

**Analisis Isi Etika Pariwara Indonesia (EPI) Dalam Iklan *Display*
Produk Pertanian di Majalah Trubus Edisi Januari-Desember
2015**

**Content Analysis of Violations of The Ethics Pariwara Indonesia in The *Display*
Advertisement Agricultural Products in Trubus Magazine Edition January to December
2015**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Sandra Nawa Ningsih

20120530084

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Pada:

Hari / Tanggal : Selasa / 12Maret 2019
Pukul : 11.00 – 12.00 WIB
Tempat : Ruang Negosiasi, Jurusan Ilmu Komunikasi
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Haryadi Arief Nuur S.IP.M.Sc.

Penguji I

Penguji II

Dr. Fajar Junaedi, S.Sos.M.Si

Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom, MA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1)

Tanggal 12 Maret 2019

Mengesahkan,

Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP.M.Sc.

NIK.19701122199702163051

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sandra Nawa Ningsih

Nomor Mahasiswa : 20120530084

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia (EPI) Dalam Iklan Display Produk Pertanian di Majalah Trubus Edisi Januari-Desember 2015" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Maret 2018

Sandra Nawa Ningsih

MOTTO

Anytime someone tells me that i can't do something,

i want to do it more

-Taylor Swift-

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadirat ALLAH SWT, kupersembahkan karya ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.
2. Kedua orang tuaku Papa ku tersayang Drs Herus Susanto dan Mama Retno Wahyuningsih yang selalu memberi doa dan dukungan moril dan materil sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi)
3. Nisa, Adi Hartono, Dita Mayasari, Vannisa, Yusra, Alan Kusuma yang telah meluangkan waktu, tenaga dan mendengarkan keluh kesah selama proses pembuatan skripsi. Love you coy .
4. Teman-teman aku Cepia, Tetha, Rifah, Tiwi, Adit, Ranum, Erna, yang selalu menyemangati dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi). Ratu nongki wisuda guys! .
5. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi Linda Arsinta dan Reni Yunita. Akhirnya kita menghempaskan drama-drama wisuda ini.
6. Teman- teman IK B 2012 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Isi Etika Pariwisata Indonesia (EPI) Dalam Iklan Display Produk Pertanian di Majalah Trubus Edisi Januari-Desember 2014”. Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Kedua Orang Tua ku yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.

5. Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom, MA selaku dosen penguji, terima kasih atas saran dan pertanyaannya yang mendetail sehingga sangat membantu skripsi ini lebih terarah.
6. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji, terima kasih atas saran dan pertanyaannya yang mendetail sehingga sangat membantu skripsi ini lebih terarah.
7. Seluruh dosen, staff dan karyawan Prodi Ilmu Komunikasi
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Maret 2019

Penulis

Sandra Nawa Ningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori.....	8
1. Periklanan.....	9
2. Iklan Media Cetak.....	11
3. Etika.....	16
4. Etika Pariwisata Indonesia.....	18
F. Metodologi.....	23
1. Metodologi Analisis Isi.....	24
2. Jenis Analisis.....	25
3. Unit Analisis.....	25
4. Populasi.....	28
5. Reliabilitas.....	28
6. Validitas.....	30
7. Teknik Analisis Data.....	31
BAB II GAMBARAN UMUM MAJALAH TRUBUS	
A. Sejarah dan Perkembangan Majalah Trubus.....	32

B. Konglomerasi Media Indonesia.....	34
C. Profil Majalah Trubus.....	37
D. Visi dan Misi Majalah Trubus.....	39
E. Struktur Organisasi Majalah Trubus.....	40
F. Kantor Biro Majalah Trubus.....	41
G. Kategori Rubrik Dalam Majalah Trubus.....	41

BAB III PEMBAHASAN

A. Jenis Pelanggaran Dan Brand Iklan Yang Melanggar di Setiap Edisi.....	46
1. Edisi Januari 2015.....	46
2. Edisi Febuari 2015.....	48
3. Edisi Maret 2015.....	50
4. Edisi April 2015.....	52
5. Edisi Mei 2015.....	53
6. Edisi Juni 2015	55
7. Edisi Juli 2015.....	57
8. Edisi Agustus 2015.....	59
9. Edisi September 2015.....	61
10. Edisi Oktober 2015.....	63
11. Edisi November 2015.....	65
12. Edisi Desember 2015.....	66
B. Uji Reabilitas dan Persentase Pelanggaran EPI Iklan <i>Display</i> Produk Pertanian di Majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015.....	68
1. Kata-kata Superlatif.....	69
2. Tanda Asteris (*).....	70
3. Ketaktersediaan Hadiah.....	71
4. Kata Satu-satunya.....	73
5. Garansi.....	74
6. Pemakain Kata Gratis.....	75

