

## **Halima Aden Muslimah dalam Industri Mode Dunia**

**M. Al Qautsar Pratama<sup>1</sup>, Zulfan Nabrisah<sup>2</sup>, Za'imatil Ashfiya<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Sejarah Peradaban Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, INDONESIA.

<sup>2,3</sup>Program Studi Ilmu al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, INDONESIA.

\*Corresponding Author Designation

DOI: <https://doi.org/10.30880/ahcs.2021.02.02.010>

Received 18 November 2021; Accepted 20 December 2021; Available online 31 December 2021

**Abstrak:** Kerjaya peragaan Halima Aden morekot menjadi tumpuan umum apabila dia bertanding di Miss Minnesota USA dengan memakai burkini. Aden direkodkan sebagai muslimah berhijab pertama menyertai acara itu dan berjaya masuk ke 15 kedudukan teratas. Halima bukan satu-satunya Muslimah yang pernah menyertai pertandingan ratu cantik Miss USA. Pada 2010 Rima Fakih mencipta sejarah sebagai keturunan Arab pertama memenangi pertandingan itu. Selepas peraduan itu, Halima berjaya mendapat kontrak peragaan dengan pelbagai jenama di seluruh dunia. Bagaimanapun, pada November 2020 dia membuat keputusan besar untuk berhenti daripada industri model yang diceburinya sejak tiga tahun lalu. Keputusan Aden itu tiba-tiba menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat. Tidak sedikit yang membulunya di media sosial kerana keputusannya itu, namun banyak pujian daripada segelintir netizen yang mengatakan Halima sangat menghargai tudung sebagai identiti yang tidak boleh dipisahkan daripadanya. Ramai yang berharap Aden akan terus menjadi diri sendiri dan memberi inspirasi terutama kepada belia di kem pelarian.

**Kata kunci:** Halima Aden, Muslimah, Industri Mode

**Abstract:** Prejudice is a trait that should be avoided when establishing social community relations with multi-religious communities. There are also some people who think that individuals or groups who hold fast to their religion invite danger to other religions, whereas individuals or groups who hold fast to religion and practice the right practices as taught in their respective religions are people who respect the religion of others and will also make the people around you happy. The various prejudices that have arisen will to some extent erode the inter-religious community relations. The analysis of previous studies was done to identify the social relations between religions according to the Quran, and both to identify the social relations between religions according to the Bible text. Next, this study was conducted to

analyze the social relationship between religions according to the text of the Qur'an and the Bible. In this study qualitative research method is used by examining previous studies or known as data collection method. Data were collected and analyzed with reference to past sources related to inter-religious community relations. The results of previous studies can explain that each religion has its own religious text and even the content in the book also records social matters between fellow religions and different religions. Therefore, the noble values taught by each religion if practiced will form individuals and communities with a noble personality and create harmony in the life of society.

**Keywords:** Halima Aden, Muslimah, Industri Mode

## 1. PENDAHULUAN

Industri *fashion* dewasa ini sudah menjadi salah satu komoditi bisnis yang menjanjikan. Hal ini terlihat daripada inovasi terhadap cara berpakaian semakin berkembang setiap tahunnya. Menurut data The State of Fashion Report (2019) sekitar 300 juta orang di seluruh dunia bekerja dan menghasilkan uang dari industri ini dan menyumbang sekitar 1.3 juta dolar pada PBD global secara keseluruhan [1]. Data tersebut memperkuat anggapan bahawa industri *fashion* telah mewakili kekuatan ekonomi yang signifikan dan pendorong substansial terhadap kehidupan ekonomi manusia. Industri ini berjalan di pasar yang sangat bersaing dan didominasi oleh kehadiran merk global. Dalam beberapa tahun terakhir, meskipun terjadi krisis keuangan mendalam dalam dekade terakhir, industri *fashion* telah mencapai pertumbuhan yang cepat dan telah mengalami perubahan yang luas.

