

ABSTRAK

Muhammad Iqbal, 1601432245, *Iklan Shasa Pasta Gigi Siwak “Waktunya Berhijrah” Dalam Perspektif Jean Baudrillard*, Pembimbing Drs. Abdul Sani M.Pd & H. Abdul Hakim, M.Ag.

Kata kunci : Iklan, Shasa Pasta Gigi Siwak, Simulacra Jean Baudrillard.

Penelitian ini dilatarbelakangi kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu cepat, sehingga masyarakat telah tersihir ke dalam dunia teknologi yang menyuguhkan berbagai kemudahan, kecanggihan, dimana masyarakat tidak memandang apa yang sebenarnya dibutuhkan, tetapi lebih mengedepankan *prestise* dan gaya hidup sebagai citra diri dari apa yang mereka butuhkan. Televisi adalah salah satu media yang sangat tepat untuk melakukan promosi untuk memasarkan suatu produk, iklan di televisi dibuat semenarik mungkin untuk menarik minat konsumsi salah satunya iklan pada produk shasa pasta gigi ini memiliki keistimewaan kandungan siwak dan *tagline* “waktunya hijrah” yang terdapat dalam tayangan iklan tersebut. Pokok-pokok permasalahan pada penelitian ini adalah Bagaimana Hiperealitas Simulacra yang ditampilkan dalam Iklan Sasha pasta gigi siwak dan Bagaimana ambiguitas dalam iklan shasa pasta gigi siwak. Dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui hiperealitas Simulacra yang ditampilkan dalam iklan sasha pasta gigi siwak dan untuk mengetahui Ambiguitas dalam iklan shasa pasta gigi siwak.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang mana prosedur penyelesaian masalah dengan memaparkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ditampilkan sebagaimana adanya deskriptif kualitatif adalah metode yang diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah dengan cara menyelidiki dan menggambarkan atau menjabarkan keadaan obyek penelitian, berdasarkan fakta. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Simulacra Jean baudrillard yaitu dokumen atau data baik fisik maupun non-fisik di jadikan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini, yang berupa buku, jurnal, artikel, youtube, majalah, notulen dan sebagainya.

Hasil dari penelitian ditemukan bahwa Iklan sasha pasta gigi siwak ini mengandung kejanggalan dalam mengemas tayangan, sehingga lepas dari keaslian iklan yang membuat masyarakat memandang produk hanya dengan kemasan maupun tayangan, tidak lagi melihat dengan keaslian produk itu sendiri. Bentuk kepalsuannya terdapat pada adegan membaca al-Qur'an dan *tagline* "Waktunya Berhijrah". Adanya iklan ini telah membuat pola konsumsi masyarakat Indonesia menjadi terjebak pada komsumsi yang salah kaprah. Ambiguitas terlihat jelas dalam iklan ini ketika sebuah iklan pasta gigi yang pada umumnya seharusnya menjual dan mempromosikan sebuah pasta gigi yang merupakan sebuah kebutuhan pokok dari setiap masyarakat berubah menjadi sebuah ajakan ajaran keagamaan untuk berhijrah karena pada iklan ini terdapat *tagline* yang berbunyi "waktunya berhijrah".