



INTISARI

Penutup kepala Islami, yang umum disebut hijab, adalah sehelai kain yang multidimensional. Makna dan signifikasinya telah diperdebatkan sepanjang sejarahnya, menghasilkan interpretasi yang beraneka ragam, bahkan hingga saat ini. Simbol Islam yang kentara ini bukan hanya sebuah kewajiban agamis saat para pemakainya, dengan berbagai agensi mereka, menyematkan makna ke dalamnya.

Tujuan tesis ini adalah untuk menganalisis bagaimana para wanita Muslim modern berperan dalam pembuatan makna atas hijab. Subyek penelitian adalah HijUp.com, sebuah perusahaan yang mengklaim sebagai *e-commerce* fesyen Islami pertama dan terbesar di Indonesia, bahkan di dunia. Dengan menggunakan pendekatan *brand identity and personality*, penelitian ini mencoba untuk menggali makna atas representasi visual yang ditampilkan HijUp.com. Metode yang digunakan adalah kajian pustaka dan data diambil dari koleksi pribadi, bahan-bahan dari perpustakaan, dan sumber-sumber dari internet.

Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa HijUp.com bukan hanya sebuah usaha komersil, tapi juga mengusung pesan-pesan dan nilai-nilai moral tertentu dalam representasi visual mereka.

Kata Kunci: hijab, representasi visual, penciptaan makna

ABSTRACT

The Islamic headscarf, which is commonly called *hijab*, is a piece of garment that contains multiple dimensions. Its meaning and significance have been contested throughout history, resulting in numerous interpretations that have always been subject to debate, even until today. The apparent emblem of Islam has become more than just a religious duty when Muslim women, especially who actually wear it, give meanings into it with all their agencies.

The purpose of this thesis is to analyze how modern Muslim women participate in the meaning-making of *hijab*. The subject of this research is HijUp.com, a company that claims to be the first and largest Islamic fashion e-commerce in Indonesia, even in the world. By using brand identity and personality approach, this research attempts to see the significance of the visual representations that is shown by HijUp.com. The method used was library study and the data was obtained from private collection, materials in the library, and sources on the internet.

Based on the analysis, it can be concluded that HijUp.com is not only a commercial endeavor, but also carries particular values and principles within its visual representations.

Keywords: *hijab*, visual representations, meaning-making