

### **BAB III**

#### **SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab III akan dijelaskan tentang sajian data dan hasil penelitian. Selain itu, pada bab ini juga akan membahas secara rinci mengenai jenis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Etika merupakan standart moral yang mengatur perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari baik dalam bermasyarakat maupun berorganisasi. Etika membahas baik buruk serta benar tidaknya tingkah laku manusia, sedangkan Etika Pariwisata Indonesia merupakan penyempurnaan dari Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia (1980), yang disepakati oleh Organisasi Periklanan dan Media Massa pada tahun 2005, dengan fungsi utama mengatur konten yang terdapat pada iklan, agar tidak menyampaikan pesan yang memiliki nilai negatif kepada masyarakat. Etika Pariwisata Indonesia adalah kitab pedoman yang memuat ketentuan-ketentuan normatif yang menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaati, dan ditegakan oleh semua asosiasi dan semua lembaga pengembangannya (DPI, 2005: 16).

Penelitian ini akan membahas pelanggaran yang terjadi pada iklan kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja. Iklan kolom merupakan iklan yang memiliki lebar satu kolom, umumnya iklan ini digunakan para pengiklan yang hendak menyampaikan cukup banyak pesan sehingga membutuhkan *space* yang lebih luas. Maka dari itu, selain pesan verbal sebagai ilustrasi

gambar, simbol, lambang, maupun tanda visual lainnya. Pesan yang disampaikan dalam iklan kolom sangatlah beragam, baik dilakukan oleh individu ataupun organisasi.

Peneliti menemukan banyak Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja yang melakukan pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia terhadap penggunaan kata-kata superlatif, penggunaan tanda asetris (\*) dalam iklan, serta adanya kesan menjanjikan imbalan, diskriminasi jenis kelamin, diskriminasi agama dan juga diskriminasi fisik dalam iklan lowongan pekerjaan. Dalam bab III ini juga akan dijelaskan secara rinci jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia melalui uji reliabilitas dengan maksud untuk mengetahui presentase persetujuan. Seperti yang diperkenalkan Holsti, reliabilitas ditunjukkan ditunjukkan dalam presentase persetujuan. Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, jika hasil perhitungan menunjukkan angka reliabililitas di atas 0,7 atau 70% maka penelitian dapat dikatakan *valid* atau bisa diterima sebagai kepercayaan, tetapi jika di bawah angka 0,7 atau 70% maka penelitian ini tidak *valid* (Eriyanto, 2011: 290).

Tes uji reliabilitas akan dilakukan terhadap seluruh populasi yang menjadi sampel yaitu pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam iklan kolom yang telah dituangkan dalam unit analisis pada bagian unit pencatatan. Tes uji reliabilitas dilakukan setelah seluruh populasi yang

menjadi bahan penelitian tersebut dikoding oleh para *coder* yaitu *coder* 1 dan *coder* 2 yang dihasilkan dalam lembar koding.

Populasi sendiri diambil dari seluruh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesia Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017. Jumlah sampel yang menjadi bahan penelitian dalam skripsi ini sebanyak 572 populasi pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dari 411 iklan kolom yang dibagi menjadi delapan bagian yaitu menggunakan kata-kata superlatif sebanyak 139 iklan kolom dengan presentase 24,3%, penggunaan kata tertentu sebanyak 43 iklan kolom dengan presentase 7,5%, penggunaan tanda asetris (\*) sebanyak 87 iklan kolom dengan presentase 15,2%, iklan yang merujuk pada rasa takut dan tahayul sebanyak 45 dengan presentase 7,9%, penggunaan kata syarat dan ketentuan sebanyak 15 iklan kolom dengan presentase 2,6%, Pelanggaran yang dilakukan oleh iklan obat-obatan dengan presentase sebesar 5,4% dari jumlah frekuensi sebanyak 31, penggunaan kata “menjanjikan penyembuhan” dalam iklan kolom obat-obatan sebanyak 31 dengan presentase 5,4%, serta lowongan pekerjaan sebanyak 195 iklan kolom dengan presentase 2,6%.

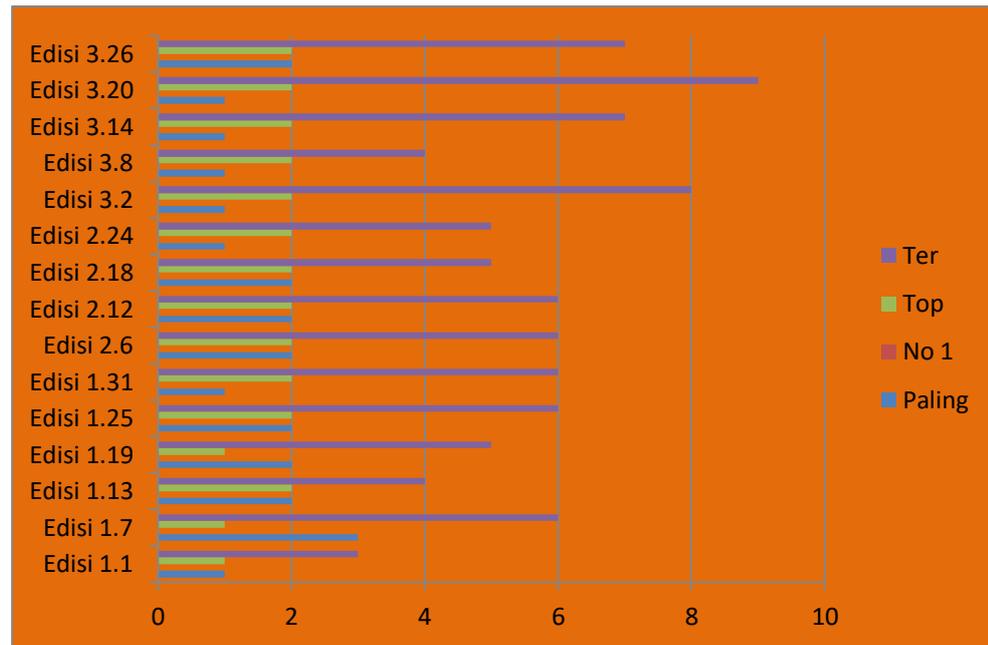
## **A. Analisis Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja**

### **1. Analisis Iklan Berdasarkan Kata-kata “ter”, “paling”, “top”, dan “no 1”**

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan tehnik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi

bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada penggunaan kata-kata superlatif.

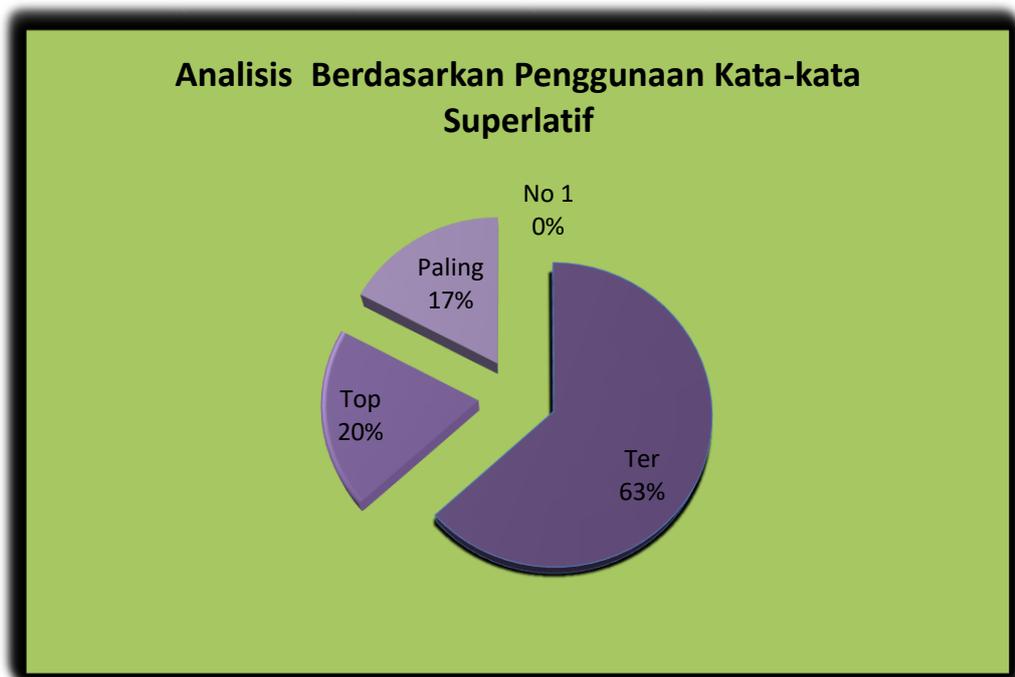


**Gambar 2.1** Grafik Pelanggaran Iklan Berdasarkan Kata-kata “ter”, “paling”, “top”, dan “no 1”

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan kata-kata superlatif “berawalan ter” melakukan pelanggaran terbanyak. Selain itu dapat dilihat juga bahwa pada edisi 2 Maret, 14 Maret dan 20 Maret terlihat lebih dominan melakukan pelanggaran. Selanjutnya pelanggaran kata bermakna “top” dominan dilakukan pada setiap edisi dan pelanggaran dengan kata “no 1” tidak terlihat di setiap edisi, dan pelanggaran yang dilakukan dengan kata “paling” frekuensinya terbanyak terlihat pada edisi 7

Januari dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.



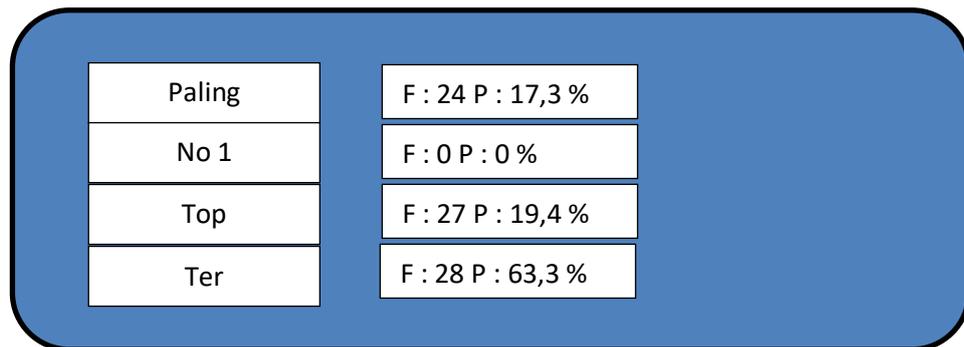
**Gambar 2.2** Infografis Pelanggaran Iklan Berdasarkan Kata-kata

“ter”, “paling”, “top”, dan “no 1”

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata superlatif yaitu “paling”, “no 1”, “top”, dan “berawalan ter”. Dari diagram di atas dapat menunjukkan presentase pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata superlatif “berawalan ter” sebanyak 63,3%, bermakna “top” 19,4%, “paling” 17,3%, dan “no 1” 0% dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata superlatif yang didominasi dengan penggunaan kata-kata “berawalan ter” sebesar 63,3% dari frekuensi sebanyak 88 dari jumlah sampel pelanggaran keseluruhan kategori superlatif sebanyak 139. Di bawah ini adalah infografis pelanggaran pada penggunaan kata-kata superlatif.

Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:

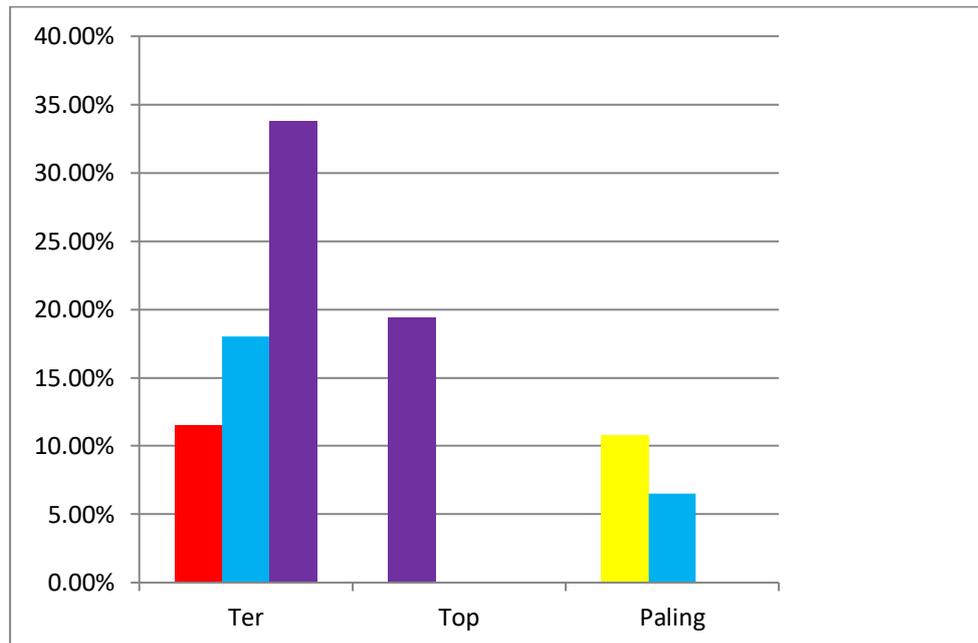


**Gambar 2.3** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan Berdasarkan Kata-kata “ter”, “paling”, “top”, dan “no 1”

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran penggunaan kata-kata superlatif sebanyak 139. Presentase terbesar yaitu penggunaan kata-kata “berawalan ter” sebesar 63,3% dari frekuensi 88, diikuti dengan penggunaan kata bermakna “top” presentasinya sebesar 19,4% dari frekuensi sebanyak 27, selanjutnya penggunaan kata “paling”

dengan presentase 17,3% dari frekuensi sebanyak 24, dan penggunaan kata “no 1” dengan presentase 0% dari frekuensi 0 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan superlatif paling banyak ditemukan pelanggaran dalam iklan yang menggunakan kata berawalan “ter” pada jenis iklan properti ditemukan presentase pelanggaran sebesar 11,5%, iklan otomotif dengan presentase pelanggaran sebesar 18%, dan iklan layanan jasa dengan presentase pelanggaran sebesar 33,8%. Berikutnya, pelanggaran pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan superlatif yang menggunakan kata “top” menduduki peringkat selanjutnya, dari pelanggaran yang ditemukan pada jenis iklan layanan jasa dengan presentase pelanggaran sebesar 19,4%. Yang terakhir pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan superlatif dengan kata “paling”, yang didapatkan dari iklan konveksi dengan presentase 10,8% dan iklan otomotif sebesar 6,5%.



Ket:

Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.4** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwisata Indonesia dengan penggunaan kata-kata superlatif “berlawanan ter” “Terbaik dan Tercepat, *Print Outdoor* Termurah”. Selanjutnya penggunaan kata “top” atau yang bermakna sama “Uenake Poll, Murahe Poll”, serta penggunaan kata “paling” “*Discount* Paling Besar” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian *Tribun Jogja* Periode Januari sampai Maret 2017.

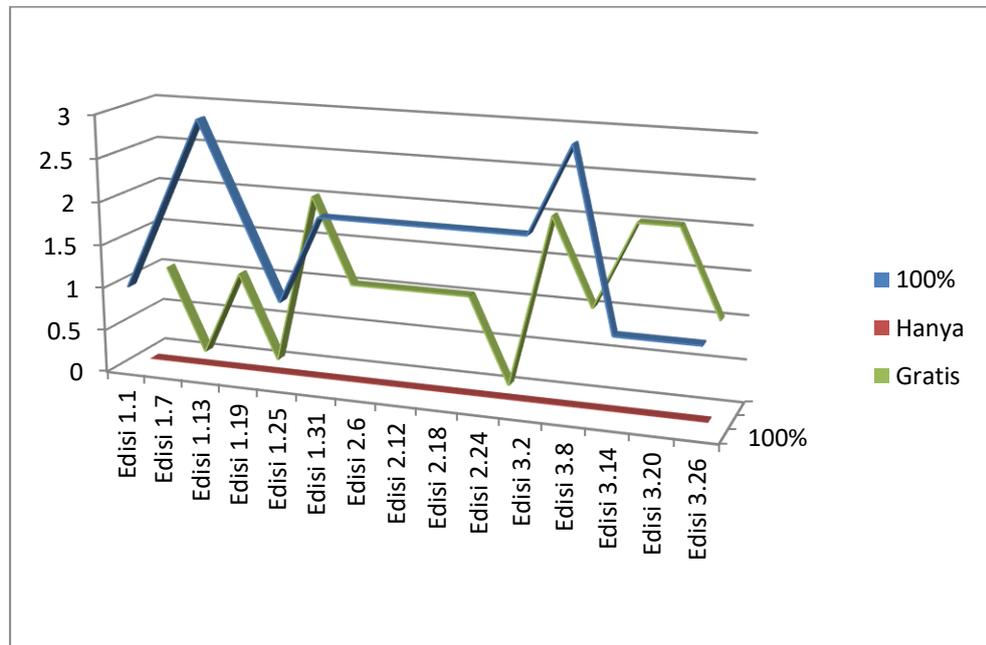


**Gambar 2.5** Contoh Penggunaan Kata “berawalan ter”, “top”, dan “paling”

## 2. Analisis Iklan Berdasarkan Penggunaan Kata-kata “100%”, “hanya” dan “gratis”

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan teknik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

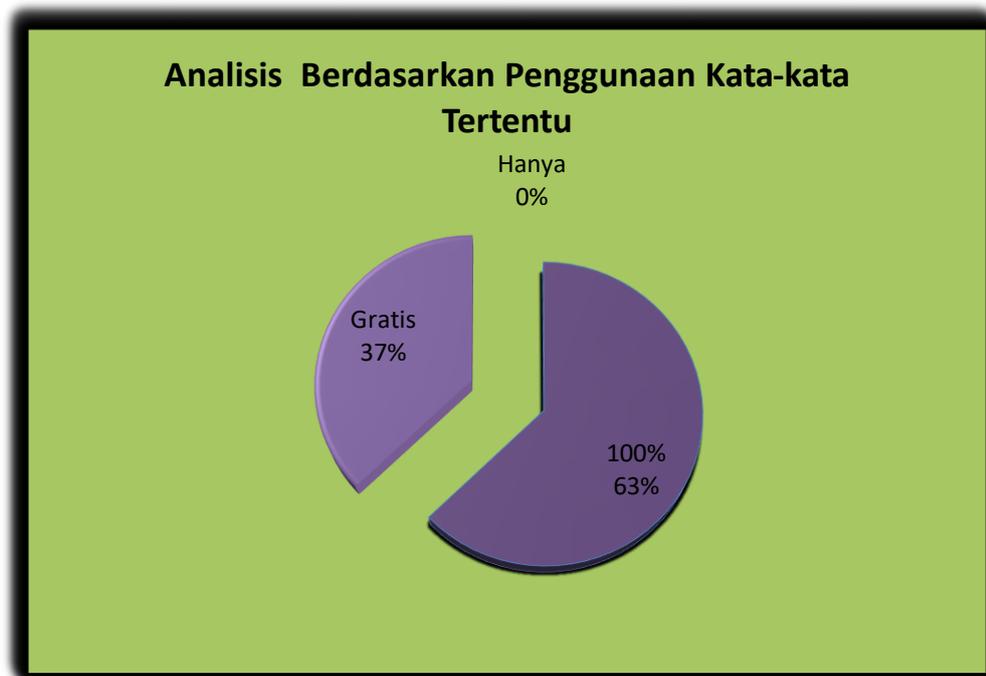
Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada penggunaan kata-kata tertentu.



**Gambar 2.6** Grafik Pelanggaran Iklan Berdasarkan Penggunaan Kata-kata “100%”, “hanya” dan “gratis”

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan kata-kata tertentu seperti “100%” melakukan pelanggaran terbanyak. Selain itu dapat dilihat juga bahwa pada edisi 13 Januari dan 8 Maret terlihat lebih dominan melakukan pelanggaran. Selanjutnya pelanggaran kata “gratis” dominan dilakukan pada setiap edisi dan pelanggaran dengan kata “hanya” tidak terlihat di setiap edisi dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.



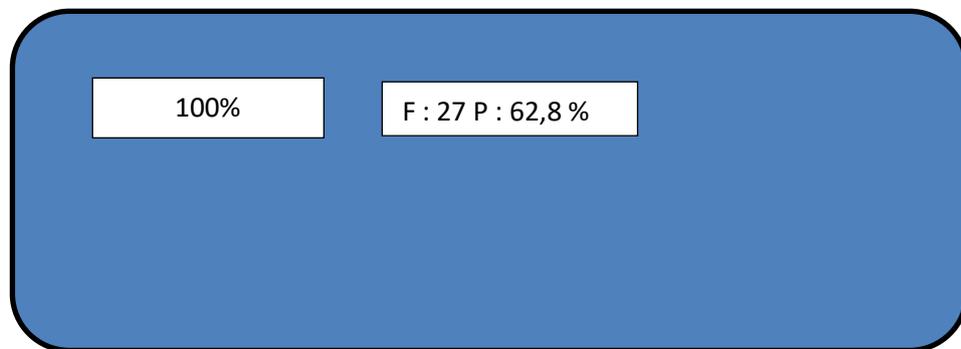
**Gambar 2.7** Infografis Pelanggaran Berdasarkan Penggunaan Kata-kata “100%”, “hanya” dan “gratis”

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata superlatif yaitu “100%”, “hanya” dan “gratis”. Dari diagram di atas dapat dilihat presentase pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata tertentu “100%” sebanyak 62,8%, “gratis” 37,2% dan “hanya” 0% dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwisata

Indonesia penggunaan kata-kata tertentu yang didominasi dengan penggunaan kata-kata “100%” sebesar 62,8% dari frekuensi sebanyak 27 dari jumlah sampel keseluruhan sebanyak 43 pelanggaran. Di bawah ini adalah infografis pelanggaran pada penggunaan kata-kata tertentu.

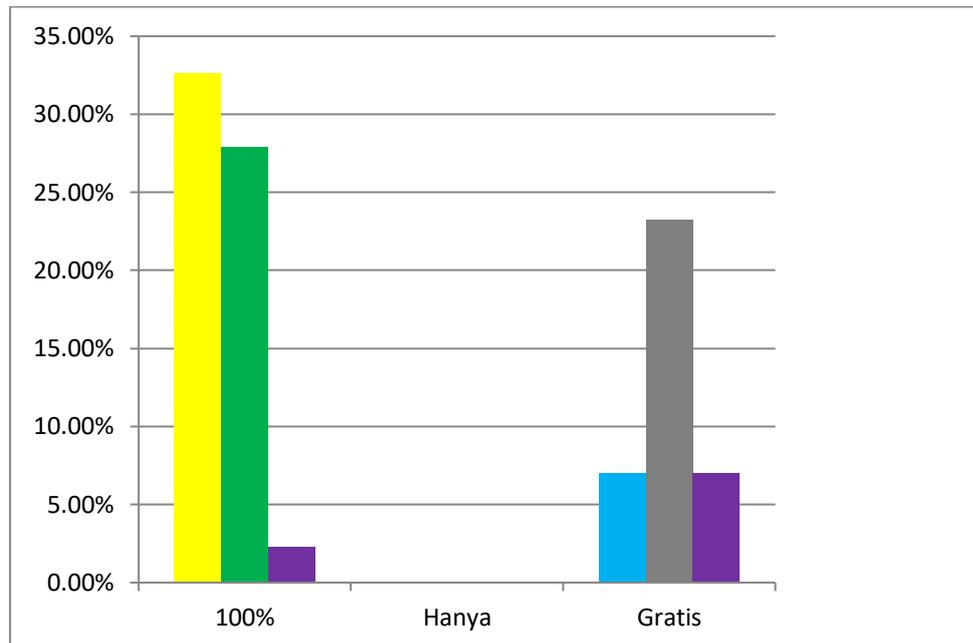
Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:



**Gambar 2.8** Infografis Frekuensi Berdasarkan Penggunaan Kata-kata “100%”, “hanya” dan “gratis”

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran penggunaan kata-kata tertentu sebanyak 43. Presentase terbesar yaitu penggunaan kata-kata “100%” sebesar 62,8% dari frekuensi 27, diikuti dengan penggunaan kata “gratis” presentasinya sebesar 37,2% dari frekuensi sebanyak 16, selanjutnya penggunaan kata “hanya” dengan presentase 0% dari frekuensi sebanyak 0 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan dengan kata-kata tertentu “100%” paling banyak ditemukan. Pelanggaran kata tertentu “100%” paling banyak ditemui dalam jenis iklan jenis iklan konveksi dengan presentase sebesar 32,6%, iklan pengobatan alternatif dengan presentase 27,9%, dan iklan layanan jasa dengan presentase sebesar 2,3%. Berikutnya, pelanggaran kata-kata tertentu “gratis” menduduki peringkat selanjutnya dari pelanggaran yang ditemukan pada jenis iklan lowongan pekerjaan dengan presentase pelanggaran sebesar 23,2%, iklan otomotif 7% dan iklan layanan jasa dengan presentase sebesar 7%.



