

BAB IV

Penyajian data, Hasil penelitian dan Pembahasan

A. Paparan Data

1. Sekilas tentang sampo Rejoice dengan Fatin Sydqya

Rejoice didirikan pada tahun 1969, ketika merek Rejoice pertama kali diperkenalkan ke Amerika Serikat. Diperkenalkan ke Singapura, Malaysia, dan Hong Kong pada tahun 1988. Kemudian diperkenalkan ke China, Jepang, dan Indonesia pada tahun 1989. Hingga saat ini, Rejoice telah berkembang dan hadir di seluruh negara Asia Tenggara.



3.1. Gambar Rejoice terdahulu

Misi Rejoice adalah memberi Anda kepercayaan diri untuk mengejar impian dan tujuan Anda tanpa ragu-ragu. Rejoice bertujuan untuk menjaga keindahan, kelembutan dan keharuman rambut anda. Produk Rejoice dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan menggunakan bahan-bahan alami serta memberikan kelembutan dan keharuman yang maksimal. Rejoice meluncurkan sampo “2-in-1” pertama yang memberikan dua manfaat dalam satu botol, menciptakan sampo canggih namun terjangkau dengan konsep “perawatan rambut seperti salon kelas atas”. berkembang dibandingkan

sebelumnya. produk. Kita harus melakukannya sekarang.



Gambar 2. Produk Rejoice Hijab

Nikmati sampo anti ketombe 3-in-1 ini dengan tiga kegunaan dalam satu botol: menyegarkan, lembut untuk rambut, dan anti ketombe. Produk ini terbagi menjadi 3 kemasan yaitu 70ml, 170ml dan 340ml

1. Nikmati sampo anti ketombe yang didalamnya terdapat tiga kelebihan yaitu: Menyegarkan, melembutkan dan menghilangkan ketombe. Produk ini terbagi menjadi 3 kemasan yaitu 70ml, 170ml, dan 340ml. 2.
2. Rejoice Shampoo Perfect Cool 3 in 1 Shampoo dirancang khusus untuk penculik dan memberikan tiga manfaat dalam satu botol: mendinginkan, menenangkan, dan anti ketombe. Penambahan menthol memberikan sensasi sejuk instan dengan

segarnya mint dan aroma floral musk yang tahan lama. Produk ini terbagi menjadi 3 kemasan yaitu 170ml, 340ml, dan 600ml.

3. Nikmati 3-in-1 Perfect Fragrance Shampoo dengan formula khusus Hijaber. Dapatkan tiga manfaat dalam satu botol: menyegarkan, lembut, dan anti ketombe. Aroma bunga mawar yang segar dan menawan dilengkapi dengan wangi bunga Kastri sepanjang hari. Ada tiga kemasan diantaranya 170ml, 340ml, dan 600ml. Rejoice Perfect 3-in-1 Conditioner dengan formula khusus Hijabar yang mengemas tiga manfaat dalam satu botol: kesegaran, kelembutan, dan anti ketombe. Diresapi dengan minyak esensial peppermint, Anda akan langsung merasa segar, dengan aroma bunga mint dan musk menyegarkan yang bertahan sepanjang hari. Produk ini terbagi menjadi 2 kemasan yaitu 170ml dan 320ml 2.

3. Rejoice Hijab 3 IN 1 Advertising Brand Ambassador

Rejoice memperkenalkan Fathin Shidqia Lubis sebagai Brand Ambassador Rejoice Hijab 3 in 1 untuk pertama kali pada tahun 2017. Fatin Shidqia Lubis atau yang lebih dikenal Fatin lahir di Jakarta, 30 Juli 1996. Fatin adalah seorang penyanyi berkebangsaan Indonesia yang merupakan juara dari ajang pencarian bakat X Factor Indonesia musim pertama. Setelah menjuarai ajang tersebut, Fatin mengeluarkan debut single "Aku Memilih Setia" yang langsung menempati posisi 1 di chart I Tunes Indonesia.

