

ABSTRACT

Halima Aden as the first high-fashion hijabi model has been in the spotlight for the past five years. Being the first hijabi-model on the cover of Vogue magazine and participating in the Fenty beauty campaign are just two of her big achievement. Every cover and advertisement featuring her always has a different intention and market for the viewer or reader. This research would show some of their intention using Hjelmslev semiotica theory, the expression, and content. Expression forms are visible in the object. While content is the content forms that signification resides. Using the descriptive qualitative method that explained the market and purpose featured Halima Aden on the cover of the magazine and the advertisement. Based on all of that this research found the expression and content on the cover of the magazine and the advertisement also why model (in this research Halima Aden) can have their intention and impactful even different approaches to the viewer/reader.

Keywords: Semiotic, Expression, Content, Model, Halima Aden, Advertisement, Magazine, Qualitative Method



ABSTRAK

Halima Aden adalah model “high-fashion” pertama yang menggunakan hijab sudah sering diberitakan selama lima tahun belakangan. Menjadi model hijab pertama di sampul majalah Vogue, serta berpartisipasi dalam iklan Fenty Beauty milik Rihanna hanya segelintir kesuksesan yang berhasil ia raih. Tanpa disadari, setiap sampul majalah dan iklan yang ia bintanginya selalu memiliki maksud dan pasar tertentu baik pada pembaca maupun yang melihat iklannya. Dari penelitian inilah beberapa maksud dan tujuan tersebut dapat ditemukan dengan menggunakan teori semiotika Hjelmslev yaitu ‘Expression’ dan ‘Content’. ‘Expression’ adalah objek yang terlihat, sedangkan ‘content’ merupakan hal yang tersirat. Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yang akan menjabarkan tentang tujuan menggunakan Halima Aden menjadi bintang dalam sampul majalah serta iklan yang ia bintanginya. Berdasarkan hasil penelitian ini pula dapat ditemukan ‘expression’ dan ‘content’ dalam sampul majalah serta iklan yang ia bintanginya serta mengapa model (dalam penelitian ini Halima Aden) dapat mempengaruhi tujuan dan pendekatan tertentu pada pembaca ataupun yang melihat iklannya.

Kata Kunci: Semiotika, Ekspresi, Konten, Model, Halima Aden, Iklan, Sampul Majalah, Metode Kualitatif.