Globalisasi yang pesat disertai dengan perkembangan media sosial yang berkembang pesat dan tidak dapat dibendung. Industri fesyen berpeluang memenuhi keperluan semua generasi, bukan sahaja golongan muda tetapi pada masa yang sama kanak-kanak dan orang tua. Strategi perniagaan dan pendekatan pemasaran diperlukan dalam industri ini bagi memenuhi keperluan pengguna khususnya golongan milenial. Ketidakpastian ini didorong oleh ketidakstabilan geopolitik dan ekonomi, yang telah menjejaskan pasaran sejak krisis ekonomi dan kewangan pada tahun 2008 [2].

Bercakap mengenai perkembangan pesat industri fesyen tidak boleh dipisahkan daripada kaedah pemasaran untuk menarik seramai mungkin pengguna. Sejak beberapa tahun kebelakangan ini, pengguna semakin menuntut harapan yang tinggi untuk produk fesyen berkualiti pada harga yang rendah. Pengguna juga cenderung memilih gaya pakaian mengikut personaliti masing-masing, oleh itu syarikat fesyen perlu memahami cara menawarkan produk dan pengalaman yang akan dianggap unik oleh mereka. Perkara ini dipersetujui oleh syarikat fesyen yang menyahut cabaran ini dengan mengikut trend pengguna, sama ada dengan mengembangkan portfolio produk mereka menjadi lebih multistyle, salah satunya adalah pakaian Muslim. Pemilihan kepelbagaian pakaian seperti ini membuatkan pengguna lebih berminat untuk membeli produk keluaran syarikat.

Jenama pakaian terkenal dunia seperti Chanel, Victoria Secret, Hermes telah banyak melakukan inovasi bukan sahaja dalam variasi fesyen setiap tahun malah turut memfokuskan cara menarik perhatian peminat fesyen melalui model yang berada di luar kebiasaan fesyen biasa. Permodelan adalah satu profesion yang diduduki oleh wanita yang menjadi 'ketua' dalam perniagaan pemasaran produk pelanggan. Peningkatan bilangan wanita yang ingin menceburi profesion peragaan merupakan satu perkara yang menarik untuk kajian lanjutan.

## 2. PEMBAHASAN

## Hijab Dan Identiti Diri Muslimah

Definisi hijab menurut ulama masih dalam pelbagai bahagian. Ini bertolak dari pemahaman yang berbeza tentang ayat berkaitan hijab iaitu surah al- Ahzab ayat 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزُوجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

“Hai Nabi, Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri orang mukmin: "Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka". yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Sebagian mengatakan bahawa hijab adalah kain yang menutup dari kepala sampai dada, atau yang sering dipakai adalah istilah kerudung. Pendapat lain mengatakan harus terjulur dari kepala ke seluruh tubuh sebagaimana disebutkan dalam surat al-Nur ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ ۗ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ ۗ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah Menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita Islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung”.

Malah ada pendapat yang mengatakan bahawa maksud hijab adalah pakaian yang terhormat, jadi tidak mengapa jika tidak menutup kepala asalkan pakaian itu terhormat dalam konteks masyarakat tersebut, perkara seperti itu sudah boleh dikatakan menjadi hijab.

Perkara di atas kemudiannya menimbulkan gaya pakaian yang berbeza bagi setiap wanita Islam, bergantung kepada tempat tinggal mereka dan pendapat ulama mana mereka berorientasikan. Maka tidak asing lagi jika ada pihak yang memilih untuk tidak bertudung - asalkan masih berpakaian sopan / terhormat - sehinggalah mereka yang bertudung dilihat dalam majoriti masyarakat Islam Timur Tengah.

Penggunaan pelbagai model tudung dewasa ini mempunyai kebaikan dan keburukan dalam pandangan Islam, kerana Islam adalah agama yang lengkap di mana terdapat peraturan dan jalan penyelesaian bagi semua aspek kehidupan manusia termasuklah cara menggunakan tudung sebagai alat menutup aurat. . Di beberapa negara Islam, pakaian seperti hijab dikenali dengan beberapa istilah lain, seperti: chadar di Iran, Pardeh di India dan Pakistan, Milayat di Libya, Abaya di Iraq, Charsaf di Turki, Burqah di Afghanistan dan Hijab di beberapa Arab- Negara Afrika seperti Mesir, Sudan dan Yaman. Di Indonesia sendiri istilah tudung merujuk kepada penutup kepala yang menutupi rambut, leher dan

dada (dalam istilah Arab disebut khimar). Hijab sebagai pakaian muslimah telah diterima oleh masyarakat luas.