Pada acara AMI ke-17 Fatin berhasil mendapatkan 5

penghargaan di antaranya Pendatang Baru Terbaik, Album Pop/Urban Terbaik, Album Terbaik-Terbaik, Penata Musik Pop/Urban Terbaik. Pada tahun 2014 Fatin berhasil menyabet penghargaan The Best Female dalam Hai Reader's Poll Music Awards, serta majalah HAI menobatkan Fatin sebagai "Penyanyi Cewek Indonesia Terbaik 2014" bersama penyanyi Andien, Yura dan Gita Gutawa.



Gambar 3. Fatin Shidqya Lubis sedang memegang shampoo Rejoice

Rejoice Hijab 3-in-1 mengumumkan Fatin Shidqia sebagai *Brand Ambassador* terbarunya pada tanggal

31 Juli 2017. Fatin memperkenalkan *single music* barunya yang berjudul #Hijabisa, sama dengan kampanye yang sedang diusung oleh Rejoice. "Sampo ini didesain khusus untuk para wanita berhijab yang kerap mengalami berbagai permasalahan rambut. Dengan begitu, segala macam masalah rambut tidak akan menjadi hambatan untuk mereka beraktivitas. Selain itu, kolaborasi kami dengan Fatin sebagai *brand ambassador*

juga dirasa sangat tepat, karena kami menganggap Fatin sebagai sosok wanita inspiratif yang dapat menginspirasi hijabers di luar sana untuk terus mengukir prestasi. Dengan kampanye #Hijabisa ini, kami juga berharap wanita berhijab bisa terus berkarya,” tutur Febrina Herlambang selaku Communication Manager P&G Indonesia.

B. Hasil Penelitian

1. Makna semiotika dalam iklan sampo Rejoice karya Fatin Sidqia.

Iklan yang diteliti penulis merupakan iklan 3-in-1 versi hijab “Rejoice Hijab”. Judul iklan berdurasi 1 menit 19 detik tersebut adalah "Hijabisa". Iklan sampo Rejoice Hijab 3 In 1 memuat beberapa lirik yang dilantunkan oleh tokoh utama yaitu Fatin Shidqia sebagai berikut:

"Kamu tidak harus memilih semua yang kamu punya" Teks ini memiliki simbol. Kata-kata tersebut menjelaskan bahwa Fatin Sidqia tidak lagi harus memilih semua yang dimilikinya. Teks-teks ini menjelaskan bahwa Anda tidak akan mempercayai Rejoice dan mencoba sampo lain karena apa pun yang mengandung sampo Rejoice sudah cukup/sempurna untuk rambut Anda. Berikut lirik yang dinyanyikan Fatin Sidqia dalam iklan sampo Rejoice versi HijaBisa.

Lyrik lagu Hijabisa

Tak perlu kupilih semua kupunya
 Dalam satu Rejoice kudapat tiga
 kebbaikannya Karena ku Hijab bisa

Tiga
 kebaikan
 Rejoice
 Buatku
 Hijab bisa

Satu, rambutku kan jadi
 lebih segar Dua,
 lembutnya selalu terasa
 Tiga,
 ketombe
 hilang
 Rejoice 3
 in 1
 Hijab bisa aku Hijab bisa

Satu, rambutku kan jadi
 lebih segar Dua,
 lembutnya selalu terasa
 Tiga, ketombe hilang
 Karena Rejoice Hijab bisa kita Hijab bisa

Iklan Rejoice Rich Shampoo versi Fatin Sydqya dilengkapi gambar, audio, desain iklan, dan warna natural. Inilah tanda-tanda atau simbol-simbol yang ditafsirkan dan dianalisis dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Untuk dapat membaca simbol-simbol dalam iklan, dan khususnya untuk dapat mengenali makna-makna yang diungkapkan secara eksplisit dan implisit, Barthes mengusulkan untuk membaca iklan melalui konsep dua tatanan makna, Saya akan membantu Anda. Makna tingkat pertama merupakan hubungan antara penanda (representasi) dan yang ditandakan (isi), sehingga tingkat pertama disebut juga denotasi. Input adalah karakter yang menggambarkan objek. Makna tingkat kedua

sekarang disebut implikatur. Simbol adalah sesuatu yang diasosiasikan dengan warna, gerak tubuh, objek, dan lain-lain yang mewakili sesuatu selain dirinya sendiri. Makna dan penanda termasuk dalam makna semiotika tingkat pertama. Pada makna tingkat kedua, simbol mengacu pada mitos budaya suatu masyarakat.

