

ABSTRAK

Advertising Ustad Maulana Telkomsel version published in television by introducing promo telkomsel card products during pilgrimage activities. For Muslims, Pilgrimage Worship is a ritual sacred highly anticipated trip and for anyone who would carry a religious experience. Umrah current communication is increasingly comfortable, no need manual settings and replace the card. Customers can still communicate with family and relatives in Indonesia during Umrah Worship With competitive rates and international roaming in cooperation with all operators in Saudi Arabia brings the ease and convenience of communicating.

Religious leaders who entered into the realm of the advertising industry as a commercials and religious leaders, in which religious leaders participate inform Telkomsel card products. Ustadz maulana known by audiences in conveying the message of religious knowledge is now presented by Telkomsel card products in the process of giving the news to the families and relatives in Indonesia when the pilgrims were doing pilgrimage.

The purpose of this study was to determine the "text" in the ad telkomel maulana cleric version of the hidden myths and ideologies that accompany it.

The research methods that researchers captured using Roland Barthes' semiotic analysis which assumes that ideology exists because there culture. So, we need a myth as the basis of meaning signifier and signified in a sign of a variety of messages conveyed both verbally and non-verbally.

The research and discussion that researchers find is any form of myths generated in mythology bringing ideologi kapitalisme who profited as much as possible from the process of confidence in religious leaders.

ABSTRAK

Iklan Telkomsel versi Ustadz Maulana yang dipublikasikan di televisi dengan memperkenalkan promo produk kartu telkomsel semasa kegiatan ibadah umroh. Bagi umat muslim, Ibadah Umroh merupakan ritual perjalanan suci yang sangat dinantikan siapapun dan bagi yang melaksanakannya akan memperoleh pengalaman spiritual. Komunikasi telepon dengan menggunakan produk kartu telkomsel saat umroh kini semakin mudah, tidak perlu setting manual dan ganti kartu. Pelanggan tetap dapat berkomunikasi dengan keluarga maupun kerabat di Indonesia selama Ibadah Umroh dengan tarif yang kompetitif dan bekerjasama international roaming dengan seluruh operator di Arab Saudi menghadirkan kemudahan serta kenyamanan dalam berkomunikasi.

Pemuka agama yang masuk ke ranah industri periklanan sebagai seorang bintang iklan mencakup pemuka agama, dimana pemuka agama ikut serta menginformasikan produk kartu telkomsel. Ustadz maulana yang dikenal oleh khalayak sebagai seorang penceramah dalam menyampaikan ilmu agama kini menyampaikan pesan iklan yang dibawakan produk kartu telkomsel dalam proses pemberian kabar kepada keluarga dan sanak saudara di Indonesia ketika jamah tersebut sedang melakukan ibadah umroh.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui “teks” dalam iklan telkomel versi ustadz maulana tentang mitos-mitos yang tersembunyi serta ideologi yang menyertainya.

Adapun metode penelitian yang diambil peneliti yaitu menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang menganggap bahwa ideologi ada karena kebudayaan ada. Sehingga diperlukan mitos sebagai dasar dari pemaknaan penanda dan petanda dalam tanda berbagai pesan-pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun non verbal.

Hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti temukan adalah segala bentuk mitos-mitos yang dihasilkan dalam mitologi membawa ideologi kapitaslisme yang meraih keuntungan yang sebesar-besarnya dari iklan melalui proses kepercayaan terhadap pemuka agama.