Perkembangan trend fesyen tudung dengan pelbagai model, gaya dan material mendorong muslimah menjadikan tudung sebagai pilihan pakaian harian. Muslimah bebas memilih model dan material tudung yang ingin dipakai. Model tudung boleh didapati di pelbagai pusat membeli-belah, pasar tradisional, kedai atau kedai pakaian. Jika anda berjalan-jalan di pusat beli-belah, tidak jarang melihat sekumpulan muslimah berjalan-jalan dengan memakai pakaian berjenama yang sangat bergaya dan berhijab. Itu adalah fenomena biasa hari ini. Semakin ramai muslimah yang secara sedar berhijab. Memang sukar untuk mengukur niat atau motivasi mereka, tetapi sekurang-kurangnya dengan berhijab mereka telah mengesahkan identiti mereka sebagai seorang Muslim [3].

Kebangkitan fesyen hijab telah memberi peluang untuk mentakrifkan semula simbol Muslim. Fesyen tudung ini selari dengan kebangkitan hijabista yang semakin meningkat “Wanita Islam yang berpakaian bergaya dan/atau mereka pakaian yang bergaya, walaupun mereka menjurus kepada apa yang ditentukan agama mereka dari segi pakaian [4]. Menurut Ghani (2011), wanita Islam hari ini mempunyai lebih banyak pilihan fesyen dan gaya berbanding sebelum ini, sesuai dengan kehendak kebangkitan media fesyen Muslim, blog, pereka dan peruncit. Wilson (2012) merumuskan bahawa trend fesyen tudung setakat ini adalah menawarkan pakaian yang longgar dengan menghubungkan masyarakat tempatan dengan menghasilkan pakaian tudung yang sesuai dengan istilah budaya Muslim. Dan mengembangkan tawaran ini secara global untuk menanti pengguna Muslim di seluruh dunia. Trend fesyen tudung hari ini berusaha untuk memodenkan gaya bersahaja sambil mengekalkan intipati pandangan tradisional dan budaya. Fesyen ini memberikan rasa yang menyerlahkan keanggunan dan kecergasan kontemporari, dan ia mencipta gaya dan trend baharu untuk wanita Islam yang menggabungkan fesyen dengan Islam..

Trend hijab kontemporari melindungi kesopanan seseorang dengan gabungan ekspresi diri, dan diilhamkan oleh trend terkini dalam fesyen arus perdana. Fesyen hijab diindividukan melalui pelbagai gaya pemakaian tudung. Peluang untuk mentakrifkan semula simbol wanita Islam dalam pembangunan hijabista masih belum ditemui. Selama bertahun-tahun, fesyen tudung telah berkembang untuk memasukkan wanita Islam dalam gaya arus perdana, tetapi faktor yang mempengaruhi fesyen tudung selain agama masih belum ditemui. Di Malaysia, wanita Islam masih berpegang kepada syariat Islam ketika membuat trend fesyen. Dalam era maklumat mudah diakses melalui media sosial, wanita Islam moden dengan mudah mengikuti trend terkini dunia. Walaupun lebih trendy dan improvisasi, bentuk atau penggunaan pakaian tudung kini boleh diterima, ia tidak boleh melanggar konsep tudung yang sebenarnya agar ajaran Islam tidak disalahertikan..

Walaupun dalam kenyataan, identiti muslimah berupa pemakaian hijab (semua istilah Islam dapat ditemukan di glosarium) dan bentuk lainnya dari pakaian Islami telah menjadi isu yang banyak dibahas dan menjadi hal yang kontroversial. Hal ini tidak terlepas dari serangkaian kejadian buruk yang membawa nama “Islam”. Katakanlah, sejak saat penghancuran World Trade Center pada tanggal 11 September 2001, konflik Irak pada 2003. Selanjutnya pada akhir tahun 2003, dan awal tahun 2004, dunia pun menjadi saksi undang-undang Prancis yang melarang pemakaian jilbab di bidang tertentu dan diskusi dan debat yang melingkupinya serta pemboman London pada 7 Juli 2005 [5].