Ket:  
 Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.9** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesia dengan penggunaan kata-kata tertentu “100%” “100% Asli - 100% Uang Kembali” serta penggunaan kata yang “gratis” “Kelebihan yang Kami Berikan *Free*” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

**JIKA ANDA INGIN BERIKHTIAR KE PARANORMAL....  
TERHINDAR DARITIPU DAYA PARANORMAL, HUBUNGI!**

**★ JENG ARI MONASHE ★**  
Sejak 1994 SOLUSI JITU MENGATASI PROBLEME HIDUP

- ★ **AURA USAHA:** Melancarkan Rejeki, Pagar Usaha, Ghoib
- ★ **AURA KASIH - AURA CINTA:** Mengikat Cinta Lawan Jenis / Cinta Sama Jenis
- ★ **AURA BUIYAR : ASMARA PETENG :** Memutuskan Hubungan Cinta Gelap PIL / WIL
- ★ **AURA WAJAH :** Membangkitkan Wibawa, Karir, Jodoh, Lawan jenis / Sesama jenis
- ★ **AURA RUMAH TANGGA :** Melanggengkan
- ★ **AURA SEX :** Menambah Ukuran Alat Vital Pria, Atasi Lemah Syahwat, ED, Impoten, Frigid

Konsultasi Hubungi : **081 744 0144**  
100% ASLI - 100% BERGARANSI (Gagal UANG KEMBALI)

---

**KELEBIHAN**  
yang kami **BERIKAN**

- ✓ Wifi
- ✓ Cas Aki
- ✓ Poles Body
- ✓ Welcome Drink
- ✓ Konsultasi Teknis
- ✓ Pompa Ban Nitrogen
- ✓ Tutup Pentil Nitrogen
- ✓ Semprot Parfum Helm
- ✓ Ruang Tunggu Nyaman (AC/Non AC & Mushola)

**FREE**

**AHASS UTAMA MOTOR GROUP**

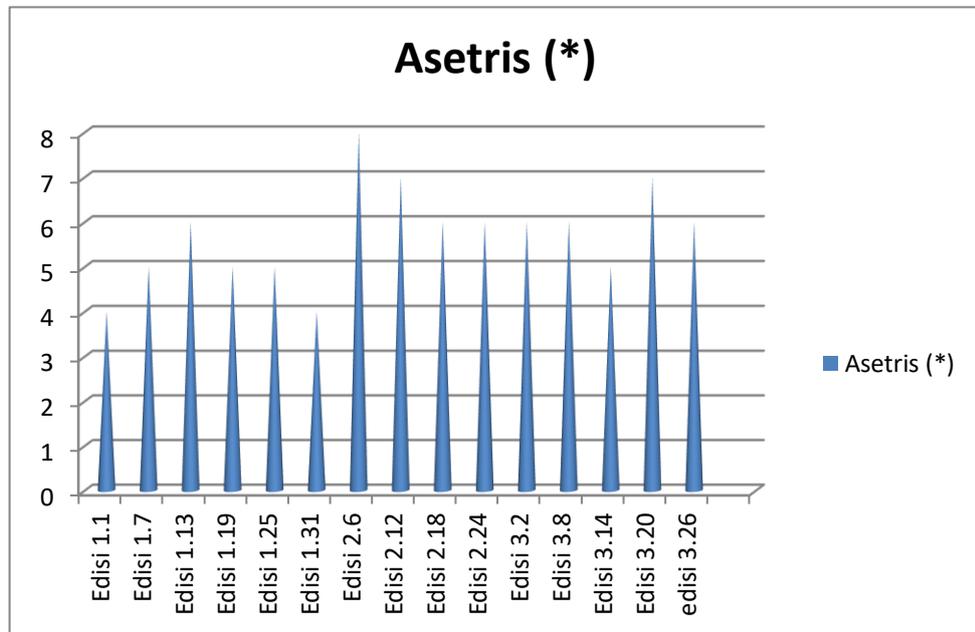
- Jl. Parangtritis 163 Yk ☎ 414333
- Jl. Kaliurang Km.8 Yk ☎ 8398787
- Jl. Mayjend Sutoyo 4 Yk ☎ 387784
- Jl. RE Martadinata 27 ☎ 380750

**Gambar 2.10** Contoh Penggunaan Kata Tertentu “100%”, dan “gratis”

### 3. Tanda Asetris (\*)

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan teknik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

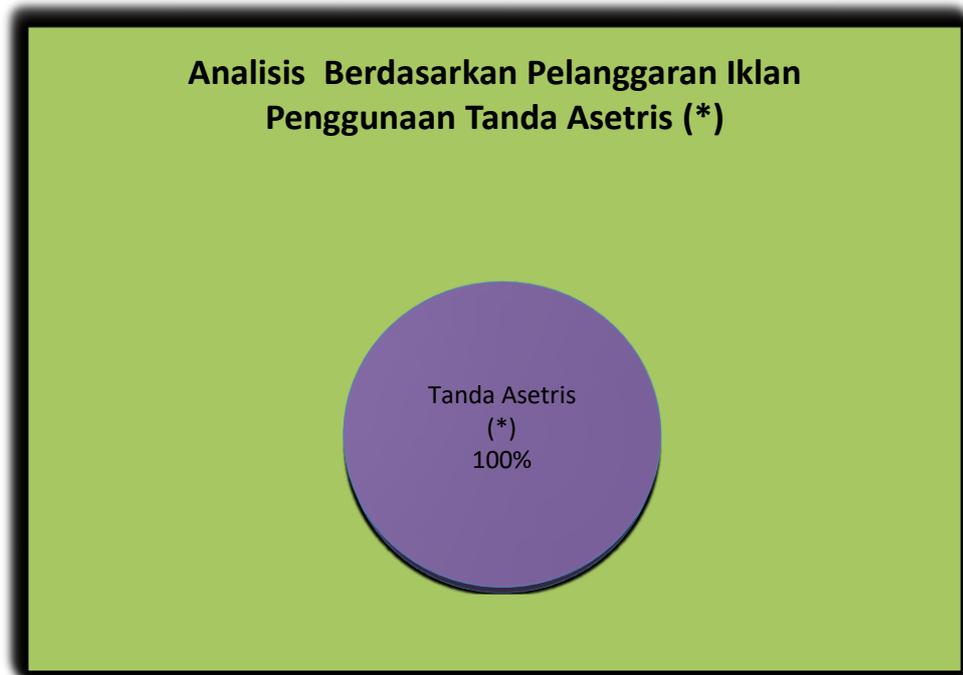
Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia pada penggunaan tanda asetris (\*).



**Gambar 2.11** Grafik Pelanggaran Iklan Penggunaan Tanda Asetris (\*)

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan tanda asetris (\*) cenderung lebih sedikit melakukan pelanggaran iklan pada edisi 1 Januari dan 31 Januari, kemudian edisi 13 Januari, 18 Februari, 24 Februari, 2 Maret, 8 Maret, dan 26 Maret. Sedangkan pelanggaran terbanyak terjadi pada edisi 6 Februari dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

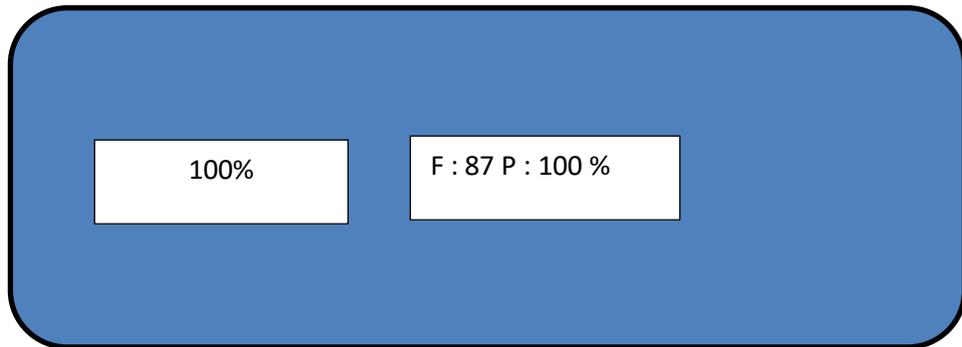


**Gambar 2.12** Infografis Pelanggaran Iklan Penggunaan Tanda Asetris (\*)

Berdasarkan analisis objektivitas dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017 dari infografis di atas dapat dilihat presentase Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan tanda asetris (\*) sebesar 100%.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan tanda asetris (\*) sebesar 100% dari frekuensi sebanyak 87.

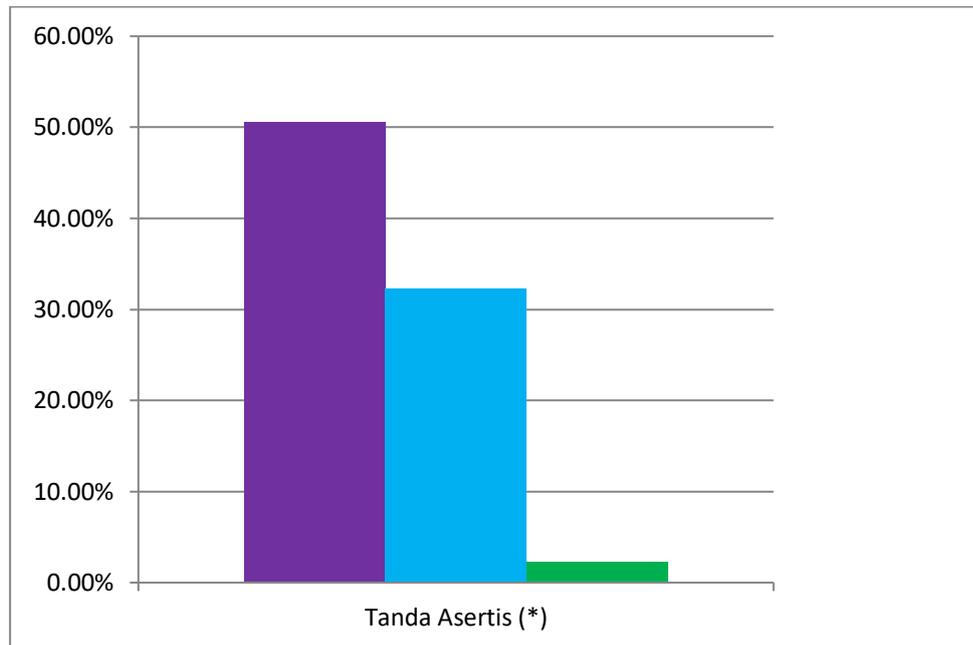
Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:



**Gambar 2.13** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan Penggunaan Tanda Asetris (\*)

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran penggunaan tanda asetris (\*) sebesar 100% dari jumlah frekuensi sebanyak 87 yang diambil dari keseluruhan populasi Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan dengan penggunaan tanda asetris (\*) paling banyak ditemui dalam jenis iklan layanan jasa dengan presentase sebesar 50,6%, selanjutnya iklan otomotif dengan presentase 32,2%, dan iklan pengobatan dengan presentase sebesar 17,2%.



Ket:

Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.14** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesia dengan penggunaan tanda asetris (\*) yaitu “100.000/m2\*, 115.000/m2\*” “Astra Promo Kejutan Awal Tahun Cuci Gudan 2016 Stok Masih Banyak!\*” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

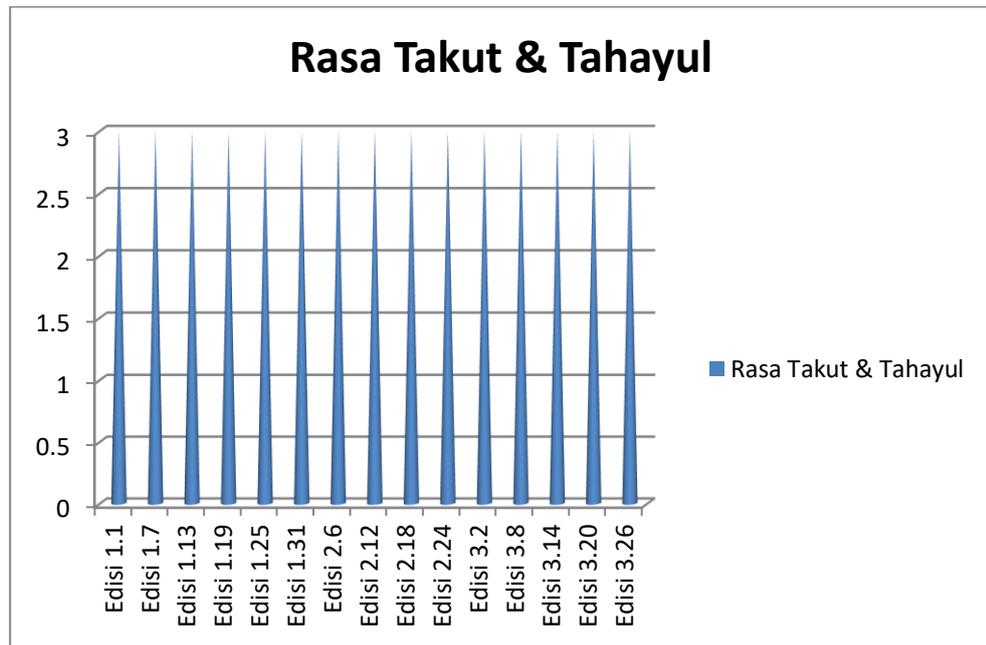


**Gambar 2.15** Contoh Pelanggaran Penggunaan Tanda Asetris (\*)

#### 4. Analisis Pelanggaran Iklan Kategori Rasa Takut dan Tahayul

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan teknik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

