

REFERENCES

Al-Quran Al-Karim.

Abdul Halim, A., Mohamed Yusof, M., & Ariff Irshad, Z. (2022). Aplikasi Maqasid Shariah dalam Pengiklanan Amal. *E-Journal Of Islamic Thought & Understanding (E-JITU)*, (2), 1-15.

Ainun Shaqirah Sabiri & Khazri Osman. (2022). Kefahaman Tentang Konsep Asas Dakwah Islamiah Dalam Kalangan Pelajar Pusat Pengajian Arab Dan Tamadun Islam, Tahun 2. *Seminar Dakwah & Wahdah Al-Ummah 2022, Interaksi Dakwah di Malaysia Merentas Zaman*, Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Andariati, L. (2020). Hadis dan Sejarah Perkembangannya. *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis*, 4(2). <https://doi.org/10.15575/diroyah.v4i2.4680>

Azrinaz Mazhar, H. (2018, April 1). Jangan guna agama untuk raih keuntungan. <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2018/04/406074/jangan-guna-agama-untuk-raih-untung>. Retrieved February 19, 2024.

Communication and Multimedia Content Forum of Malaysia. (2022). The Malaysian Communication and Multimedia Content Code: Third Edition. Cyberjaya. Communication and Multimedia Content Forum of Malaysia.

Drajat, H. A. (2017). *Ulumul Qur'an: Pengantar Ilmu-ilmu Al-Qur'an*. Prenada Media. ISBN 978-602-422-183-6.

Ghouri, S.A.M. (2017). *Pengenalan Ilmu Mustalah Al-Hadith*. Kuala Lumpur, Darul Syakir Enterprise.

Jarboe, G., Bailey, M., & Stebbins, M. (2023). *Digital Marketing Fundamentals: OMCP's Official Guide to OMCA Certification*. John Wiley & Sons.

Jasmi, K. A. (2013). Al-Quran Satu Mukjizat yang Menakjubkan. *Penciptaan*

Manusia dari Perspektif al-Quran. Skudai, Johor Bahru: Universiti Teknologi Malaysia Pres.

Lembaga Piawaian Pengiklanan Malaysia (ASA), (2021). Kod Amalan Pengiklanan Malaysia: Melindungi Hak Pengguna, Edisi ke-6, Petaling Jaya, Advertising Standard Malaysia.

Lin, C. A (1996). Looking back: The contribution of Blumler and Katz's 'Uses of Mass Communication' to communication research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(4), 574-581.

Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 23468.

<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/download/670/576>

Mohamed, N. (2021, April 28). *Siapa itu penunggang agama?* Sinar Harian.

<https://www.sinarharian.com.my/article/135826/siapa-itu-penunggang-agama>.

Retrieved February 19, 2024.

Mohamad Rasit, R., Misrom, A., & Abd Jalil, S. J. (2021). Pandangan Pengguna Muslim Terhadap Paparan Iklan bagi Pembelian Produk yang Baik. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(6), 18 - 25.

<https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i6.831>

Munirah, Munirah. (2023). Penggunaan Al-Qur'an dan Hadis di Balik Komersialisasi Thibbun Nabawi di Media Sosial. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 18 (1),

89 - 1-2. DOI: <http://dx.doi.org/10.31332/ai.v0i0.6010>

- Nordin, M. Z. F. (2023) *Agamawan Ekstrem*, Kuala Lumpur. Sinar Harian
<https://www.bharian.com.my/rencana/lain-lain/2023/01/1057753/agamawan-ekstrem-penunggang-agama-punca-umat-islam-berpecah>. Retrieved February 19, 2024.
- Rahim, M. H. A. (2009). Pengiklanan Islami: Penjanaan Konsep dan Pelaksanaan. *Jurnal Melayu*, 4. <http://journalarticle.ukm.my/3009/>
- Rahman, M. M. A. (1996, December 31). *Al-Hadith: Kedudukan dan Peranannya dalam Islam*. <https://ejournal.um.edu.my/index.php/JUD/article/view/3034>
- Ramli, M. A., Hamdan, M. N., & Zulkepli, M. I. (2018). Teknik Dakwaan Melampau dalam Pemasaran Produk Pengguna Menurut Perspektif Hukum Islam. *Journal of Contemporary Islamic Law*.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society* 3(1), 3–37
- Samsudin A. Rahim, (1993). *Komunikasi Asas*. Kuala Lumpur, Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Siapera, E. (2018). *Understanding new media. 2nd Edition*. UK: London, SAGE.
- Syaf, M. N. (2022). Tinjauan Terhadap Alquran Digital Dalam Perspektif Hukum Islam. *Pancawahana: Jurnal Studi Islam*, 17(1), 26-40.
- Usman, A. H. & Wazir, R. (2018). Hadis Rekaan: Etika Islam dan Panduan Penyebaran Hadis Dalam Media Sosial. *Jurnal Reka Bentuk, Seni dan Komunikasi Dalam Talian Turki*, (Edisi Khas September 2018), 804-808.
- Wan Hussin, W. J. (2019). *Penunggang Agama?*. Batu Caves, Puteh Press, An Imprint of Open Bridge Publications Sdn. Bhd.