### **3. Biografi Halimah Aden**

Halima dilahirkan di Kakuma, sebuah kem pelarian di Kenya, selepas keluarganya melarikan diri dari perang saudara di Somalia. Dia tinggal di sana selama tujuh tahun bersama ibu bapanya sebelum pergi ke Amerika Syarikat dan menetap di Minnesota. Walaupun dia bertutur dalam bahasa Somalia dan Swahili, Halima didorong ke dalam sistem sekolah bahasa Inggeris yang sama sekali tidak mempunyai kurikulum perendaman bahasa. Walaupun ini nampaknya merugikan, Halima dengan pantas menyesuaikan diri dengan penempatan kelas Bahasa Inggeris yang lebih tinggi di sekolah menengah mengatasi prestasi rakan sekelasnya dan menunjukkan ketangguhan yang telah menjadikannya seorang yang kuat seperti sekarang. Kehadirannya yang memberi inspirasi, sudah tentu, hanya bermula di sekolah menengahnya di St. Awan, MN.

Aden pertama kali menjadi tajuk berita selepas bertanding dalam pertandingan ratu Miss USA negeri, memakai tudung dan burkini untuk pertandingan pakaian renang pertama dalam sejarah acara itu selama 65 tahun. Dia menamatkan di antara 15 finalis teratas, dan persembahannya menarik perhatian Carine Roitfeld, yang merekrutnya untuk muncul dalam editorial pertama Aden. Walau bagaimanapun, kulit CR Fashion Book mengejutkan Aden dan menandakan permulaan kerjayanya sebagai model.



**Gambar 1. Halima Saat Berkompetisi di Miss Minesotta USA**

Sejak itu, dia sudah mulai diliput oleh *Vogue Arabia*, *Vogue Inggris*, *Vogue Remaja*, *Grazia UK*, *S Moda* dan *Allure*, di mana publikasi tersebut menggembar-gemborkannya sebagai kecantikan serba Amerika, sebuah pengakuan penting bagi komunitas Muslim Amerika. Kredit editorial Aden juga termasuk *Harper's Bazaar* and *Glamour*, dan dia muncul di catwalk untuk Yeezy, Alberta Ferretti, Max Mara, Philipp Plein dan *Dolce & Gabbana*. Rihanna mengajaknya untuk tampil dalam kampanye merek kecantikan inklusifnya, *Fenty Beauty*.

Halima telah menjadi muka depan majalah terkenal dunia seperti *Vogue Arabia* dan *Allure* di mana penerbitan itu menggembar-gemborkan dia sebagai seorang wanita cantik seluruh Amerika, satu pengiktirafan penting masyarakat Islam Amerika. Kredit editorial untuk Halima juga termasuk *Harper's Bazaar* dan *Glamour*, dan dia muncul di landasan untuk Yeezy, Alberta Ferretti dan Max Mara. Baru-baru ini, penghibur Rihanna mengambil kesempatan daripada kecantikannya yang berseri-seri untuk muncul dalam kempen jenama kecantikannya yang inklusif, *Fenty Beauty*.

Terlepas dari kesuksesan meteorik yang telah dikumpulkan Halima tetap rendah hati dan membuat orang-orang yang dia temui merasa kagum. Bukan hanya karena sifatnya yang jarang ditemukan di antara kebanyakan orang berusia 20 tahun, tetapi juga karena sifatnya yang begitu.

Halima saat ini bekerjasama dengan UNICEF dan suatu saat berusaha menjadi Duta Besar PBB untuk kembali ke Kenya dan memberikan harapan baru kepada pengungsi. Ketika dia tidak bekerja atau belajar untuk kuliahnya, dia memilih menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman-teman di sofa untuk menikmati tontonan serial televisi di Netflix.

