

**PELANGGARAN ETIKA IKLAN LOWONGAN PEKERJAAN PADA  
SURAT KABAR HARIAN TRIBUN JOGJA EDISI 1 APRIL-30 APRIL  
2019**

*“The Violation of The Ethics of Job Vacancy Ads in April 1 - April 30 2019”*

**NASKAH PUBLIKASI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

**VANNISA FITRA RAHMI**

**20120530083**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Naskah Publikasi ini dengan judul :

**PELANGGARAN ETIKA IKLAN LOWONGAN PEKERJAAN PADA  
SURAT KABAR HARIAN TRIBUN JOGJA EDISI 1 APRIL-30 APRIL**

**2019**

Oleh :

**Vannisa Fitra Rahmi**

**20120530083**

Yang disetujui :

**Dosen Pembimbing**



**Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini meneliti pelanggaran Etika Pariwara Indonesia yang terjadi dalam Iklan Baris Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode April 2019. Tujuan dari penelitian ini yaitu: Guna menemukan bentuk-bentuk pelanggaran, mengetahui frekuensi, serta mendeskripsikan secara kuantitatif jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam iklan baris pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja selama April 2019.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan sampel sebanyak 30 edisi surat kabar harian, yang dipilih dengan menggunakan teknik random sampling. Terdapat 739 iklan dari sampel keseluruhan, dengan jumlah pelanggaran sebanyak 2024. Pada penelitian ini dijelaskan secara rinci jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia melalui uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Holsti untuk mengetahui presentase persetujuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggaran paling banyak dilakukan adalah Iklan lowongan kerja 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. Dengan persentase sebesar 38%. Pelanggaran yang dilakukan dengan penggunaan Iklan lowongan kerja tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh dengan persentase sebesar 34%. Pelanggaran yang dilakukan dengan Iklan lembaga pendidikan mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu dengan persentase sebesar 28%.

Kata Kunci: Iklan, Etika, Etika Pariwara Indonesia, Surat Kabar Harian Tribun Jogja

## **ABSTRACT**

This study examines violations of the Indonesian Pariwara Ethics that occur in the Tribun Jogja Daily Newspaper Class Advertisements for the April 2019 period. The objectives of this study are: To find violations, know the frequency, and quantitatively describe the types of violations of Ethics Pariwara Indonesia in advertisements row on Jogja Jogja Daily Newspaper during April 2019.

The type of research used is descriptive quantitative with a sample of 30 editions of daily newspapers, which were selected using the random sampling technique. There were 739 advertisements from the whole sample, with a total violation of 2024. In this study, the types of violations of Pariwara Ethics in

Indonesia were explained in detail through reliability testing using the Holsti formula to find out the percentage of approval.

The results of this study indicate that violations are most often carried out. Job advertisements may not give an indication of discrimination over a particular ethnicity, sex, religion or race, unless specifically including the reasons for the need for a particular ethnicity, gender, religion or race. With a percentage of 38%. Violations committed with use Job advertisements may not overly promise rewards to be obtained with a percentage of 34 %. Violations committed with the advertisement of educational institutions contain promises to obtain certain jobs or income with a percentage of 28%.

Keywords : Advertising, Ethics, Etika Pariwisata Indonesia, Tribun Jogja Daily Newspaper

## **Pendahuluan**

Iklan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Dalam suatu kampanye periklanan, terdapat banyak media yang dapat digunakan tergantung pada produk dan kebutuhan iklan. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media cetak. Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Iklan baris (*classified advertising*) memberikan sumbangan pendapatan yang cukup signifikan bagi surat kabar. Pada iklan baris sejumlah iklan disusun di bawah subjudul sesuai dengan jenis barang atau jasa yang diiklankan. Iklan baris dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama, yakni iklan properti, otomotif, dan lowongan pekerjaan.

Surat kabar yang digunakan dalam penelitian ini adalah surat kabar Tribun Jogja. Dari hasil pengamatan yang dilakukan pelanggaran iklan baris lowongan pekerjaan paling banyak terdapat pada surat kabar Tribun Jogja dengan jumlah iklan terdapat 100 buah dan pelanggaran terdapat 27 buah iklan. Dibandingkan dengan surat kabar Harian Jogja yang terdapat 22 iklan baris lowongan pekerjaan dengan jumlah pelanggaran 1 dan surat kabar Kedaulatan Rakyat yang terdapat 39 iklan baris lowongan pekerjaan dengan jumlah pelanggaran 10 buah.

Tribun pertama kali muncul pada tahun 2003. Sebagai uji coba, Tribun pertama kali diterbitkan di Balikpapan, Kalimantan Timur. Sedangkan PT. Media Tribun Jogja hadir di kota pelajar Yogyakarta pada 2010. Beralamat di Jalan Jenderal Sudirman No. 52 Yogyakarta, PT. Media Tribun Jogja mampu mencetak surat kabar harian Tribun Jogja hingga 65.000 eksemplar setiap harinya dengan isi berita yang berkonsepkan Lifestyle. Pembagian isi berita terdiri dari berita lokal sebanyak 75 persen dan 25 persen untuk berita nasional dan internasional.

