

## ABSTRAK

Komodifikasi hijab lahir akibat pesatnya perkembangan *fashion* muslim yang semakin diminati masyarakat. Fenomena tersebut mendorong pelaku usaha menggeluti beragam bisnis dibidang hijab. Kondisi ini menyebabkan keberadaan hijab menjadi komoditas yang layak dikomersialkan sebagaimana produk konsumsi lain. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik komodifikasi hijab yang dilakukan oleh SZ Model *Management* di Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Subjek penelitian berjumlah tujuh orang yang terdiri dari: dua orang pengurus SZ Model *Management*, empat orang model berhijab, dan satu orang desainer. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam. Kemudian data dianalisis menggunakan teori Baudrillard (simulakra, simulasi, dan hiperrealitas) dan konsep-konsep komodifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SZ Model *Management* telah melakukan praktik komodifikasi melalui konteks sekolah modeling berhijab, penyedia jasa model berhijab, dan kegiatan *fashion* muslim. Praktik komodifikasi ini dilakukan melalui proses simulasi, simulakra dan hiperrealitas. Pada tahap simulakra, SZ Model *Management* menawarkan beragam paket kelas modeling maupun kegiatan *fashion* muslim melalui media sosial, cetak, dan elektronik. Kemudian media akan melakukan proses simulasi dengan menampilkan model-model berhijab yang tampak cantik dan *fashionable*. Selain menampilkan model berhijab, media juga mengkontruksi pentingnya mengikuti serangkaian kegiatan *fashion* muslim yang telah diagendakan. Hasil dari proses simulasi ini menyebabkan pergeseran fungsi hijab yang tidak hanya sebagai penutup aurat, tetapi menjadi bagian dari komoditas, gaya hidup, *prestige*, dan simbol ekonomi. Adanya pergeseran fungsi hijab ini disesuaikan dengan keuntungan dan pengalaman yang dirasakan masing-masing informan.

***Kata kunci:*** Komodifikasi, Hijab, Hiperrealitas, Simulakra, Simulasi.

## ABSTRACT

Commodification of hijab was born due to the rapid development of muslim fashion that is increasingly in demand by the public. The phenomenon is encouraging entrepreneur in various businesses of hijab. This condition causes the hijab to become a commodity like other consumption products. Therefore, this study aims to analyze the practice of hijab commodification by SZ Model Management in Surabaya City.

This study uses a qualitative method. The subjects consisted of seven people: two SZ Model Management administrators, four hijab models, and one designer. The collecting data is done through observation and in-depth interview. Then the data were analyzed using Baudrilard's theory (simulakra, simulation, and hyperreality) and the concepts of commodification.

The results showed that SZ Model Management has practiced the commodification of the hijab in the context of modeling schools, hijab model service provider, and Muslim fashion activities. This practice of commodification is done through a process of simulation, simulakra and hyperreality. At the simulakra stage, SZ Model Management offers a variety of modeling packages as well as Muslim fashion activities through social media, print, and electronics. Then the media will do the simulation process by displaying hijab models that look beautiful and fashionable. In addition to displaying the hijab model, the media also constructs the importance of participating in a series of Muslim fashion activities that have been scheduled. The results of this simulation process cause a shift in the function of the hijab which is not only as a cover for aurat, but becomes part of symbol aesthetics, lifestyle, prestige, and economic. The shift in the function of the hijab is adjusted to the advantages and experience felt by each informant.

**Keyword:** Comodification, Hijab, Hyperreality, Simulacra, Simulation