6 Tokoh dan tokoh dalam iklan ini meliputi gambaran visual

seperti dialog, latar, warna, dan pakaian. Iklan sampo 'Rejoice' versi Fatin Sidqiya bercerita tentang pengalamannya sebagai artis yang tidak sempat mengeringkan rambut di pagi hari. Ketika Fatin Sidqya mengganti sampo, masalah tersebut tidak lagi mengganggunya. Bagian selanjutnya adalah analisis tanda dan gejala. Citra perempuan berhijab telah mempengaruhi iklan produk seperti Rejoice. Produsen sampo Rejoice mengharuskan wanita mengenakan syal yang:

1. Seperti atraksi.

Daya pikat kecantikan wanita bercadar pada iklan sampo Rejoice secara tidak langsung menandakan bahwa produk ini cocok untuk wanita Indonesia, khususnya yang berhijab. Mencontohkan artis cantik Fatin Sidqia, produser/penyelenggara ingin menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu menarik perhatian penonton serta akting Fatin yang selalu cantik dan segar meski dalam kondisi panas. .

2. Fokus. Wanita berhijab menjadi pusat perhatian. Hal ini untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa Rejoice Rich Shampoo mampu mengeringkan rambut dengan cepat hingga bersih. Keadaan pikiran yang bersih dan segar mempengaruhi suasana hati dan suasana hati yang baik. Sama seperti iklan sampo, Fatin Sidqya yang menggunakan sampo Rejoice 3-in-1 juga terlihat kurang menarik di lokasi.

Kepalanya yang bersih dan menyegarkan membuat suasana hatinya baik dan membuatnya bahagia selama pemotretan.

3. Seperti yang ditunjukkan pada gambar produk. Penggunaan menggunakan ruangan tersebut menyampaikan daya tarik hanya pada satu iklan . dari_ ruangan menyampaikan daya tarik hanya satu iklan . Model - model yang terkenal dan _dan menarik digunakan agar iklan tersebut lebih menarik perhatian masyarakat umum dan pemerintah . menarik_ digunakan untuk membuat iklan lebih menarik masyarakat umum dan pemerintah . Penggunaan bintang iklan terkenal harus menjamin pesan sampai ke sasaran khalayak secara langsung dan menarik perhatian masyarakat. Selain itu ke, seniman yang dipilih sebagai model iklan juga harus beradaptasi dengan itu, produknya agar dapat menciptakan suatu produk . Seniman yang dipilih menjadi model iklan juga harus menyesuaikan dengan sifat produknya agar bisa tampil menciptakan sebuah produk. Penggunaan Fatin Sydqya dalam iklan Rejoice 3 in 1 hanyalah salah satu contoh pesan yang ingin disampaikan oleh pabrikan : bahwa semua wanita berjilbab menarik perhatian dengan melambangkan wanita Indonesia . Iklan Rejoice 3 in 1 hanyalah salah satu contoh pesan yang ingin disampaikan oleh pabrikan : bahwa semua wanita berjilbab menarik perhatian dengan melambangkan wanita Indonesia . hanya Indahnya hati manusia tidak apakah indahnyakarena kebersihan rambut , tetapi juga kesehatan dan kebersihan orang yang bersangkutan . Terkadang merasa resah karena kebersihan rambut , tetapi juga karena kesehatan dan kebersihan orang yang bersangkutan . Ketika rambut dan kepala Anda menjadi bersih dan sejuk, jantung Anda menjadi tidak stabil dan Anda membuat kepala Anda sakit .kamu sakit kepalamu .