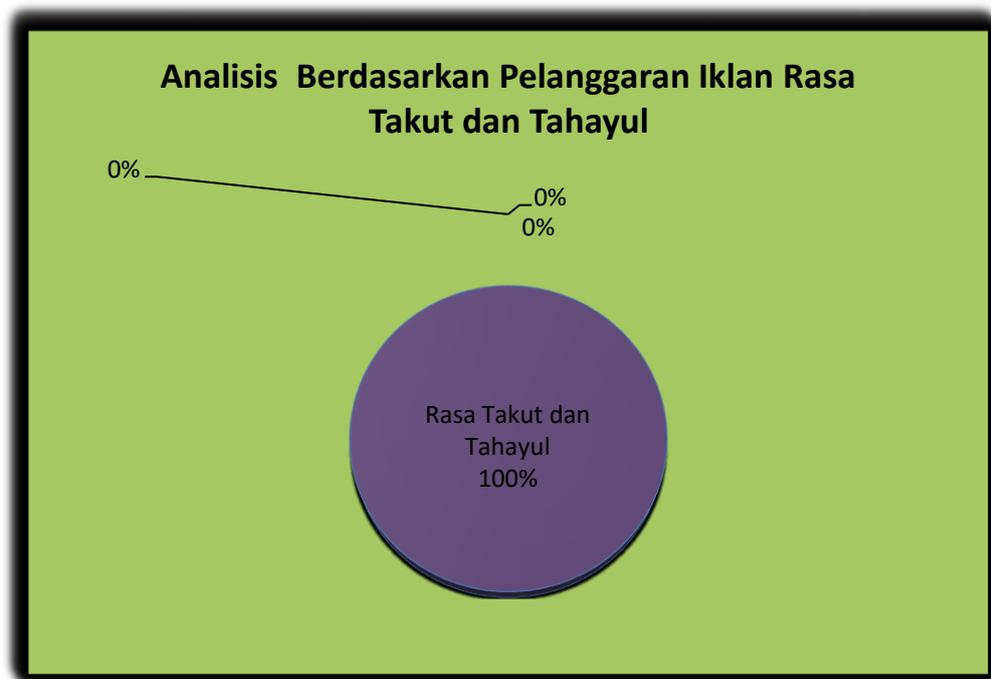
Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada kata yang mengundang rasa takut dan mengandung makna tahayul.



**Gambar 2. 16** Grafik Analisis Pelanggaran Iklan Rasa Takut dan Tahayul

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan mengandung rasa takut dan mengandung makna tahayul terjadi rata dengan jumlah yang sama pada setiap edisi dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

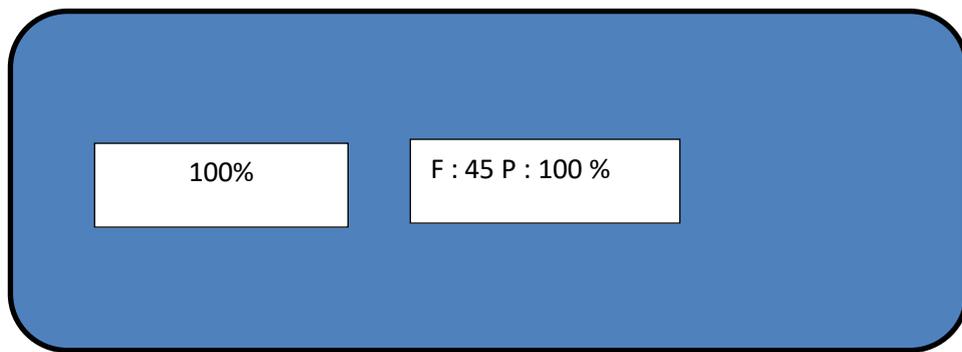


**Gambar 2. 17** Infografis Pelanggaran Iklan Rasa Takut dan Tahayul

Berdasarkan analisis objektivitas dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017 dari infografis di atas dapat dilihat presentase Pelanggaran Etika Pariwara Indonesiamengundang rasa takut dan mengandung makna tahayul sebesar 100%.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia mengundang rasa takut dan mengandung makna tahayul sebesar 100% dari frekuensi sebanyak 45 pelanggaran.

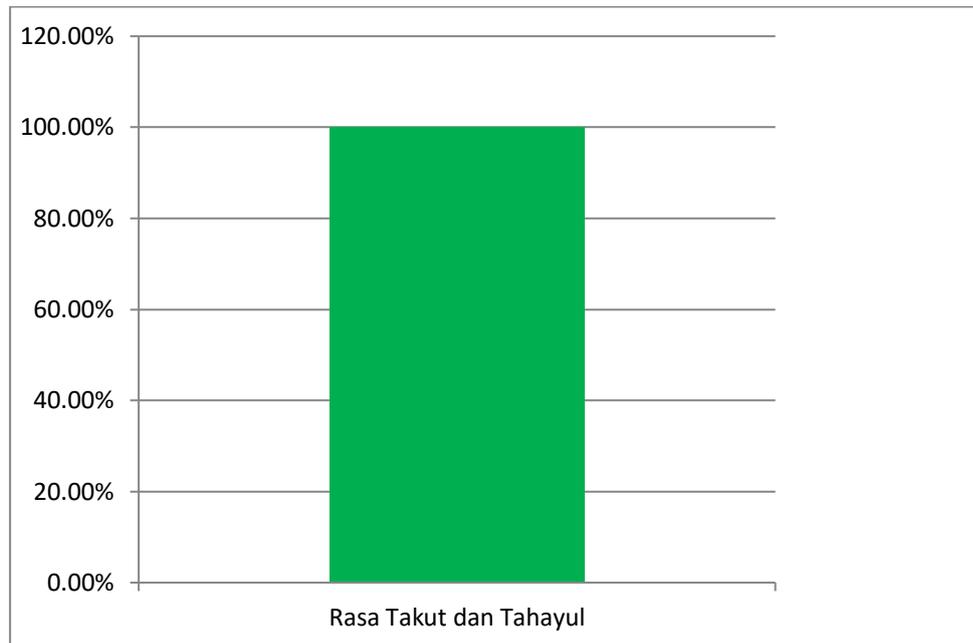
Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:



**Gambar 2.18** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan Rasa Takut dan Tahayul

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran mengundang rasa takut dan mengandung makna tahayul sebesar 100% dari jumlah frekuensi sebanyak 45 yang diambil dari keseluruhan populasi Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan yang mengundang rasa takut dan mengandung makna tahayul paling banyak ditemui dalam jenis iklan pengobatan alternatif dengan presentase sebesar 100%.



Ket:  
 Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.19** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesiamengundang rasa takut dan mengandung makna tahayul yaitu “Uang Gaib, Pagar Gaib” “menghilangkan guna-guna dan ilmu hitam” “ilmu kewibawaan, penghasilan, anti guna-guna” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

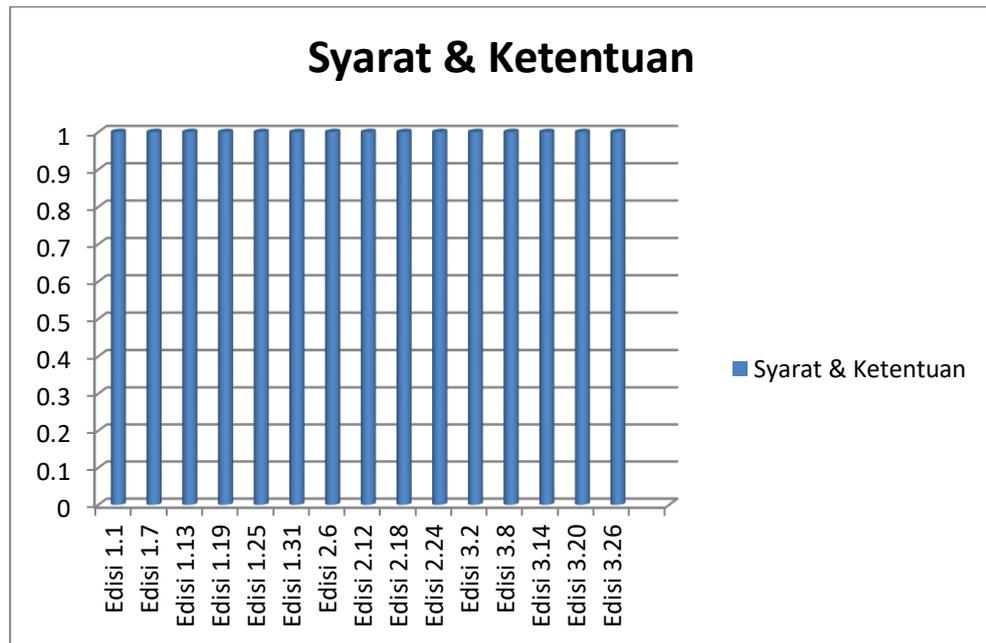


**Gambar 2.20** Gambar Pelanggaran Iklan Rasa Takut dan Tahayul

## 5. Analisis Pelanggaran Syarat dan Ketentuan

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan teknik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

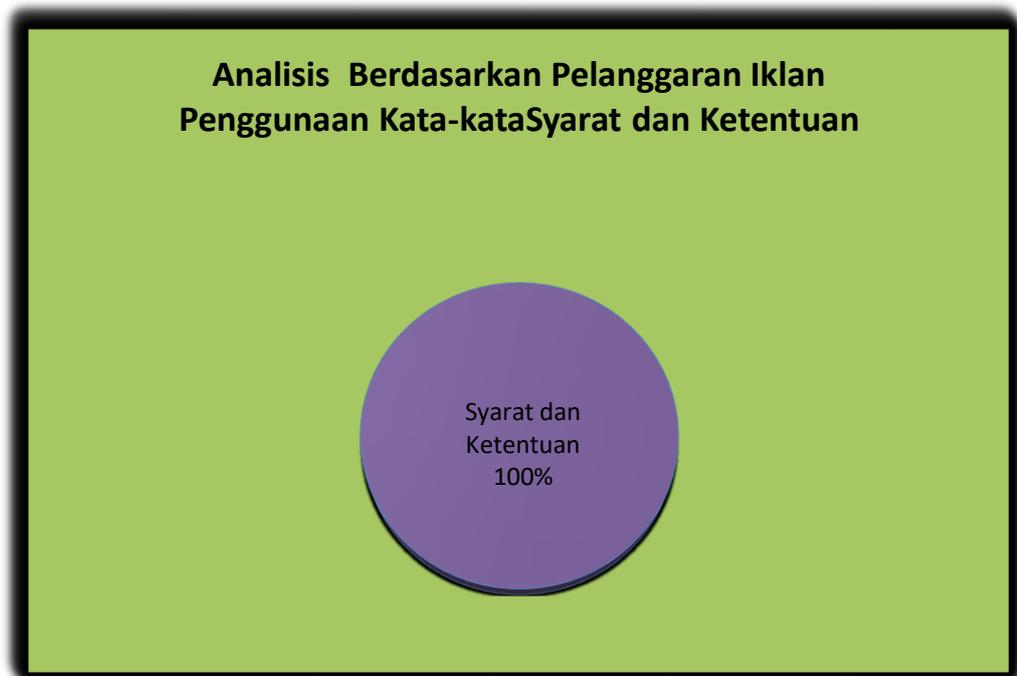
Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia pada penggunaan kata syarat dan ketentuan yang berlaku.



**Gambar 2.21** Grafik Analisis Pelanggaran Iklan Syarat dan Ketentuan yang Berlaku

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan kata syarat dan ketentuan yang berlaku terjadi rata dengan jumlah yang sama pada setiap edisi dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

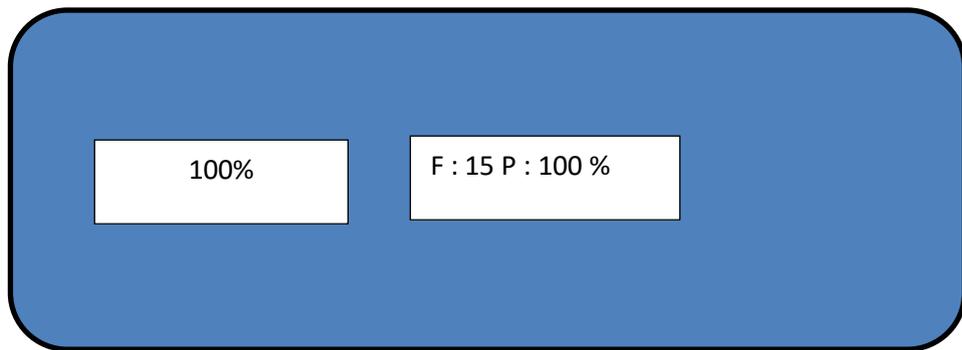


**Gambar 2.22** Infografis Pelanggaran Iklan Syarat dan Ketentuan

Berdasarkan analisis objektivitas dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017 dari infografis di atas dapat dilihat presentase Pelanggaran Etika Pariwara Indonesiapenggunaan kata syarat dan ketentuan sebesar 100%.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan kata syarat dan ketentuan sebesar 100% dari frekuensi sebanyak 15 pelanggaran.