#### 4. Kontroversi Model Burkini Muslimah

Burkini pertama kali dikenalkan oleh Aheda Zanetti pada tahun 2004 seorang keturunan Australia-Yordania. Konsep pakaian ini menggabungkan antara burqa dan bikini tujuannya adalah untuk menutupi tubuh ketika berenang dipantai atau dikolam renang hal ini menjadi alternatif baru bagi muslimah yang ingin menggunakan bikini tapi masih tertutup. Selain itu dengan adanya burkini dapat meningkatkan pilihan wanita muslim untuk menikmati olahraga dan budaya pantai [6]. Pada tahun 2007 sebuah organisasi nirlaba bernama *Surf-Life Saving* berkerja sama dengan perusahaan milik Zanetti untuk membuat pakaian renang yang sesuai standar. Sasaran projek ini adalah untuk mendiversifikasi penjaga pantai Australia dengan memasukkan muslimah wanita yang sebelumnya dibatasi oleh pakaian renang [7].

Sejak 2008, Zanetti mengklaim telah menjual lebih dari 700.000 garmen di seluruh dunia [8]. Meskipun perusahaan lain telah menciptakan garmen yang mirip dengan burkini namun tetap perusahaanya adalah pelopor populernya istilah burkini. Pada perkembanganya burkini menimbulkan pro dan kontra di masyarakat bahkan sukses membuat masalah besar bagi wanita muslim yang memakainya.kontraversi penggunaan burkini terjadi di berbagai belahan dunia termasuk dikalangan bangsa eropa dan timur tengah.

Pada tahun 2016 lima belas walikota Prancis melarang pemakain burkini atas dasar akan menghapus nilai nilai sekulerisme yang sudah lama ada di Prancis selain itu pemerintah Prancis mengklaim bahwa burkini sebagai provokasi dari islam yang mengancam identitas Prancis [9]. Kontroversi ini berlanjut terjadi di Portugal. Dimana, dua wanita asal Inggris dilempar ke kolam renang karena menggunakan burkini. Menurut salah satu staf kolam, penggunaan burkini tidak diterima di budaya Portugal dan seharusnya mereka menggunakan pakaian renang sesuai ketentuan yang berlaku di kolam renang tersebut. Ditahun yang sama di kota Jenewa melarang penggunaan burkini dikolam renang melalui undang-undang baru yang sesuai dengan ketentuan pakain renang untuk Wanita [10].

Pada tahun 2019 Halima Aden menjadi model pertama yang mengenakan hijab dan burkini untuk artikel pakaian renang tahunan di majalah olahraga mingguan, *Sport Illustrated*. Melalui unggahan di Instagram [11], *Sports Illustrated* menegaskan Halima sebagai perempuan pertama yang memakai hijab dan burkini di sampul dan halaman dalam.



**Gambar 2. Halima Mengenakan Burkini di Majalah Sports Illustrated**

Penggambaran wanita yang dilahirkan pada 19 September 1997 itu berlangsung di pinggir Pantai Watamu, Kenya. Perkara ini segera menjadi kontroversi apabila Halima menerima ugutan bunuh daripada kumpulan Islam radikal yang beranggapan Halima bukanlah wanita Islam contoh kerana pakaian burkini tidak mengikut ajaran agama dan cenderung berkempen untuk gaya hidup bebas.

### **5. Dilema Aurat Dan Karir Modeling**

Halimah membuat keputusan besar dalam kerjaya peragaan yang telah mencipta namanya. Halima secara rasmi meletak jawatan daripada bidang peragaan melalui siaran di media sosial pada November 2020. Langkah ini menyebabkan pro dan kontra apabila kerjayanya berada di kemuncak tetapi memutuskan untuk bersara daripada dunia fesyen yang gemerlapan. Sebagai model berhijab, Halima memang selektif dalam berpakaian [12]. Pada awal kerjayanya, dia akan membawa beg pakaiannya sendiri yang penuh dengan tudung, gaun panjang dan skirt ke setiap sesi pemotretan. Dia memakai tudung hitam polosnya sendiri untuk kempen pertamanya untuk Rihanna's Fenty Beauty.