Pada adegan kedua, di latar belakang, seorang wanita sedang mencuci pakaian. Dalam adegan ini kita melihat wanita tersebut selesai mencuci dan kehilangan sesuatu, lalu dia ingin mengambil barang yang hilang tersebut sehingga kerudungnya terjatuh. Kemudian wanita itu segera mencoba membetulkan kerudungnya.

Di adegan ketiga, seorang wanita mendekatinya dengan nampan berisi bakso pacarnya. Setelah bertemu temannya, wanita itu duduk di sebelahnya dan meletakkan nampannya. Berfokus memperhatikan temannya, dia tidak menyadari bahwa syal yang dia kenakan berakhir di mangkuk dan terkena saus bakso. Menyadari hal itu, wanita itu tiba-tiba terkejut dan melambaikan jilbabnya pada arak temannya dan menampar wajahnya, tepat di pipi. Mereka berdua terkejut dengan kejadian itu.

Adegan keempat memperlihatkan seorang pria berjaket hijau-hitam dan berhelm mengikuti seorang wanita mengendarai sepeda motor. Setelah sampai di tempat tujuan, wanita itu mencoba membuka helmnya. Saat helm dilepas, diketahui selendang wanita tersebut sudah terlepas. Pria tersebut terkejut melihat hal tersebut dan wanita tersebut mencoba membenahi jilbabnya sambil melihat ke kaca spion motor. Di adegan kelima, seorang wanita sedang berjalan menuruni tangga di sebuah ruangan dengan buku dan ponsel di tangannya. Adegan tersebut menampilkan seorang wanita yang mencoba menggunakan headphone di luar syal yang dikenakannya. Wanita itu berjuang sampai buku di tangannya jatuh. Namun ia tidak menyerah hingga akhirnya berhasil dan mengambil buku yang jatuh

tersebut. Lalu wanita itu tersenyum lebar saat dua temannya menghampirinya, salah satunya adalah Fathin Sidqi. Selain itu, keduanya bernyanyi dan menyampaikan kesan solusi atas masalah yang mereka hadapi di masa lalu. Pada adegan keenam, seorang perempuan berlatar belakang pasar memilih takjil. Tiba-tiba jilbab yang dikenakan wanita itu ditarik oleh seorang anak laki-laki yang sedang dikenakan oleh ibunya.

Pada adegan ketujuh, perempuan tersebut terlihat live di media sosial dengan mengenakan kerudung panjang berwarna abu-abu. Namun dalam siaran langsungnya, banyak yang menyebut penampilan wanita itu terlalu kaku. Dia kemudian mengubah gaya busananya dan mengenakan syal cokelat yang lebih modern yang diikat di belakang. Namun, banyak orang yang mengomentari penampilannya dengan ungkapan-ungkapan yang seolah mencerminkan ketidakpantasan seorang wanita, namun ia tetap tersenyum dan berpose percaya diri di depan kamera.

Pada adegan kedelapan atau terakhir, ditampilkan Fathin bersama empat perempuan yang muncul pada adegan sebelumnya. Dalam adegan tersebut, Fathin menyanyikan jingle iklan Rojoice sambil menari dan mengenakan produk hijab 3-in-1 Rejoice.

C. Pembahasan

1. Makna Semiotik dalam iklan Shampo Rejoice (Analisis semiotic oleh Roland Barthes)

Dengan meminjam semiotika Roland Barthes, maka iklan akan dianalisis berdasarkan pesan yang dikandungnya, yakni:

1. Pesan linguistik (semua kata dan kalimat dalam iklan)
2. Pesan ikonik yang terkodekan (konotasi yang muncul dalam foto iklan yang dapat berfungsi jika dikaitkan dengan system tanda yang lebih luas).
3. Pesan ikonik yang terkodekan (denotasi dalam foto iklan) pada dasarnya lambang dalam iklan terdiri atas dua jenis, yaitu verbal dan non-verbal.

1. Pesan Linguistik

Pesan linguistik adalah semua kata yang ada dalam iklan sampo Rejoice versi “Wanita Berhijab”. Kajian linguistik saat ini mencakup setiap kata dalam lagu Rejoice versi "wanita berhijab ".

