

**Komodifikasi nilai-nilai muslimah melalui media sosial: analisis semiotika terhadap akun instagram @angellafransisca dan @Joyagh = Commodification of moeslimah value in social media semiotics analysis of @angellafransisca and @Joyagh instagram account**

Nurmalita Amelia Nugrahaningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20456412&lokasi=lokal>

---

**Abstrak**

Maraknya hijaber yang bermunculan menciptakan sebuah fenomena yang unik, seperti hijaber syar rsquo;i dan modis. Di satu sisi, dapat mengajak perempuan untuk mengenakan hijab, akan tetapi di sisi lain juga melakukan tindakan-tindakan yang memberikan keuntungan ekonomi pada beberapa pihak. Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi nilai-nilai muslimah dalam media sosial. Metode yang digunakan adalah analisis semiotika Barthes.

Dari penelitian ini diketahui bahwa terdapat mitos kecantikan, tubuh ideal, dan peran-peran domestik pad perempuan, bentuk komodifikasi agama antara hijaber syar rsquo;i dan modis dilakukan dengan cara yang berbeda satu sama lain, serta penggunaan agama sebagai alat untuk memudahkan komodifikasi.

.....

The rise of emerging hijabers creates a unique phenomenon, such as the hijaber syar 39 i and fashionable. On the other hand, it can invite women to wear hijab, but on the other hand also perform actions that provide economic benefits to some people. This research will discuss about how the forms of commodification of muslimah values in social media.

Using Barthes semiotics analysis, this study know that there are beauty myths, ideal bodies, and domestic roles in women, the form of religious commodification between hijaber syar 39 i and fashion is done in different ways from each other, and the use of religion as a means to facilitate commodification.