

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Dimas Gilrandy

20120530227

Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwara (EPI) Indonesia pada Iklan Baliho di Daerah Kota Yogyakarta Tahun 2016.

Tahun Skripsi: 2016, 239 Lembar + 29 Tabel + 1 Gambar

Referensi: 21 Buku + 3 Jurnal + 1 Sumber *Online*

Periklanan adalah komunikasi non-personal, melalui beragam media yang dibayar oleh perusahaan, organisasi, non-profit dan individu-individu dengan menggunakan pesan iklan yang diharapkan dapat menginformasikan atau membujuk kalangan tertentu yang membaca pesan tersebut. Beragam media periklanan yang digunakan salah satunya adalah media luar ruang yaitu baliho. Terdapat berbagai aturan dan pedoman dalam beriklan di media luar ruang yang telah diatur dalam kitab Etika Pariwara Indonesia. Penelitian ini berusaha mengungkapkan objektivitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada iklan baliho di Daerah Kota Yogyakarta tahun 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara kuantitatif jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia serta untuk mengetahui frekuensi pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada iklan baliho di Dearah Kota Yogyakarta tahun 2016. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi yaitu dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis isi kuantitatif yaitu untuk mendeskripsikan secara objektivitas, sistematis, dan kuantitatif isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Setelah dilakukan analisis terhadap 11 pasal yang diteliti, hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa iklan baliho di Daerah Kota Yogyakarta tahun 2016 melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia terhadap 5 pasal. Hal ini didapatkan dari hasil uji reabilitas yang menunjukkan persentase diatas angka minimal 70%. Dari setiap pasal yang melanggar ditemukan persentase terendah sebesar 93%, artinya hanya ditemuakn 7% perbedaan antara N1 dan N2. Hal ini membuktikan bahwa benar adanya pelanggaran EPI pada iklan baliho di Daerah Kota Yogyakarta tahun 2016. Serta jenis pelanggaran tertinggi yaitu pada pasal konstruksi iklan harus tampil harmonis secara fisik dan estetika sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku sebesar 32,8% dengan jumlah frekuensi sebanyak 24 pelanggaran dari jumlah populasi sebanyak 73 iklan baliho di Daerah Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Iklan, Etika, Etika Pariwara Indonesia, Baliho, Yogyakarta

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Departement of Commoniciation Science

Advertising Studies

Dimas Gilrandy

20120530227

Content Analysis Ethics Violations Pariwara Indonesia (EPI) on Billboard Ads in the City of Yogyakarta in 2016

Thesis Year: 2017, 239 sheets + 29 Tables + 1 Image

Reference: 21 books + 3 Journals + 1 Online Source

Advertising is non-personal communication, through a variety of media paid by companies, organizations, non-profits and individuals by means of advertising messages that are expected to inform or persuade certain people who read the message. Various advertising media used one of them is outdoor media that is baliho. There are various rules and guidelines in advertising in outdoor media that has been arranged in the book of Ethics Pariwara Indonesia. This research tries to reveal the objectivity of violation of Ethics Pariwara Indonesia on baliho advertisement in Town Region of Yogyakarta year 2016. The purpose of this research is to describe quantitatively the types of violations of the Ethics Pariwara Indonesia as well as to know the frequency violation Ethics Pariwara Indonesia on baliho ads in the City of Yogyakarta in 2016. Research method used in this research is content analysis that is by using descriptive research type of quantitative content analysis that is to describe in objectivity, systematic, and quantitative content of visible communication (manifest). After analyzing the 11 chapters studied, the result of the research is that billboard advertisement in Yogyakarta City Region in 2016 violated Indonesian Purchase Ethics on 5 chapters. This is obtained from the results of the reliability test shows the percentage above the minimum number 70%. From each violating chapter found the lowest percentage of 93%, meaning only found 7% difference between N1 and N2. This proves that the true violation of EPI on baliho advertisement in the City of Yogyakarta in 2016. And the type of violation is the highest in the chapter construction of advertising should appear harmonious physically and aesthetically in accordance with the prevailing local regulations of 32.8% with a frequency of 24 Violations of the total population of 73 baliho in the City of Yogyakarta.

Keywords: Advertising, Ethics, Ethics Pariwara Indonesia, Billboard, Yogyakarta