Berikut ini lirik lagu dalam iklan sampo Rejoice yang dinyanyikan oleh Fatin Sidqya:

Tak perlu kupilih semua kupunya
 Dalam satu Rejoice kudapat tiga
 kebaikannya Karena ku Hijab bisa

Tiga
 kebaikan
 Rejoice
 Buatku
 Hijab bisa

Satu, rambutku kan jadi
 lebih segar Dua,
 lembutnya selalu terasa
 Tiga,
 ketombe
 hilang
 Rejoice 3
 in 1
 Hijab bisa aku Hijab bisa

Satu, rambutku kan jadi
 lebih segar Dua,
 lembutnya selalu terasa
 Tiga, ketombe hilang
 Karena Rejoice Hijab bisa kita Hijab bisa

Pada adegan kedua iklan sampo "Rejoice Hijab 3 In 1", Fatin berjalan sambil menyanyikan lirik, "Kamu tidak harus memilih semua yang kamu punya." Ia sangat mengandalkan sampo Rejoice Hijab 3-in-1 dan menunjukkan bahwa itu adalah pilihan terbaik untuk rambut berhijab.

Dalam satu Rejoice kudapat tiga kebaikannya	
<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
Kata-kata ini menjelaskan hal itu Dalam satu botol Rejoice Fatin dapat menikmati 3 manfaat Rejoice.	“Kata-kata ini menggambarkan tiga manfaat yang bisa didapat hanya dengan satu sampo Rejoice.

Pada adegan kedua, Fatin juga menyanyikan lirik: "Dengan gembira, aku mendapat tiga keuntungan." Dalam artikel tersebut ia menjelaskan bahwa sebagai wanita berhijab, ada tiga manfaat utama yang bisa didapat dari Rejoice 3 In 1 Shampoo. Minyak esensial peppermint yang sejuk mendinginkan dan melindungi kulit kepala Anda selama cuaca panas. Manfaat yang kedua adalah minyak panas dapat membuat rambut menjadi lembut dan bervolume. Dan manfaat ketiga: ZPT merupakan formula yang memberikan efek positif dalam mengendalikan ketombe.

Pada adegan kedua, Fatin menyanyikan lirik "Karena Aku Bisa Berhijab" dengan dua orang wanita berhijab sedang bermain musik, artinya dengan berhijab aku bisa melakukan apa saja tanpa takut dengan masalah di balik hijab. Pada adegan kedua juga, kita melihat Fatin Shidqia mengundang sekelompok wanita berhijab untuk senam dan basket serta seorang desainer yang melakukan retouching pakaian di sebuah toko. Fatin menyanyikan lirik "Tiga Keutamaan Kegembiraan yang Memungkinkan Saya Berhijab. » Kalimat ini menjelaskan bahwa tiga keutamaan Rejoice dapat membantu wanita berhijab dalam beraktivitas dengan baik tanpa merasa khawatir dengan permasalahan dibalik hijabnya.

2. Pesan iconic (konotasi)

Selanjutnya pesan ikonik terkodekan dalam iklan shampo Rejoice

Adalah sebagai berikut :



<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Penanda)
Pemeran utama, Fatin Shidqia, yang mengenakan pakaian berwarna hijau, berjalan keluar rumah.	“Adegan penutup Fatin adalah wujud atau tingkah laku seorang perempuan keluar rumah. Fatin keluar rumah untuk menutupi area pribadinya dengan mengenakan hijab lengkap. Hal ini biasanya dilakukan oleh wanita muslimah, yaitu. memakai jilbab.”