Hijab adalah hidup Halima, dari berbagai macam panggung catwalk, pemotretan bahkan iklan dia tetap konsisten mengenakan hijab dan itu tidak bisa ditawar. Pada saat diliput oleh media BBC Halima dengan jelas mengatakan bahawa hijab sangat berarti baginya "Ada gadis-gadis yang ingin mati demi kontrak model," katanya, "tapi aku siap pergi jika tidak diterima". Hijab adalah identitas bagi Halima, jika seseorang telah menemukan identitas diri maka besar kemungkinan ia akan menyadari ciri-cira khas kepribadiannya, seperti kesukaan, keyakinan, aspirasi, dan orientasi hidupnya. Identiti hijab Halima dapat dikatakan tidak hanya identiti diri namun mewakili kelompok sosialnya. Menurut Tajfel (1982), identiti sosial adalah sebahagian daripada konsep sendiri seseorang yang datang daripada pengetahuan mereka tentang keahlian dalam kumpulan sosial bersama-sama dengan nilai dan kepentingan emosi keahlian tersebut [13].

Pada tahun terakhir kerjayanya, tudungnya semakin mengecil, kadangkala menyerlahkan leher dan dadanya [14]. Dan kadang-kadang daripada bertudung, dia membalut seluar jeans, atau pakaian dan kain lain, di sekeliling kepalanya. Aden berkata kerana pekerjaannya, dia kadang-kadang tidak dapat solat atau tidak memakai tudung dengan sempurna. Keadaan ini menyebabkan dia berasa tidak selesa dan oleh itu memutuskan untuk menarik diri daripada peragaan.



**Gambar 3. Halima Cover Majalah Vouge Arabia**

Keputusan Halima untuk menamatkan kerjaya peragaannya didorong oleh dorongan keluarganya. Semasa kanak-kanak di kem pelarian Kakuma, di barat laut Kenya, dia diajar oleh ibunya untuk bekerja keras dan membantu orang lain. Dan ini berterusan selepas mereka berpindah ke Minnesota, ketika Halima berumur tujuh tahun, menjadi sebahagian daripada komuniti Somalia terbesar di AS. Dan kemudian, sangat mengecewakan ibunya, Halima memilih untuk meneruskan kerjaya dalam model kerjaya yang ibunya katakan bertentangan dengan siapa Halima sebagai seorang: hitam, Islam, pelarian., ibunya masih mendorongnya untuk “mendapatkan pekerjaan yang layak”. Kerana menurut ibunya, peragaan tidak selari dengan kepercayaan yang selama ini diyakini oleh Halima dan keluarganya [15]. Misi Halima sebagai duta UNICEF adalah untuk meningkatkan kesedaran tentang kanak-kanak yang diabaikan, dan untuk menunjukkan kepada kanak-kanak bahawa jika dia boleh keluar dari kem pelarian, mereka boleh berharap untuk melakukan perkara yang sama suatu hari nanti [16].

## **6. Penutup**

Istilah Hijab dalam kalangan ulama Islam masih mengalami pemahaman yang berbeza. Ini menyebabkan pelbagai cara pemakaian wanita Islam di seluruh dunia, bergantung kepada konteks dan budaya masyarakat di mana mereka hidup. Halima Aden muncul sebagai model fesyen Muslim menyediakan ruang tersendiri dalam segmen pasaran industri fesyen. Halima telah merasai catwalk pertunjukan fesyen dunia seperti Minggu Fesyen Paris, Minggu Fesyen New York dan pernah menjadi hakim dalam pelbagai acara kecantikan bertaraf dunia.

Kerjaya Halima melonjak apabila muncul dalam iklan produk solekan milik penyanyi terkenal Rihanna Fenty Beauty. Menjadi model berhijab, berkulit hitam, pelarian dan pendatang adalah satu bebanan buat Aden. Di tengah-tengah kerjayanya yang melambung tinggi, Halima mengambil keputusan untuk bersara daripada dunia peragaan. Keputusan ini diambil atas pertimbangan faktor kepercayaan Halima sebagai seorang muslimah. Selain itu, dorongan kuat daripada keluarga turut membuatkan Aden mengambil keputusan untuk menamatkan kerjayanya.