7. Perbandingan.....	77
8. Penggunaan Kata Tertentu.....	78
9. Hiperbola.....	79
C. Analisis Penyebab Pelanggaran EPI.....	80
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Iklan Pupuk Cair Hayati Bioto Grow Gold.....	4
Tabel 1.1 Tabel unit pencatatan (Recording units).....	23
Tabel 2.1 Tabel Konglomerasi Media Indonesia.....	35
Tabel 2.2 Tabel Rubik dalam majalah Trubus.....	41
Gambar 3.1 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Januari 2015.....	46
Gambar3.2 Grafik Brand yang Melanggar Edisi Januari 2015.....	46
Gambar3.3 Contoh Iklan yang Melanggar Edisi Januari 2015.....	47
Gambar3.4 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Febuari 2015.....	48
Gambar 3.5 Grafik Brand yang Melanggar Edisi Febuari 2015.....	48
Gambar 3.6 Contok Iklan yang Melanggar Edisi Febuari 2015.....	49
Gambar 3.7 Grafis Jenis Pelanggaran Edisi Maret 2015.....	50
Gambar3.8 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Maret 2015.....	50
Gambar3.9 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Maret 2015.....	51
Gambar 3.10 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi April 2015.....	52
Gambar 3.11 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi April 2015.....	52
Gambar3.12 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi April 2015.....	53
Gambar 3.13 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Mei 2015.....	53
Gambar 3.14 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Mei 2015.....	54
Gambar 3.15 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Mei 2015.....	55
Gambar3.16 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Juni 2015.....	55

Gambar 3.17 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Juni 2015.....	56
Gambar3.18 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Juni 2015.....	57
Gambar3.19 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Juli 2015.....	57
Gambar 3.20 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Juli 2015.....	58
Gambar3.21 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Juli 201.....	59
Gambar 3.22 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Agustus 201.....	59
Gambar3.23 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Agustus 2015.....	60
Gambar3.24 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Agustus 201.....	61
Gambar3.25 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi September 2015.....	61
Gambar 3.26 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi September 201.....	62
Gambar 3.27 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi September 20.....	62
Gambar 3.28 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Oktober 2015.....	63
Gambar 3.29 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Oktober 2015.....	63
Gambar3.30 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Oktober 20.....	64
Gambar 3.31 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi November 2015.....	65
Gambar 3.32 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi November 2015.....	65
Gambar3.35 Contoh Iklan yang Melanggar Edisi November 2015.....	66
Gambar3.34 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Desember 2015.....	67
Gambar 3.35 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Desember 201.....	67
Gambar 3.36 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Desember 2015.....	68
Tabel3.1 Tabel coder dan Persentae Penggunaan kata superlatif.....	69
Gambar3.37 Diagram persentase pelanggaran kata superlatif.....	70

Tabel 3.2 Tabel coder dan persentase berdasarkan tanda asteris	70
Gambar 3.38 Diagram persentase pelanggaran tanda asteris (*).....	71
Tabel 3.3 Tabel <i>coder</i> dan persentase berdasarkan ketaktersediaan hadiah.....	71
Gambar 3.39 Diagram Persentase pelanggaran berdasarkan ketaktersediaan hadiah	72
Tabel 3.4 Tabel <i>coder</i> dan persentase berdasarkan kata satu-satunya.....	73
Gambar 3.39 Diagram persentase pelanggaran kata satu-satunya.....	74
Tabel 3.5 Tabel coder dan persentase berdasarkan garansi.....	74
Gambar 3.40 Diagram persentase pelanggaran penggunaan kata garansi.....	75
Tabel 3.6 Tabel <i>coder</i> dan persentase berdasarkan kata gratis.....	75
Gambar 3.41 Diagram persentase pelanggaran kata gratis.....	76
Tabel 3.7 Tabel <i>coder</i> dan persentase berdasarkan perbandingan.....	77
Gambar 3.42 Diagram persentase pelanggaran perbandingan.....	78
Tabel 3.8 Tabel <i>coder</i> dan persentase berdasarkan kata tertentu.....	78
Gambar 3.42 Diagram Persentase pelanggaran kata tertentu.....	79
Tabel 3.9 Tabel coder dan persentase berdasarkan hiperbola.....	79
Gambar 3.45 Diagram persentase pelanggaran hiperbola.....	80