Pada *scene* ini terlihat Fatin sedang menutup pintu dengan perlahan menandakan ciri seorang muslimah yaitu lemah lembut. Pakaian yang terpasang di badannya pun memperlihatkan ciri has islami seperti pada adegan berikut ini:



3. Pesan simbolik tidak terenkripsi (label)

Langkah kedua dalam menganalisis iklan sampo Rejoice Hijab 3 in 1 adalah pesan simbolik yang tidak diberi kode, seperti terlihat pada cerita di bawah ini. Iklan diawali dengan tokoh utama, Fatin Sidquia, meninggalkan rumahnya dan menutup pintu dengan lembut dengan senyuman indah di wajahnya. Fatin hendak keluar rumah, namun saat itu ia berhenti sejenak dan melihat ke dua arah. Ia melihat sekelompok wanita berjilbab rapi di kepala sedang melakukan berbagai aktivitas. Beberapa orang bermain skateboard, bersepeda, berolahraga pagi, atau bermain basket. Mereka tampak bisa beraktivitas tanpa hambatan meski berhijab. Fatin terus berjalan santai di sekitar rumah sambil memegang hijab di tangannya. Kemudian dia berhenti di depan sebuah rumah kaca, memandang ke cermin di dinding dan tersenyum. Fatin kemudian menyanyikan lagu Rejoice "Aku #hijabisa". Ia kemudian mengundang seorang pemusik berjilbab dan dua orang wanita, yang satu bermain gitar dan yang lainnya bermain drum, untuk menemaninya dan menari bersamanya. Selain itu, sekelompok ibu-ibu yang sedang berolahraga di aula melihat Fatin dan dua ibu lainnya bernyanyi sambil berlari dan ikut bergabung.

Begitu pula dengan sekelompok wanita yang sedang bermain basket dan seorang perancang busana yang sedang menyetrika pakaian yang menempel di patung tiba-tiba ikut bernyanyi. Setelah mereka pergi, mereka sampai di sudut jalan. Pemeran iklan minimalis Rejoice Hijab 3 In 1 terlihat menampilkan dance hijab sambil mengenakan hijab berwarna hijau. Ekspresi mereka begitu antusias hingga mengajak orang lain untuk menari. Tarian yang dibawakannya mewakili lirik lagu “Hijab Bisah”. Di akhir iklan ditampilkan kemasan produk sampo Rejoice Hijab 3-in-1 dengan gambar iklan sebagai backgroundnya. Rejoice 3 In 1 Shampoo hadir dalam dua format kemasan: format botol dan format sachet.

Di bawah ini adalah analisis mengenai penanda dan penanda. Gambar wanita berhijab mempengaruhi produk iklan seperti 'Rejoice'. Pembuat sampo Rejoice menyuruh wanita memakai syal seperti ini:

1. Seperti atraksi. Daya pikat kecantikan wanita bercadar pada iklan sampo Rejoice secara tidak langsung menandakan bahwa produk ini cocok untuk wanita Indonesia, khususnya yang berhijab. Mencontohkan artis cantik Fatin Sidquia, produser/penyelenggara ingin menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mampu menarik perhatian penonton serta akting Fatin yang selalu cantik dan segar meski dalam kondisi panas.
2. Fokus. Wanita berhijab menjadi pusat perhatian. Hal ini untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa Rejoice Rich Shampoo mampu mengeringkan rambut dengan cepat hingga bersih. Keadaan pikiran yang bersih dan segar mempengaruhi suasana hati dan suasana hati yang baik. Mirip dengan iklan sampo, Fatin Sidqya yang menggunakan sampo Rejoice 3-in-1 juga terlihat kurang menarik di lokasi. Kepalanya yang bersih dan

menyegarkan membuat suasana hatinya baik dan membuatnya bahagia selama pemotretan.

3. Seperti yang ditunjukkan pada gambar produk. Penggunaan ruang menentukan daya tarik setidaknya satu iklan. Menggunakan model yang terkenal dan cantik akan membuat iklan Anda menarik perhatian masyarakat dan pemirsa. Penggunaan bintang iklan terkenal harus menarik perhatian masyarakat dan menjamin pesan sampai ke sasaran khalayak secara langsung. Selain itu, seniman yang dipilih sebagai model periklanan juga perlu beradaptasi dengan sifat produk agar dapat menciptakan citra produk.

