



**Mitologi Pemuka Agama Dalam Iklan Telkomsel Di
Televisi**

(Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Iklan
Telkomsel Versi Ustadz Maulana)

TESIS

Oleh

Nama : Armila Manggiasih

NIM : 55211110105

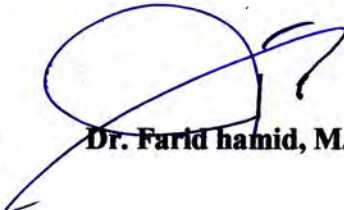
**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Armila Manggiasih
2. NIM : 55211110105
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
6. Judul : Mitologi Pemuka Agama Dalam Iklan
Telkomsel Di Televisi (Analisis Semiotika
Roland Barthes terhadap Iklan Telkomsel Versi
Ustadz Maulana

Jakarta, 5 Juli 2014

Pembimbing Utama



Dr. Farid hamid, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Mitologi Pemuka Agama Dalam Iklan
Telkomsel Di Televisi (Analisis Semiotika
Roland Barthes terhadap Iklan Telkomsel Versi
Ustadz Maulana
2. Nama : Armila Manggiasih
3. NIM : 55211110105
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : Jakarta, 12 Agustus 2014

Jakarta, 12 Agustus 2014

Mengetahui

1. Ketua Sidang
Juwono Tri A, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si
3. Pembimbing Utama
Dr. Farid Hamid, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)

iii

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Mitologi Pemuka Agama Dalam Iklan
Telkomsel Di Televisi (Analisis Semiotika
Roland Barthes terhadap Iklan Telkomsel
Versi Ustadz Maulana
2. Nama : Armila Manggiasih
3. NIM : 55211110105
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
7. Tanggal : Jakarta, 16 Agustus 2014

Jakarta, 16 Agustus 2014

Mengetahui

- 1 Ketua Sidang
Juwono Tri A, M.Si
- 2 Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si
- 3 Pembimbing Utama
Dr. Farid Hamid, M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Mitologi Pemuka Agama Dalam Iklan
Telkomsel Di Televisi (Analisis Semiotika
Roland Barthes terhadap Iklan Telkomsel
Versi Ustadz Maulana

Bentuk Karya Akhir : Tesis

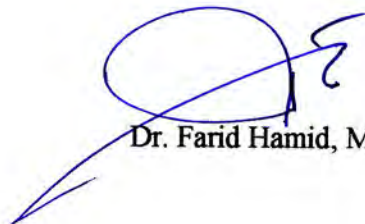
Nama : Armila Manggiasih

NIM : 55211110105

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : Jakarta, 16 Agustus 2014

Pembimbing



Dr. Farid Hamid, M.Si

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

PERNYATAAN

Judul : Mitologi Pemuka Agama Dalam Iklan
Telkomsel Di Televisi (Analisis Semiotika
Roland Barthes terhadap Iklan Telkomsel
Versi Ustadz Maulana
Nama : Armila Manggiasih
NIM : 55211110105
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri dan Bisnis
Tanggal : Jakarta, 16 Agustus 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh komisi Dosen Pembimbing yang di tetapkan dengan Surat keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercubuana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Agustus 2014



METERAI
TEMPEL
PAJAK KEHENDANGAN BANGSA
TGL. 20
6666BA0F407107413
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

Armila Manggiasih

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil‘alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul ”Mitologi Pemuka Agama dalam Iklan Telkomsel di Televisi Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Iklan Telkomsel versi Ustadz Maulana”. Penyusunan tesis ini membuat penulis terus berfikir keras akan makna yang terkandung didalamnya hingga menghasikan makna baru yang di bentengi ideologi yang terkait. Sepanjang penulisan tesis ini penulis sangat dibantu dengan mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan bersyukur di pertemukan oleh :

1. Dr. Farid Hamid, M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat serta kesabaran dalam membimbing penulis hingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Dr. Henni Gusfa, M.Si., sebagai penguji ahli yang telah memberikan masukan yang sangat berarti dalam penyempurnaan tesis ini.
3. Juwono Tri A, M.Si., sebagai ketua sidang yang juga telah memberikan masukan yang sangat berarti dalam penyempurnaan tesis ini
4. Bapak dan Ibu dosen pengajar program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta yang telah memberikan ilmu

pengetahuan yang dapat membekali penulis dalam menyusun tesis ini dengan baik.