Pada masa akan datang, Halima berharap dapat terus memberi inspirasi kepada ramai kanak-kanak di kem pelarian untuk mempunyai harapan untuk masa depan yang lebih baik. Bekerja dalam bidang



kemanusiaan akan menjadi masa depannya. Malah, dia secara rasmi mengumumkan bahawa dia akan mengambil bahagian dalam pertandingan ratu cantik Miss Universe yang mewakili negara asalnya Somalia.

### Penghargaan

Penulis mengucapkan jutaan terima kasih kepada Pusat Pengajian Umum dan Kokurikulum, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM) atas sokongan sehingga penulisan ini dapat diterbitkan.

### Rujukan

- [1] BOF Mckinsey. *The State of Fashion Report 2019*. Di Akses On 25 Januari 2021.
- [2] Mulhern, F. (2009). Integrated marketing communications: From media channels to digital connectivity. *Journal of marketing communications*, 15(2-3), 85-101.
- [3] Slininger, S. (2014). Veiled women: Hijab, religion, and cultural practice. *Historia*, 68-78.
- [4] Awalia, Noor, Agus Triyono, and U. S. Nur Latifah. (2016). *Jilbab dan Identitas Diri Muslimah Studi Kasus Pergeseran Identitas Diri Muslimah di Komunitas Solo Hijabers Kota Surakarta*. Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta, pg. 23.
- [5] Hassan, Siti Hasnah, And Harmimi Harun. (2016). "Factors Influencing Fashion Consciousness in Hijab Fashion Consumption Among Hijabistas." *Journal Of Islamic Marketing*.
- [6] Hickey, Katherine Anne. (2017). "*The Burkini Buzz: Exploring French National Identity Discourse Through Social Media*." Pg. 25.
- [7] Mike. 'Burkini' Inventor Says Sales Have Skyrocketed on Heels of Controversy." The New York Times. <https://www.nytimes.com/2016/08/25/world/australia/burkini-ban-france-ahedazanetti.html>. Di akses 6 Februari 2021.
- [8] The Surprising Australian Origin Story of the 'burkini.'" Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/08/17/the-surprising-australian-origin-story-of-theburkini/>. Di akses 6 Februari 2021.
- [9] Latham, L. (2016). France: Sexist burkini ban based on Islamophobia. *Green Left Weekly*, (1108), 20.
- [10] Hickey, Katherine Anne. (2017). "*The Burkini Buzz: Exploring French National Identity Discourse Through Social Media*."
- [11] Halima Aden, Muslimah Pertama yang Pakai Burkini di Sampul Majalah Sports Illustrated. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3953543/halima-aden-muslimah-pertama-yang-pakai-burkini-di-sampul-majalah-sports-ilustrated>. Diakses 6 Februari 2021
- [12] Muslim model Halima Aden who quit the runway because it 'compromised her religion. <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-9172881/Halima-Aden-reveals-quit-modelling-forced-compromise-religion.html>. Diakses 2 Februari 2021
- [13] Utami, Fransisca Nurmalita Hapsari, And Betty Yuliani Silalahi. (2013). "*Hubungan Antara Identitas Sosial Dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Virtual Kaskus Regional Depok*." *Prosiding PESAT 5*, pg.93.
- [14] Supermodel Halima Aden: 'Why I quit'. <https://www.bbc.com/news/stories-55653029>. Di akses 2 Februari 2021.

- [15] Supermodel Halima Aden: 'Why I quit'. <https://www.bbc.com/news/stories-55653029>. Di akses 2 Februari 2021.
  
- [16] Hijab-clad supermodel quits modelling, calls it. <https://timesofindia.indiatimes.com/life-style/fashion/buzz/hijab-wearing-supermodel-quits-modelling-calls-it-mentally-damaging/articleshow/80328296.cms>. Diakses 1 Februari 2021.