14i1.46>
- Labidi, I. B. (2021). Hollywood's Bad Muslims: Misrepresentations and the Channeling of Racial Violence. *The Journal of Religion and Popular Culture*, 33(3), 126–137. <https://doi.org/10.3138/jrpc.2020-0068>
- Madani, A., & Widiastuti, T. (2021). The Impact of Islamic Monetary Operations and Aggregate Financing on Economic Growth in Indonesia (2010-2020). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 7(2), 185. <https://doi.org/10.20473/jebis.v7i2.26085>
- Nurmansyah, M. A. (2023). Problematizing Contemporary Islamic Discourse: A Conceptual Modeling of New Heroes in Indonesian Islamic Biographical Films. *Buletin Al-Turas*, 29(1), 81–92.
<https://doi.org/10.15408/bat.v29i1.31038>

- Sartika, E., Laelatul Hida, S., Amalia Putri, D., Alia Anzani, R., & Maesaroh, S. (2022). Cultural Conflict in “Alif Lam Mim” and “My Name is Khan” Movies. *International Proceedings of Nusantara Raya*, 1(1), 395–398. <https://doi.org/10.24090/nuraicon.v1i1.161>
- Sokowati, M. E. (2021). Countering the Backlash: Reading Islam in Islamic Movies: From Ayat-Ayat Cinta to 99 Cahaya di Langit Eropa. *International Conference on Sustainable Innovation Track Humanities Education and Social Sciences (ICSIHES 2021)*, Bantul, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211227.025>
- Sudirman, S., Darwis, R., Rahman, A., Yusuf, S. D., Gunawan, E., Marwing, A., & Obie, M. (2023). Sharia Stocks and Muslim Millennials Investors in Indonesia: Between Religious and Economic Motives. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e01829. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.1826>
- Supriansyah, S. (2019). Representasi Liquid Religion Kelas Menengah Muslim dalam Film Islami Pasca Orde Baru. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 17(1), 53. <https://doi.org/10.18592/khazanah.v17i1.2689>
- Sutkutè, R. (2020). Representation of Islam and Muslims in Western Films: An “Imaginary” Muslim Community. *EUREKA: Social and Humanities*, 4, 25–40. <https://doi.org/10.21303/2504-5571.2020.001380>
- Syahrir, D. K., Wahyudi, I., Yunan, Z. Y., & Rahmawati, R. (2023). Leveraging Islamic Economic to Alleviate Poverty in Indonesia: A Promising Pathway. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, 2(2), 98–112. <https://doi.org/10.54099/ijebm.v2i2.797>
- Wei, H., & Watson, J. (2019). Healthcare Interprofessional Team Members’ Perspectives on Human Caring: A Directed Content Analysis Study. *International Journal of Nursing Sciences*, 6(1), 17–23. <https://doi.org/10.1016/j.ijnss.2018.12.003>