2. Pesan dakwah Dalam Iklan Shampoo Rejoice 3 in 1

Dalam iklan sampo Rejoice 3 in 1, Fatin menyanyikan lirik “Karena Aku Bisa Berhijab” dengan diiringi dua orang wanita berhijab yang sedang bermain musik, artinya dengan berhijab, aku bisa melakukan apa saja tanpa takut dengan masalah di balik hijab. Berpesan kepada seluruh muslimah untuk tidak khawatir dengan rambutnya jika harus berhijab untuk menutupi auratnya.

Pada adegan kedua, Fatin juga menyanyikan lirik “di Rejoice I get three benefit”, dalam lirik tersebut Ia menjelaskan, dalam Rejoice 3 In 1 Shampoo Fatin, selain itu, wanita berhijab juga bisa mendapatkan tiga manfaat utama dalam hal ini. sampo. Dingin. Menthol dapat membantu menjaga kulit kepala tetap sejuk dan melindungi kulit dari panas. Keuntungan kedua, minyak panas membantu rambut lembut dan bervolume. Dan keunggulan ketiga, ZPT merupakan formula yang memiliki efek positif dalam melawan ketombe. Pada adegan kedua, Fatin juga menyanyikan lirik “Karena Aku Bisa Berhijab” dengan dua orang wanita berhijab sedang memainkan

musik, artinya dengan berhijab aku bisa melakukan apa saja. ? Liriknya menjelaskan bahwa 3 manfaat utama Rejoice dapat mendorong wanita untuk berhijab dapat melakukan aktivitas apapun tanpa mempengaruhi rambutnya, jadi pesan dakwah yang terdapat dalam iklan ini adalah *perintah berhijab menutupi aurat*.

Kata-kata ini dalam iklan sampo Rejoice menekankan kata-kata sebelumnya. Kata-kata tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa ketiga manfaat yang terkandung dalam Rejoice membantu mereka yang menggunakannya untuk sukses menjalankan aktivitasnya.

Pada adegan kedua juga dalam iklan tersebut, Fatin Shidqia terlihat mengajak sekelompok wanita berhijab untuk senam dan latihan bola basket dan seorang desainer sedang menyimpan pakaian Li di toko Fatin sambil menyanyikan lirik lagu "Tiga hal baik tentang Bersukacitalah bagiku, berhijab". bisa", kalimat ini menjelaskan bahwa tiga keutamaan Joyfulness dapat membantu wanita berhijab tampil baik dalam aktivitas apapun tanpa harus khawatir dengan masalah di balik hijabnya.

Ekspresi Fatin pada adegan selanjutnya saat berada di tengah kerumunan menunjukkan bahwa seseorang harus selalu menularkan energi positif kepada orang lain. Oleh karena itu, kebahagiaan juga tercipta bagi mereka yang pandai tertawa dan memiliki semangat. Dalam adegan tersebut terlihat jelas aksesoris yang dikenakan Fatin, yakni kalung di lehernya. Sementara itu, jadi pesan dakwah berikutnya dalam iklan ini bahwa sebagai seorang muslimah, *sebaiknya Anda tidak memamerkan perhiasan..*

Adegan selanjutnya memperlihatkan ekspresi sang tokoh utama dengan gembira menyanyikan lagu hijab bisa. Begitu pula dengan para pemeran pendukung yang juga asyik jalan-jalan bernyanyi setelah diajak oleh Fatin Shidqia. Hal ini

menandakan bahwa ekspresi ceria seperti yang dilakukan Fatim mampu menyampaikan kebahagiaan kepada orang lain. Teknik pembingkaiian gambar dalam adegan ini adalah medium knee shot, dan teknik foto grup adalah pembingkaiian gambar dari ujung kepala sampai ujung kaki. Tujuannya untuk menyiarkan gerak tubuh para tokoh saat memainkan lagu Aku Hijab Bisa. Pilihan sudut pandang untuk foto adalah standar. Pengaturan fotografi dalam hal ini adalah posisi kamera yang berdekatan dengan objek yang difoto. Tujuannya adalah menyampaikan secara jelas melalui ekspresi dan bahasa bawahan. Sedangkan pesan dakwah selanjutnya *agar selalu bersikap ceria menampakkan aura positif pada orang lain.*