

ABSTRAK

Penelitian ini hendak menganalisis wacana terkait identitas remaja perempuan Muslim di Indonesia terkini yang dikonstruksi oleh salah satu majalah Muslimah pendatang baru yaitu Hijabella. Topik ini menjadi menarik seiring dengan lahirnya budaya populer Islami dimana kemudian identitas remaja perempuan Muslim Indonesia menjadi salah satu identitas yang dipopulerkan oleh media massa sebagai representasi ketakwaan Muslim kelas menengah yang tidak lepas dari kebutuhan akan gaya. Sebagai produk budaya yang terlahir ditengah semakin semaraknya performatifitas dalam beragama, majalah perempuan Muslimah generasi baru ini kemudian mensirkulasikan wacana-wacana baru terkait makna menjadi seorang remaja Muslimah masa kini. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah identitas remaja perempuan Muslim Indonesia diwacanakan dalam majalah remaja perempuan Muslim “Hijabella”.

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini adalah Media Massa dan Konstruksi Budaya Sosial, Konstruksi Identitas di Media Massa; Majalah dan Identitas Remaja Perempuan Muslim Indonesia; Budaya Populer Islam dan *Consumer Culture*; dan Analisis *Media Discourse*

Untuk memaparkan identitas remaja perempuan Muslim yang dikonstruksi oleh Majalah Hijabella, maka penelitian ini menggunakan metode analisis *media discourse* terhadap artikulasi identitas remaja perempuan Muslim yang terdapat di dalam Hijabella. Kemudian untuk mendapatkan makna implisit teks peneliti juga mengaitkan antara teks yang diinterpretasi dengan konteks sosiokultural yang mengiringi lahirnya wacana tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa posisi identitas remaja perempuan Muslim Indonesia dalam konteks budaya populer Islami ini masih problematik, mengingat begitu banyaknya tawaran-tawaran identitas yang diartikulasikan oleh majalah Hijabella, yang seringkali memunculkan kontradiksi satu sama lainnya. Rupanya, pemilihan satu majalah yang ber-*genre* Islami tidak lantas memberikan suatu definisi tunggal tentang makna menjadi seorang remaja perempuan Muslim masa kini. Hal ini menunjukkan bahwa pada lanskap masyarakat konsumsi ini, majalah berlabel Islami sekalipun sulit untuk menghindarkan diri dari kesemarakan permainan simbol dalam beragama.

Kata kunci: analisis wacana, remaja perempuan, identitas Muslim, majalah Hijabella.