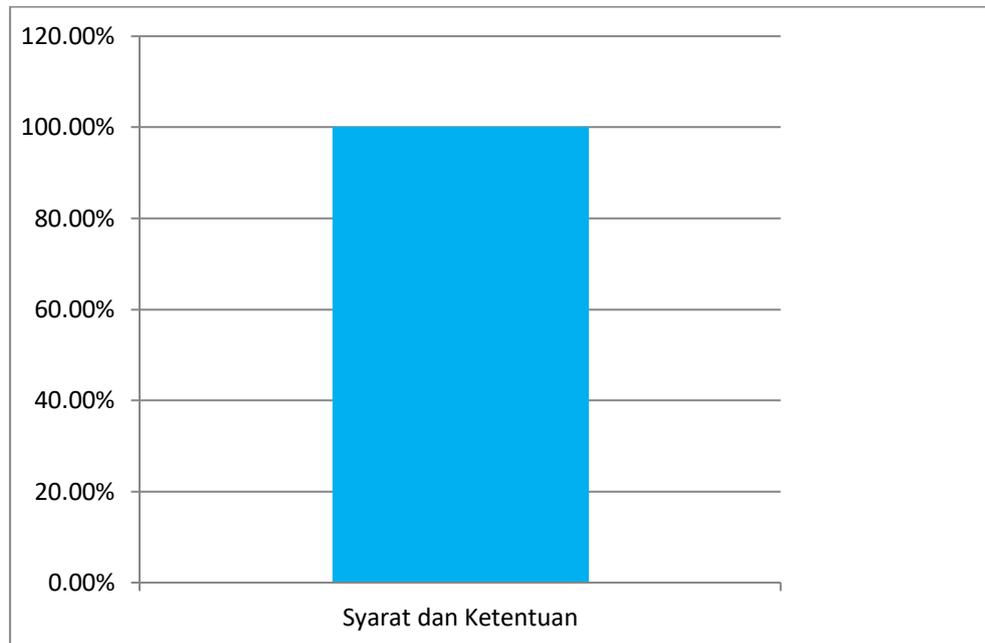
Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:



**Gambar 2.23** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan Syarat dan Ketentuan

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan penggunaan kata syarat dan ketentuan sebesar 100% dari jumlah frekuensi sebanyak 15 yang diambil dari keseluruhan populasi Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan yang melanggar peraturan periklanan dengan menggunakan kata syarat dan ketentuan yang berlaku paling banyak ditemui dalam jenis iklan otomotif dengan presentase sebesar 100%.



Ket:

Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.24** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesiapenggunaan kata syarat dan ketentuan yaitu “Promo Spesial Awal Tahun, \*Syarat dan Ketentuan Berlaku” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

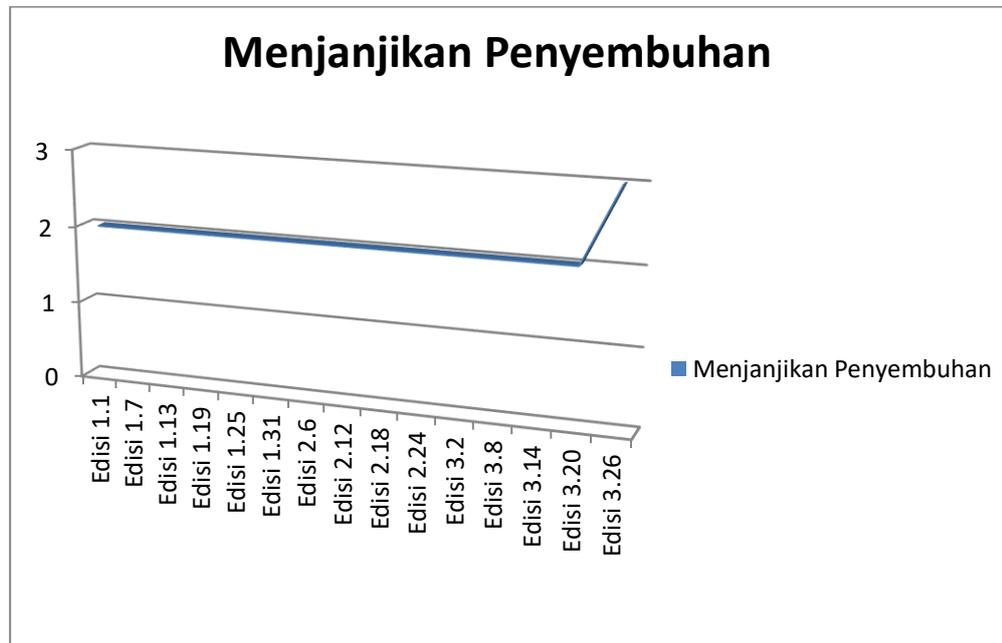


**Gambar 2.25** Gambar Pelanggaran Iklan Syarat dan Ketentuan yang Berlaku

## **6. Analisis Pelanggaran Iklan yang Menjanjikan Penyembuhan**

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan tehnik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

Grafik dibawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada Iklan yang menjanjikan penyembuhan.



**Gambar 2.26** Grafik Analisis Pelanggaran Iklan yang Menjanjikan Penyembuhan

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa penggunaan kata syarat dan ketentuan yang berlaku terjadi rata dengan jumlah yang sama pada setiap edisi dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

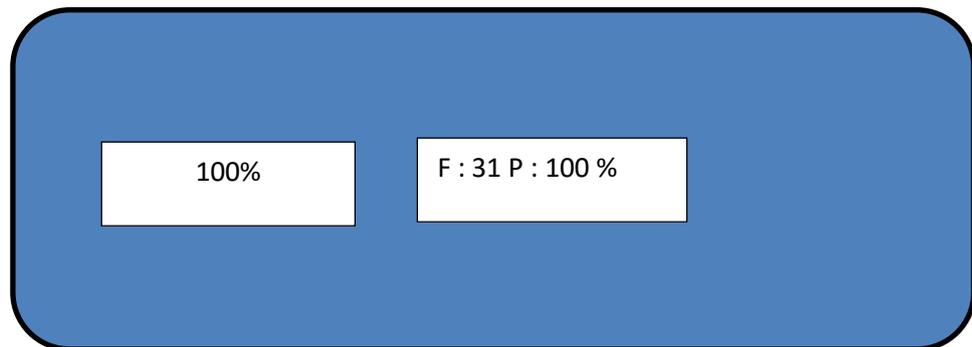


**Gambar 2.27** Infografis Pelanggaran yang Menjanjikan Penyembuhan

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata Berdasarkan analisis objektivitas dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017 dari infografis di atas dapat dilihat presentase Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata yang menjanjikan penyembuhan sebesar 100%.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata yang menjanjikan penyembuhan sebesar 100% dari frekuensi sebanyak 31 pelanggaran.

Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:



**Gambar 2.28** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan yang Menjanjikan Penyembuhan

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan penggunaan kata-kata yang menjanjikan penyembuhan sebesar 100% dari jumlah frekuensi sebanyak 31 yang diambil dari keseluruhan populasi Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan yang menjanjikan penyembuhan paling banyak ditemui dalam jenis iklan pengobatan alternatif dengan presentase sebesar 100%.



Ket:  
 Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.29** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesiapenggunaan kata-kata yang menjanjikan penyembuhan yaitu “Ki Sapro Jagad, Menyembuhkan Segala Penyakit” “Pengobatan Tradisional, Kesembuhan anda kami jamin” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

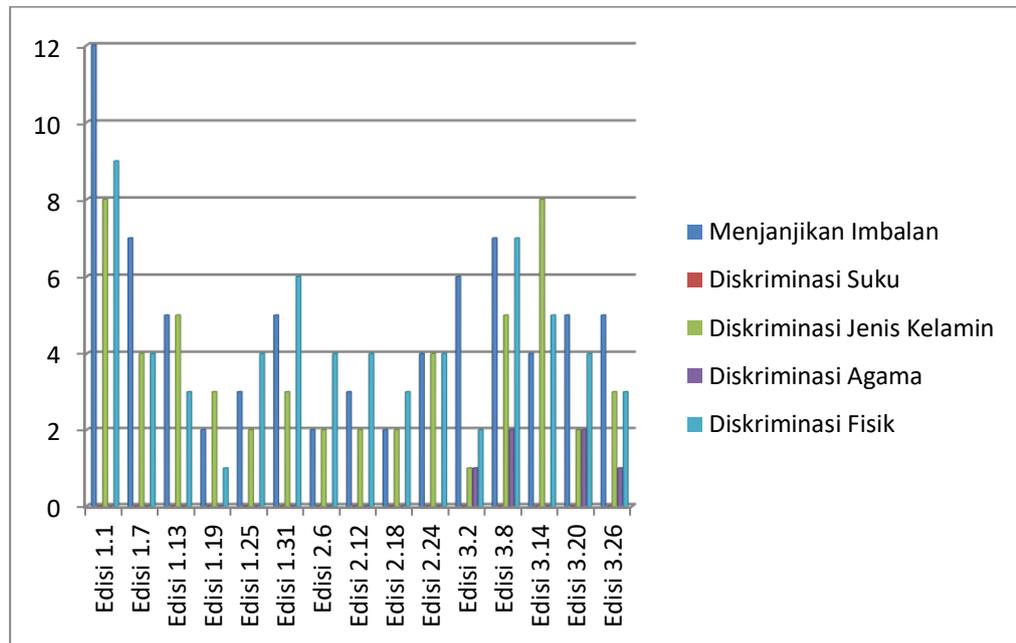


Gambar 2.30 Gambar Pelanggaran Iklan Syarat dan Ketentuan

### 7. Menjanjikan Imbalan, Diskriminasi Suku, Diskriminasi Jenis Kelamin, Diskriminasi Agama, Diskriminasi Fisik dalam Iklan Lowongan Pekerjaan

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan teknik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 411 iklan, dengan jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 572.

Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia pada pelanggaran dalam lowongan pekerjaan.

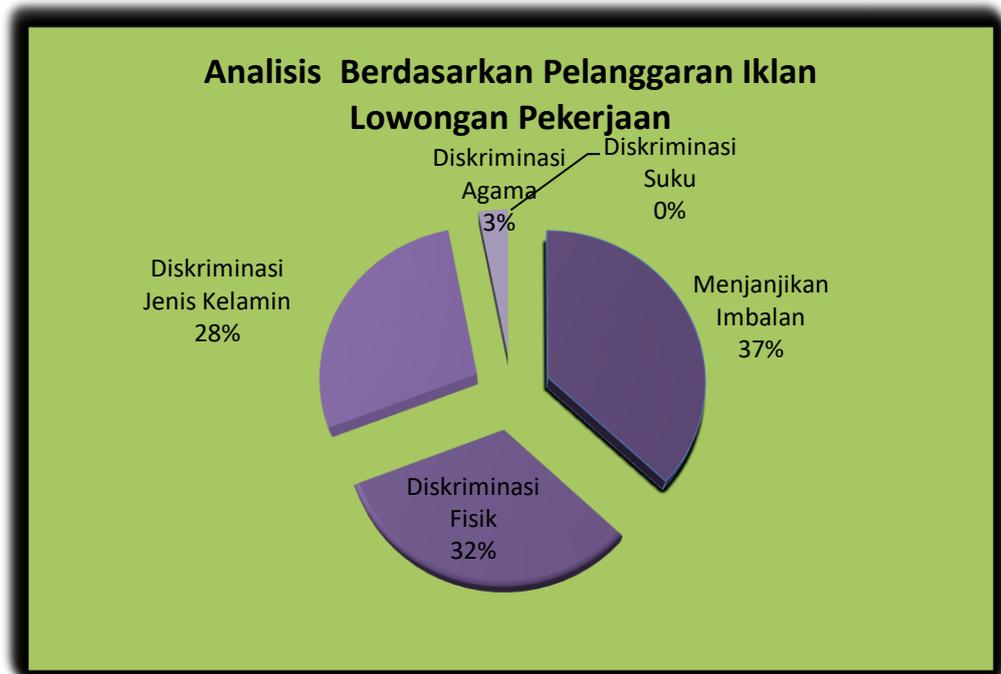


**Gambar 2.31** Grafik Analisis Pelanggaran Menjanjikan Imbalan, Diskriminasi Suku, Diskriminasi Jenis Kelamin, Diskriminasi Agama, Diskriminasi Fisik dalam Iklan Lowongan Pekerjaan

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa iklan lowongan pekerjaan yang “menjanjikan imbalan” melakukan pelanggaran terbanyak. Selain itu dapat dilihat juga bahwa pada edisi 1 Januari, 2 Januari dan 8 Maret terlihat lebih dominan melakukan pelanggaran. Selanjutnya pelanggaran dengan makna “mendiskriminasi fisik” paling banyak dilakukan pada edisi 1 Januari dan dominan dilakukan pada edisi, lalu pelanggaran dengan makna “diskriminasi jenis kelamin” paling banyak dilakukan pada edisi 1 Januari dan 14 Maret, dan pelanggaran yang bermakna “mendiskriminasi agama” dilakukan pada edisi 2 Maret, 8 Maret, 14 Maret, 20 Maret, 26 Maret, serta pelanggaran yang bermakna “mendiskriminasi suku” tidak terlihat di setiap

edisi dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.