5. Ayah dan Ibu tersayang Teuku Amril dan Dede Hernasih dan adik tersayang Febriana Rahmawati yang telah memberi dukungan yang sangat berharga bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik.
6. Teman-teman di Magister Ilmu Komunikasi Mercubuana yang saling menyemangati dan menghibur serta berbagi akan ilmu-ilmu yang bermanfaat.
7. Teman-teman di Reservasi Group Garuda Indonesia yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar terselesaikannya tesis ini dengan baik.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Dalam penulisan tesis ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis sangat mengharapkan atas masukan saran dari para pembaca demi kesempurnaan tesis ini. Penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 16 Agustus 2014

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2. FOKUS PENELITIAN	3
1.3. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN	5
1.3.1 Maksud Penelitian.....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	6
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.4.1. Manfaat Akademis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1. KAJIAN PUSTAKA	9
2.1.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. KAJIAN TEORITIS	24
2.2.1. Komunikasi dalam Proses Produksi Makna	24
2.2.2. Mitholgi Dibalik Iklan.....	25
2.2.3. Ideologi dalam Kemasan Iklan	29
2.2.4. Iklan dalam Televisi	31
2.2.5 Semiotika Roland Barthes	36
2.3. KERANGKA PEMIKIRAN	43
BAB III.....	46
METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. OBJEK PENELITIAN	46
3.2. PARADIGMA PENELITIAN	46

3.3. METODE PENELITIAN	47
3.4. UNIT ANALISIS	48
3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	50
3.5.1. Primer	50
3.5.2. Sekunder	51
3.6. TEKNIK ANALISA DATA	51
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. HASIL PENELITIAN IKLAN TELKOMSEL 2012	53
4.1.1. Profil Telkomsel	57
4.1.2. Profil Ustadz Maulana	57
4.1.3. Deskripsi Iklan Telkomsel Versi Ustadz Maulana	58
4.2. HASIL PENELITIAN	63
4.2.1. Pesan Linguistik pada Iklan Telkomsel Versi Ustadz Maulana	64
4.2.2. Pesan Ikonik Terkodekan pada Iklan Telkomsel Versi Ustadz Maulana	68
4.2.3. Pesan Ikonik Tak Terkodekan pada Iklan Telkomsel Versi Ustadz Maulana	75
4.3. MITOS BINTANG IKLAN USTADZ	77
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1. KESIMPULAN	88
5.2. SARAN	86
5.2.1. Secara Akademis	86
5.2.2. Secara Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA	89
RIWAYAT HIDUP	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Proses Komunikasi.....	24
Gambar 2: Model dualisme tanda Saussure	36
Gambar 3: Barthes Signifikasi Mitos	39
Gambar 4: Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Selendang Merah dan Promo Kartu Telkomsel	68
Gambar 5: Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Ayunan Tangan Ustadz Maulana dan Jamaah Menyimak.....	70
Gambar 6: Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Tangan Ustadz Maulana Mengarahkan, Jamaah Melihat dan Promo Kartu TelkomeL.....	71
Gambar 7: Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Dua Jari Ustadz Maulana dan Dua Jari Jamaah.....	72
Gambar 8: Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Dua Jari Ustadz Maulana dan Dua Jari Jamaah.....	74
Gambar 9: Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Ikan Telkomsel Versi Ustadz Maulana	75
Gambar 10: Skema Penemuan Penelitian	83

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran.....	45
Tabel 4.2.1.1 Penanda dan Petanda Pada Dialog Memberi Kabar.....	64
Tabel 4.2.1.2 Penanda dan Petanda Pada Dialog Mengganti Kartu.....	65
Tabel 4.2.1.3 Penanda dan Petanda Pada Dialog Promo Kartu Telkomsel	66
Tabel 4.2.1.4 Penanda dan Petanda Pada Dialog Mengingat dan Ucapan Syukur	67
Tabel 4.2.2.1 Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Selendang Merah dan Promo Kartu Telkomsel.....	68
Tabel 4.2.2.2 Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Ayunan Tangan Ustadz Maulana dan Jamaah Menyimak.....	70
Tabel 4.2.2.3 Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Tangan Ustadz Maulana Mengarahkan, Jamaah Melihat dan Promo Kartu Telkomel.....	71
Tabel 4.2.2.4 Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Dua Jari Ustadz Maulana, Dua Jari Jamaah dan Promo Kartu Telkomsel.....	72
Tabel 4.2.2.5 Penanda dan Petanda Non-Verbal pada Obyek Ayunan Selendang dan Promo Kartu Telkomsel	74
Tabel 4.3 Makna Lama dan Makna Baru.....	78