

Menjadi muslim modis dan taat: teks budaya populer majalah Laiqa sebagai fenomena post-islamisme = Being modest and stylish popular culture text of Laiqa magazine as post islamism phenomena

Adinda Zakiah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20430184&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini mencoba menggambarkan teks budaya populer Majalah Laiqa sebagai fenomena Post-Islamisme: menyeimbangkan antara menjadi muslimah muda urban pengguna hijab yang modern dan taat secara bersamaan. Peneliti menggunakan majalah Laiqa, majalah fashion muslim dan gaya hidup Islam, milik HIJUP.com ? e-dagang pakaian muslim untuk segmentasi muslimah kelas menengah, sebagai teks budaya populer. Menggunakan paradigma konstruktivis, peneliti berfokus mencari gambaran muslimah muda urban pengguna hijab melalui cara berpakaian dan industri busana muslim dalam teks Majalah Laiqa dan kaitannya dengan fenomena Post-Islamisme. Untuk menjawabnya, penelitian ini mengumpulkan data melalui koleksi data berupa artikel dan kutipan wawancara dari berbagai sumber serta wawancara mendalam terhadap pembuat konten di Laiqa dan pembaca Laiqa. Studi ini menemukan bahwa terdapat muslimah muda urban pengguna hijab memiliki otoritas diri dalam menentukan pakaian yang ia kenakan, namun, di sisi lain, mereka tetap harus mengikuti aturan-aturan yang membatasi ekspresi diri mereka. Lalu, di tataran industri, fashion muslim tetap berperilaku kapital, namun konsumen tetap dapat mengakalinya.

.....

This research describe pop culture text in Laiqa Magazine as Post-Islamism phenomena: being modern yet modest young urban Muslim women. Researcher uses Laiqa magazine ? muslim fashion and Islamic lifestyle magazine, owned by HIJUP.com, a muslim clothes e-commerce for middle class muslim ? as analysis unit of pop culture text. Using constructivist paradigm, researcher tend to explore description of young urban muslim women wearing hijab through their dress up and muslim fashion industry in Laiqa magazine and its relation to Post-Islamism phenomena. For answering, this research gathers data through collecting data, such as articles from various sources and interviewing Laiqa magazine?s content producers and readers. This study find that young urban muslim women have authority to explore their style and expression through the way they dress up. But, on the other hand, they have to follow small authority which restrict their expression. Then, on industry level, muslim fashion is following capital logic, but consumers can trick the producers.