**Gambar 2.32** Infografis Pelanggaran yang Menjanjikan Imbalan, Diskriminasi Suku, Diskriminasi Jenis Kelamin, Diskriminasi Agama, Diskriminasi Fisik dalam Iklan Lowongan Pekerjaan

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia iklan lowongan pekerjaan yaitu “menjanjikan imbalan”, “diskriminasi suku”, “diskriminasi jenis kelamin”, “diskriminasi agama” dan “diskriminasi fisik”. Dari diagram di atas dapat menunjukkan presentase pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia yang bermakna sama dengan “menjanjikan imbalan” sebanyak 36,9%,

“mendiskriminasi suku” 0%, “mendiskriminasi jenis kelamin” 27,7%, “mendiskriminasi agama” 3,1% dan “mendiskriminasi fisik” 32,2% dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam iklan kolom lowongan pekerjaan yang didominasi dengan penggunaan kata-kata yang bermakna sama dengan “menjanjikan imbalan” sebesar 36,9% dari frekuensi sebanyak 72 dari jumlah sampel keseluruhan sebanyak 195 pelanggaran. Di bawah ini adalah infografis pelanggaran dalam iklan kolom lowongan pekerjaan.

Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:

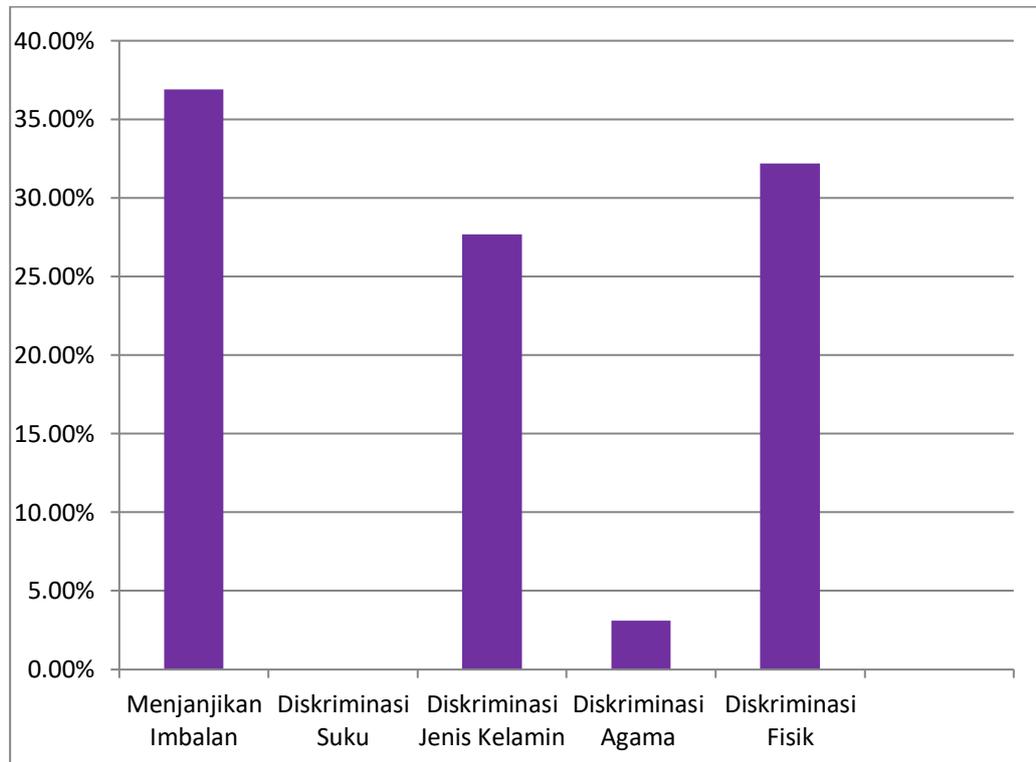


**Gambar 2.33** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan Lowongan Pekerjaan

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran

dalam iklan kolom lowongan pekerjaan sebanyak 195. Presentase terbesar yaitu penggunaan kata-kata bermakna sama dengan “menjanjikan imbalan” sebesar 36,9% dari frekuensi 72, diikuti dengan “diskriminasi fisik” presentasinya sebesar 32,2% dari frekuensi sebanyak 63, selanjutnya “diskriminasi jenis kelamin” dengan presentase 27,7% dari frekuensi sebanyak 54, dan “diskriminasi agama” dengan presentase 3,1% dari frekuensi 6, serta “diskriminasi suku” dengan presentase 0% dari frekuensi sebanyak 0 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam iklan yang memberikan janji imbalan, mendiskriminasi fisik, mendiskriminasi jenis kelamin, dan mendiskriminasi agama di temukan dalam iklan lowongan pekerjaan dengan presentase sebagai berikut: menjanjikan imbalan sebesar 36,9%, mendiskriminasi fisik sebesar 32,2%, diskriminasi jenis kelamin 27,7% dan diskriminasi agama sebesar 3,1%.



Ket:

Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.34** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwara Indonesia iklan kolom lowongan pekerjaan dengan penggunaan kata-kata bermakna sama dengan “menjanjikan imbalan” “Gaji UMR, Seragam, Bonus, Training dan Edukasi”, selanjutnya “diskriminasi fisik” “Cewek/Cowok, Sehat Jasmani dan Rohani, Berpenampilan Menarik” , “diskriminasi jenis kelamin “Tukang Masak, Pria Umur Maksimal 30 Tahun”, serta “diskriminasi

agama” “Butuh Segera CS Toko *Online*, Muslimah Berjilbab Max 25 Tahun, Bisa Membaca Al-Quran dengan Baik” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

**DIBUTUHKAN SEGERA**

Salam Semakin di Depan,  
Kami perusahaan penjualan  
otomotif membutuhkan  
karyawan/karyawati untuk  
posisi:

**BRAND PROMOTION (BP)**

• Dengan Kualifikasi Sbb

- Pria / Wanita
- Pendidikan min. SMP Sederajat
- Mampu Berkomunikasi dengan baik
- Siap mengikuti training
- Pengalaman tidak diutamakan
- Mau bekerja keras

• Fasilitas

- Gaji (UMR)
- Seragam
- Bonus
- Training & Edukasi

Kirinkan surat lamaran lengkap, ke:

**YAMAHA**  
SUMBER GLOBAL MOTOR

**GEDUNG CHEVROLET**  
JL. MAGELANG KM. 7,2 SENDANGADI  
JOMBOR MLATI, SLEMAN 55285

**BP. SRI HARTANTO, ST**

**DIBUTUHKAN SEGERA**

**Tukang Masak**

- Pria, umur maksimal 30 tahun
- Jujur, bisa bekerja keras
- Berpengalaman

Kirim Lamaran ke :



**Joglo Mlati**  
*Traditional Restaurant*

**Restoran Joglo Mlati**  
Jl. Kebon Agung 170,  
Sendangadi, Mlati  
Sleman, DIY.  
Telp/Fax 0274-866700

**BUTUH SEGERA CS TOKO ONLINE**

- » MUSLIMAH BERJILBAB MAX. 25 TH (SINGLE)
- » MAMPU BACA QUR'AN DENGAN BAIK
- » PENDIDIKAN MINIMAL SMA/SEDERAJAT, MAKSIMAL D3/SEDERAJAT
- » TIDAK SEDANG STUDI/TUGAS AKHIR
- » MENGUASAI MS-OFFICE, E-MAIL, CHAT
- » MEMILIKI KENDARAAN SENDIRI
- » DIUTAMAKAN WARGA ASLI DIY

Lamaran kirim ke:

**HRD JogjaBolic dotcom**  
Jl. Kapas No. 7 Kledokan CT Sleman YK-55283

**DIBUTUHKAN**

**PRAMUNIAGA / SERVER**  
*Penempatan di Jakal km 14, depan Ull*

**SYARAT :** • Cowok/ Cewek • Tekun

- Sehat Jasmani & Rohani • Berpengalaman
- Penampilan Menarik • Min SMA

Datang & bawa langsung lamaran ke:

**Bakpia Kurniasari**  
Ruko Pogunglor no. 6

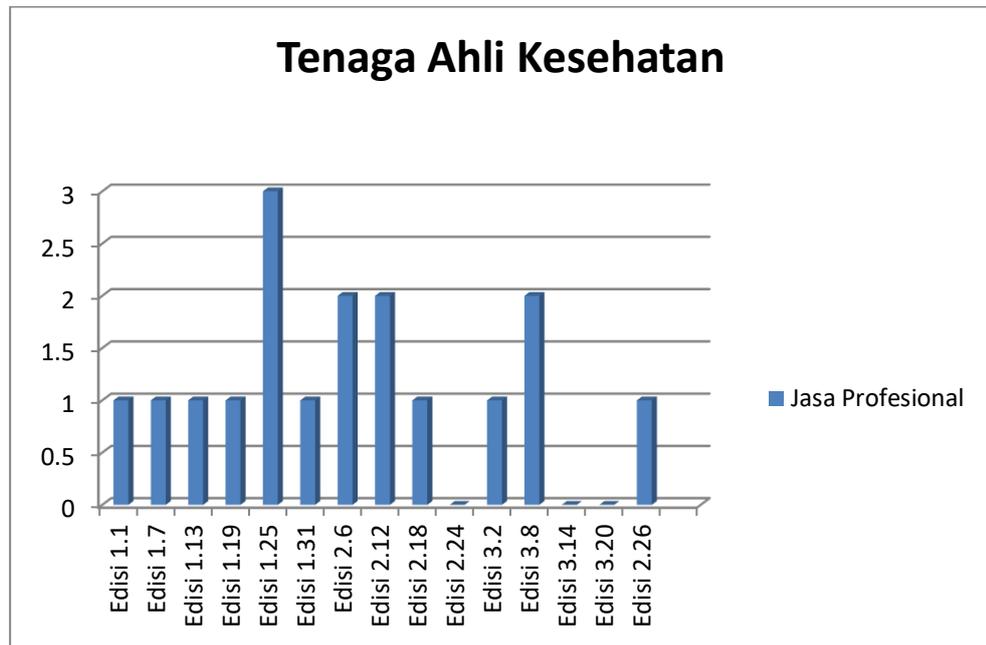


**Gambar 2.35** Gambar Pelanggaran Iklan Lowongan Pekerjaan

## 8. Tenaga Ahli Kesehatan

Jumlah surat kabar yang menjadi bahan penelitian dalam sampel ini sebanyak 15 edisi, mulai dari Januari sampai Maret 2017 yang dipilih dengan menggunakan teknik *random sampling*. Iklan kolom yang menjadi bahan analisis pada penelitian ini sebanyak 572 iklan dari keseluruhan jumlah iklan dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja sebanyak 411 iklan.

Grafik di bawah ini merupakan analisis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia pada iklan jasa profesional.



**Gambar 2.36** Grafik Pelanggaran Iklan Tenaga Ahli Kesehatan

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa iklan jasa profesional terjadi rata dengan jumlah yang sama pada setiap edisi dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Selanjutnya analisis objektivitas dapat dijelaskan dalam pelanggaran Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

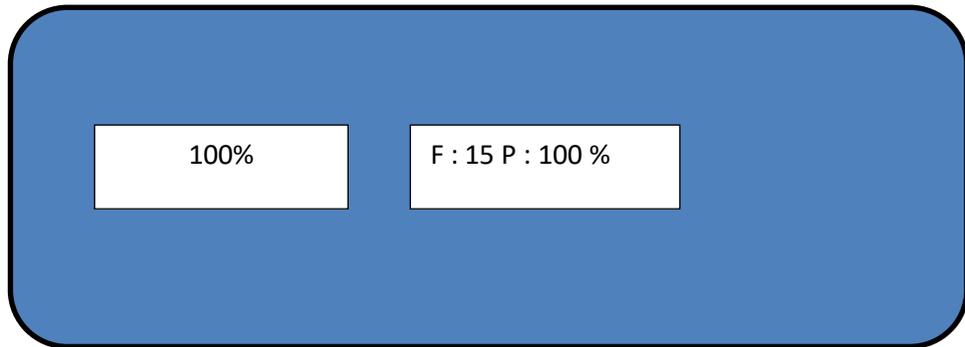


**Gambar 2.37** Infografis Pelanggaran Iklan Tenaga Ahli Kesehatan

Berdasarkan analisis objektivitas dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017 dari infografis di atas dapat dilihat presentase Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia iklan jasa profesional sebesar 100%.

Dari hasil presentase tersebut dapat dijelaskan bahwa Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia iklan jasa profesional sebesar 100% dari frekuensi sebanyak 17 iklan kolom.

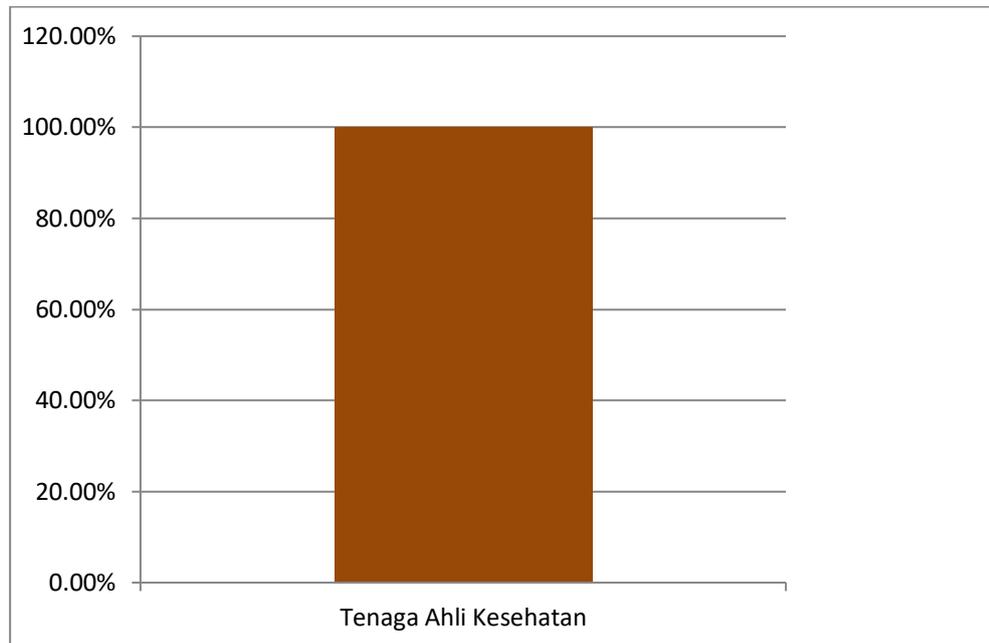
Analisis frekuensi dalam pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dengan F sebagai frekuensi dan P sebagai presentase pada infografis di bawah ini:



**Gambar 2.38** Infografis Frekuensi Pelanggaran Iklan Tenaga  
Ahli Kesehatan

Dapat diketahui bahwa Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja melakukan pelanggaran iklan jasa profesional sebesar 100% dari jumlah frekuensi sebanyak 17 dalam iklan jasa profesional diambil dari keseluruhan populasi Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Berdasarkan hasil di atas, pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia kategori iklan yang memberikan layanan jasa kesehatan banyak ditemukan dalam iklan tenaga ahli kesehatan dengan presentase sebesar 100%.



Ket:  
 Properti : Merah  
 Konveksi : Kuning  
 Pengobatan : Hijau  
 Otomotif : Biru  
 Lowker : Abu-abu  
 Layanan Jasa : Ungu  
 Tenaga Ahli : Coklat

**Gambar 2.39** Grafik Pelanggaran Berdasarkan Jenis Iklan

Contoh iklan kolom yang melanggar Etika Pariwisata Indonesia iklan jasa profesional yaitu “Ki Sapro Jagad, Menyembuhkan Segala Penyakit” “Pengobatan Tradisional, Kesembuhan anda kami jamin” dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

**AHLI GIGI HIDAYAT**  
Menerima:  
Pasang Gigi Palsu & Behel  
Berkwalitas & Bergaransi  
Bisa Dipanggil Kemana Saja  
& Bisa Langsung Jadi  
**Hub : 0878 5770 3936**  
**PIN: D6A4C113**

**AHLI GIGI KURNIAWAN**  
Menerima:  
Pasang gigi & Behel | Berkwalitas & bergaransi  
Harga : mulai 30an bisa dipanggil  
kemana saja & langsung jadi  
**Tlp/WA: 0856 0477 7987 M3**  
**0819 0416 7870 KL**

**AHLI GIGI MUHAMMAD**  
Pasang Gigi Palsu & Behel  
Jaket Gigi, Tambal Gigi Patah dll  
Berkwalitas & Bergaransi  
Bisa Dipanggil & Bisa Langsung Jadi  
**HP : 0857 4257 2891**  
**PIN : D6A4C113**

**Gambar 2.40** Infografis Pelanggaran Iklan Jasa Profesional



## **B. Uji Reliabilitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja**

Uji reliabilitas dilakukan berdasarkan definisi operasional yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk menilai konsistensi pengukuran data dan mengetahui tingkat objektivitas peneliti dalam pengkodean. Uji reliabilitas ini dilakukan pada sampel yang diperoleh secara *random* dengan menggunakan teknik *probability sampling* dalam artian teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015: 63).

Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus Holsti atau biasa disebut dengan Formula Holsti. Formula Holsti adalah uji reliabilitas antara *coder* yang paling banyak dipakai selain presentase persetujuan. Reliabilitas ditunjukkan dalam bentuk presentase. Reliabilitas ditunjukkan dalam presentase persetujuan beberapa besar presentase persamaan antar *coder* ketika menilai suatu isi. Rumus unyuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut (Eriyanto: 2011 289-190).

*Reliabilitas antar – coder*

$$CR = \frac{2m}{N_1 + N_2}$$

Dimana:

CR : *Coefecient Reliability*

M : *Coding* yang sama (disetujui oleh masing-masing *coder*)

N1 : *Coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 : *Coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Dimana M adalah jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh masing-masing *coder*). N1 adalah jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1, dan N2 adalah jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2. Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satu pun yang disetujui oleh para *coder*. Semakin tinggi angka, maka semakin tinggi pula reliabilitas. Dalam rumus Holsti, reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, jika hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7 atau 70% maka penelitian dapat dikatakan *valid* atau bisa diterima sebagai kepercayaan, tetapi jika di bawah angka 0,7 atau 70% maka penelitian ini tidak valid (Eriyanto, 2011: 290). Berdasarkan operasionalisasi yang sudah ada, maka diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

**1. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Superlatif**



**Gambar 2.41** Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Superlatif

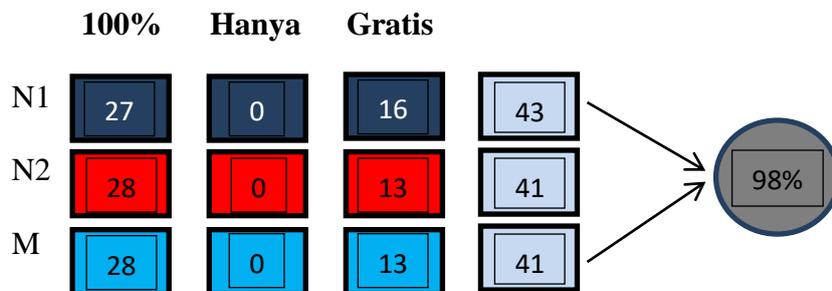
$$CR = \frac{2m}{N1+N2} = \frac{2 \times 139}{139+139} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja penggunaan kata superlatif yaitu “paling”, “no 1”, “nomor satu”, dan “berawalan ter” mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak

mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis di atas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja paling banyak dilakukan pada penggunaan kata-kata “berawalan ter” sebanyak 88 dari jumlah keseluruhan pelanggaran iklan kategori superlatif sebanyak 139. Sedangkan kata-kata superlatif lainnya ditemukan lebih sedikit pelanggaran yaitu kata yang bermakna sama dengan “top” sebanyak 27, dan “paling” sebanyak 24, sedangkan “no 1” tidak ditemukan adanya pelanggaran dari jumlah keseluruhan sampel 139 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

## 2. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Tertentu



**Gambar 2.42** Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Tertentu

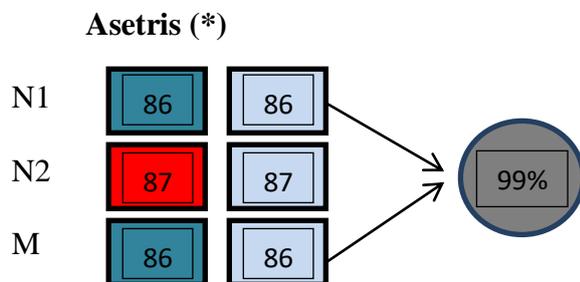
$$CR = \frac{2m}{N_1+N_2} = \frac{2 \times 41}{43+41} = 0,98 = 98\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja penggunaan kata-kata tertentu yaitu “100%”, “hanya” dan “gratis”, mencapai 98%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan

yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis diatas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja paling banyak dilakukan pada penggunaan kata-kata “100%” sebanyak 27 dari jumlah keseluruhan pelanggaran iklan kategori superlatif sebanyak 43. Sedangkan kata-kata tertentu lainnya ditemukan lebih sedikit pelanggaran yaitu kata “gratis” sebanyak 16, dan kata“hanya” tidak ditemukan adanya pelanggaran dari jumlah keseluruhan sampel 43 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

### 3. Uji Reliabilitas Berdasarkan Tanda Asetris (\*)



**Gambar 2.43** Uji Reliabilitas Penggunaan Tanda Asetris (\*)

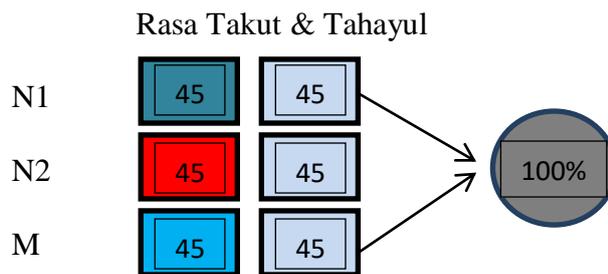
$$CR = \frac{2m}{N_1+N_2} = \frac{2 \times 86}{86+87} = 0,99 = 99\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja penggunaan tanda asetris (\*) mencapai hasil 98%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1)

dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis di atas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dilakukan pelanggaran pada penggunaan tanda asetris (\*) sebanyak 86 dari jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 86 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

#### 4. Uji Reliabilitas Rasa Takut dan Tahayul



**Gambar 2.44** Uji Reliabilitas Berdasarkan Rasa Takut dan Tahayul

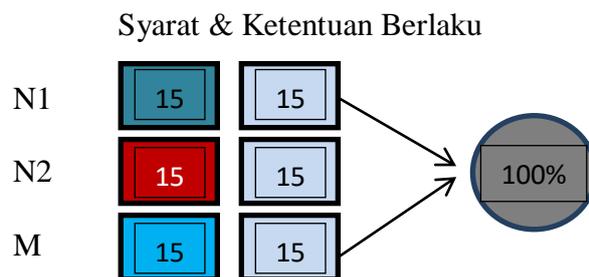
$$CR = \frac{2m}{N1+N2} = \frac{2 \times 45}{45+45} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia yang mengandung rasa takut dan mengandung makna tahayul Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja mencapai hasil 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis di atas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia yang mengandung rasa takut dan mengandung makna tahayul

dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dilakukan sebanyak 45 dari jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 45 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

### 5. Uji Reliabilitas Syarat dan Ketentuan



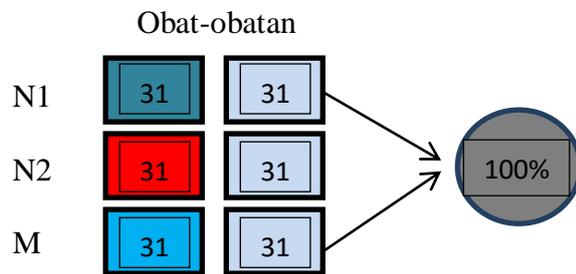
**Gambar 2.45** Uji Reliabilitas Berdasarkan Syarat dan Ketentuan

$$CR = \frac{2m}{N_1+N_2} = \frac{2 \times 15}{15+15} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan kata syarat dan ketentuan dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja mencapai hasil 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis diatas pelanggaran Etika Pariwara Indonesiapenggunaan kata syarat dan ketentuan berlaku dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dilakukan sebanyak 15 dari jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 15 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

## 6. Uji Reliabilitas Obat-obatan



**Gambar 2.46** Uji Reliabilitas Berdasarkan Iklan Obat-obatan

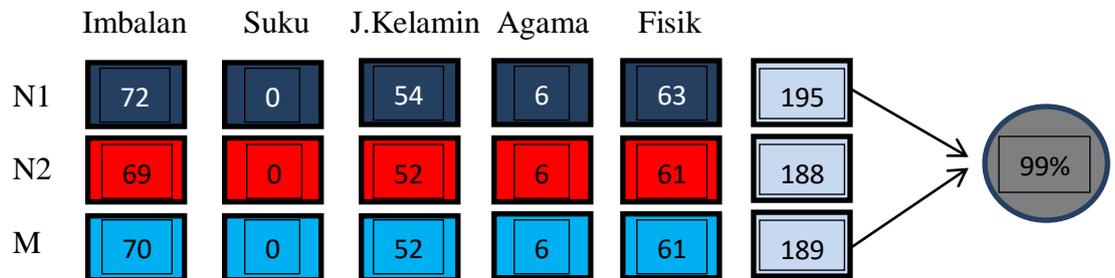
$$CR = \frac{2m}{N_1+N_2} = \frac{2 \times 31}{31+31} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia menjanjikan penyembuhan dalam iklan obat-obatan pada Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis diatas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesiamenjanjikan penyembuhan dalam iklan obat-obatan pada Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja dilakukan sebanyak 31 dari jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 31 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

## 7. Uji Reliabilitas Iklan Lowongan Pekerjaan

Lowongan Pekerjaan



**Gambar 2.47** Uji Reliabilitas Berdasarkan Iklan Lowongan Pekerjaan

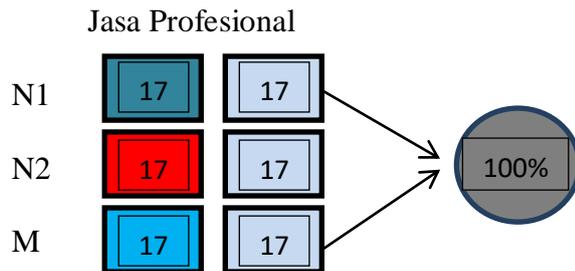
$$CR = \frac{2m}{N_1+N_2} = \frac{2 \times 189}{195+188} = 0,99 = 99\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Jogja kategori lowongan pekerjaan yaitu “menjanjikan imbalan”, “diskriminasi suku”, “diskriminasi jenis kelamin”, “diskriminasi agama” dan “diskriminasi fisik” mencapai 99%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis di atas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja paling banyak dilakukan pada penggunaan kata-kata yang mengandung makna “menjanjikan imbalan” sebanyak 72 dari jumlah keseluruhan pelanggaran iklan kategori lowongan pekerjaan sebanyak 195. Sedangkan pelanggaran kategori lowongan pekerjaan lainnya ditemukan lebih sedikit pelanggaran yaitu “diskriminasi fisik” sebanyak 63, “diskriminasi jenis kelamin” 54 dan “diskriminasi suku” tidak ditemukan adanya pelanggaran dari jumlah

keseluruhan sampel 139 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

### 8. Uji Reliabilitas Iklan Tenaga Ahli



**Gambar 2.48** Uji Reliabilitas Berdasarkan Iklan Tenaga Ahli

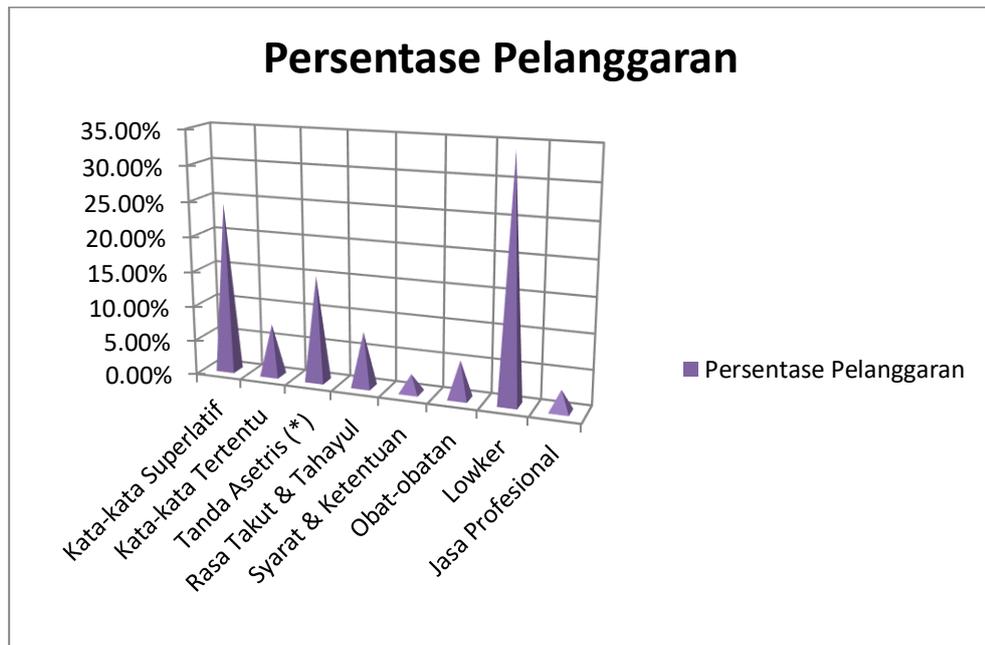
$$CR = \frac{2m}{N_1+N_2} = \frac{2 \times 17}{31+17} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia iklan jasa profesional Surat Kabar Harian Jogja mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antar pengkode 1 (N1) dan pengkode 2 (N2) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

Berdasarkan gambar infografis diatas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia iklan jasa profesional Surat Kabar Harian Tribun Jogja dilakukan sebanyak 17 dari jumlah keseluruhan pelanggaran sebanyak 17 dan dari jumlah keseluruhan sampel pelanggaran sebanyak 572 dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

### C. Analisis Berdasarkan Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada Setiap Pasal

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui pasal mana yang paling banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017, serta untuk mengetahui jumlah presentase dari setiap pasal yang melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 iklan kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja.



**Gambar 2.49** Persentase Pelanggaran EPI

Dari hasil analisis yang dilakukan maka diketahui bahwa pelanggaran Etika Pariwara Indonesia yang paling banyak dilakukan adalah iklan lowongan pekerjaan sebesar 34,1% dari jumlah frekuensi sebesar 195 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Kedua*, pelanggaran yang dilakukan dengan penggunaan kata-kata superlatif dengan presentase sebesar 24,3% dari jumlah frekuensisebanyak 139 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Ketiga*, pelanggaran yang dilakukan dengan penggunaan tanda asetris (\*) dengan presentase sebesar 15,2% dari jumlah frekuensisebanyak 87 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Keempat*, pelanggaran yang dilakukan dengan mengundang rasa takut dan mengandung rasa tahayul dengan presentase sebesar 7,9% dari jumlah frekuensisebanyak 45 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Kelima*, pelanggaran yang dilakukan dengan penggunaan kata-kata tertentu dengan presentase sebesar 7,5% dari jumlah frekuensisebanyak 43 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Keenam*, pelanggaran yang dilakukan oleh iklan obat-obatan dengan presentase sebesar 5,4% dari jumlah frekuensisebanyak 31 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Ketujuh*, pelanggaran yang dilakukan jasa profesional dengan presentase sebesar 3% dari jumlah frekuensisebanyak 17 dan dari jumlah

keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

*Kedelapan*, pelanggaran yang dilakukan dengan penggunaan kata-kata syarat dan ketentuan dengan presentase sebesar 2,6% dari jumlah frekuensisebanyak 15 dan dari jumlah keseluruhan sampel sebanyak 411 Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode Januari sampai Maret 2017.

Dengan hasil yang sudah diperoleh peneliti, yang menunjukkan kesalahan terbesar pada iklan kolom Surat Kabar Tribun Jogja adalah pada iklan lowongan pekerjaan dengan presentase mencapai 34,1% dan penggunaan kata-kata syarat dan ketentuan yang berlaku mendapatkan presentase paling rendah yaitu 2,6%.

Pada pedoman kitab Etika Pariwara Indonesia terdapat pasal-pasal yang mengatur tata cara pelaksanaan kegiatan periklanan khususnya media cetak. Pasal-pasal yang digunakan dalam mengatur iklan pada media cetak menjelaskan iklan tidak boleh mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu, iklan lowongan pekerjaan tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh, iklan lowongan pekerjaan tidak boleh memberi indikasi adanya diskriminasi atas suku, jenis kelamin, agama, atau ras tertentu, kecuali jika secara khusus menyertakan alasan dibutuhkannya suku, jenis kelamin, agama, atau ras tertentu tersebut. Menurut peneliti, hal tersebut dilakukan para pengiklan

sebagai salah satu cara untuk membuat target *audience* tertarik dengan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh.

#### **D. Analisis Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia**

Saat ini media cetak seperti majalah dan koran menggunakan subsidi dari iklan untuk menutupi biaya produksinya. Namun di sisi lain iklan juga memberikan dampak negatif misalnya saja, iklan dapat memunculkan budaya materialistis dan memunculkan perilaku *stereotype*. Dengan *tagline* yang *powerfull* dan memberikan janji-janji yang menggiurkan, para pelaku iklan berusaha mempengaruhi konsumen yang menjadi target pasarnya. Di Indonesia sendiri, tidak jarang konsumen langsung tertarik dan terpengaruh dengan iklan-iklan yang dikemas sedemikian rupa oleh pengiklan.

Iklan dengan kata-kata superlatif memang paling ampuh dalam mempengaruhi konsumen dari pada iklan yang tidak menggunakan kata superlatif. Dalam Etika Pariwisata Indonesia iklan yang menggunakan kata-kata superlatif tanpa dilandasi dengan alasan-alasan yang jelas, sebenarnya mereka sudah dianggap melanggar kode etik periklanan. Dalam butir pasal “1.2.2 Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, “top” atau kata-kata “berawalan ter” dan atau bermakna sama, tanpa secara khas menjelaskan keunggulan tersebut yang harus dapat dibuktikan dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait. Tidak hanya itu, pada butir pasal 1.2.3 penggunaan kata-kata tertentu seperti “100%”,

“hanya”, “gratis” dan lain sebagainya juga melanggar kode etik yang telah ditetapkan. Jika dilihat dari Etika Pariwisata Indonesia , sering kali kita melihat iklan yang ada di media cetak maupun elektronik banyak yang melanggar kode etik periklanan (<http://www.kompasmania.com/priambodo18/iklan-kode-etik-vs-kreativitas5528a7e7f17e612a718b4575>, diakses pada Jumat, 9 Juni 2017 pukul 16.30).

Tidak dipungkiri lagi hal ini menjadi senjata andalan bagi para pelaku iklan untuk menarik konsumen. Dengan menggunakan kata-kata superlatif seperti terbaik, termurah, terlengkap kata-kata berlebihan, menggunakan janji-janji dan lain sebagainya memang terlihat menguntungkan bagi para pelaku iklan untuk mempengaruhi konsumen (<http://www.kompasmania.com/priambodo18/iklan-kode-etik-vs-kreativitas5528a7e7f17e612a718b4575>, diakses pada Jumat, 9 Juni 2017 pukul 20.00).

Dalam teori *spiral of silence* dijelaskan bahwa iklan yang menggunakan kata-kata superlatif, kata-kata tertentu dan lain sebagainya membungkam suara mayoritas yaitu konsumen yang tidak diberi ruang untuk memberi testimoni. Untuk kultivasi sendiri, banyak iklan menampilkan realitas faktual yaitu dengan menggambarkan kata termurah, terbaik, terlengkap dan sebagainya yang sebenarnya masih banyak produk yang harganya lebih murah, lebih baik dan lebih lengkap dibandingkan produk barang atau jasa yang ditawarkan. Pada teori agenda *setting* bahwa

Iklan Kolom Surat Kabar Harian Tribun Jogja membuat publik berpikir bahwa produk barang dasa yang ditawarkan merupakan produk yang terbaik, terpercaya, paling murah, paling bagus, top dan akhirnya terjadi proses pembelian oleh konsumen. Hal ini dilakukan karena ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan kata-kata tersebut (Sinaga, 2012: 1).