## **Kerangka Teori**

### **1. Periklanan**

Periklanan merupakan bagian dari bauran promosi (promotion mix) dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran (marketing mix). Periklanan didefinisikan sebagai bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran (Kotler, 2004: 658). Masyarakat Periklanan Indonesia mendefinisikan iklan sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat (Kasali, 2007:11). Secara sederhana iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (Kasali, 2007:9).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa iklan adalah semua bentuk presentasi nonpersonal yang dimaksudkan untuk mempromosikan gagasan, atau memberikan informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk yang dibiayai pihak sponsor tertentu.

## 2. Jenis-jenis Iklan Dalam Surat Kabar Harian

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori. Dilihat dari ruang lingkungannya, maka kategorisasinya adalah surat kabar *lokal*, *regional* dan *nasional*. Kebanyakan surat kabar terbit setiap hari sehingga disebut dengan surat kabar harian yang melayani kebutuhan masyarakat dalam skala nasional atau lokal. Namun ada juga surat kabar yang terbit mingguan dan surat kabar dengan pembaca khusus (*special-audience newspapers*) yang memiliki karakteristik khusus (Morissan, 2014: 302).

Iklan surat kabar atau iklan koran diklasifikasikan sebagai berikut:

### a. Iklan Baris

Pada iklan baris sejumlah iklan disusun di bawah satu subjudul sesuai dengan jenis barang atau jasa yang diiklankan. Umumnya iklan baris hanya terdiri dari pesan-pesan komersial yang berhubungan dengan kebutuhan pengiklan (Morissan, 2014: 305). Biaya iklan baris dihitung dari jumlah kata per kata yang dijejerkan/dibariskan dalam format satu koloman menurun. Iklan ini biasanya mempunyai judul, dan berkelompok menurut judulnya.

### b. Iklan Display

Iklan *display* adalah iklan yang terdiri dari judul dan teks serta kombinasi dari foto, gambar, dan tampilan visual lainnya. Iklan ini biasanya muncul pada setiap halaman surat kabar dan biasanya menyumbang iklan sebanyak 70%. Terdapat dua tipe iklan *display* pada surat kabar yaitu iklan lokal dan nasional (umum) (Morissan, 2014: 304). Iklan *display* banyak yang berwarna dan biayanya diukur dengan menghitung luas per

milimeter kolomnya dengan dikalikan sejumlah ongkos tertentu sesuai tarif iklan per milimeter kolomnya.

c. Iklan Khusus (sisipan)

Iklan khusus atau biasa disebut dengan iklan sisipan merupakan suatu bentuk lembaran yang berisi iklan dan dipublikasi oleh penerbit/kelompok surat kabar. Di Indonesia, sisipan yang kita kenal adalah lembaran yang seringkali diselipkan pada surat kabar, yang berisi penawaran-penawaran akan barang atau jasa. Materi sisipan ini biasanya sederhana, berisi pesan tunggal akan bentuk promosi, pembukaan usaha dagang, undangan pertunjukan, dan hal-hal yang bersifat lokal dimana *event* itu akan diadakan. Iklan sisipan biasanya tidak muncul di halaman surat kabar (Morrison, 2014: 306).

### 3. Etika Pariwisata Indonesia

Etika Pariwisata Indonesia (EPI) adalah ketentuan-ketentuan normatif yang menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaati, dan ditegakkan oleh semua asosiasi dan lembaga pengembangannya. Etika Pariwisata Indonesia (EPI) merupakan pedoman dalam periklanan di Indonesia, yang mempunyai konten berupa konten-konten normatif mengenai tata krama dan tata cara, menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaati, dan ditegakkan oleh semua asosiasi dan lembaga pengembangannya (EPI, 2007:18).

#### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif yang menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Penelitian deskriptif diterapkan untuk melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial tertentu. Tujuan jenis penelitian ini adalah untuk mengetahui frekuensi atau aspek fenomena sosial tertentu dan hasilnya dicantumkan dalam infografis frekuensi serta untuk mendeskripsikan secara terperinci fenomena sosial tertentu (Singarimbun, 2011: 4).

## **Sumber Data**

Pada penelitian ini, terdapat dua macam jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya, yaitu berupa semua iklan lowongan kerja pada SKH Tribun Jogja periode 1 April – 30 April 2019. Sedangkan data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Jadi peneliti tidak langsung memperoleh informasi dari sumbernya, namun menggunakan data yang sudah tersedia (Susanto, 2006: 125).

## **Populasi dan Sampel**

Menurut Kriyantoro (2012: 153) populasi adalah keseluruhan dari objek atau fenomena yang akan diriset. Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua iklan lowongan kerja yang dimuat pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode 1 April – 30 April 2019. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat sebagian atau mewakili dari populasi yang akan diteliti (Sugiyono (2009:90)).

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan semua iklan jasa yang dimuat SKH Tribun Jogja periode 1 April – 30 April 2019 yang sesuai dengan lingkup permasalahan yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang lainnya berupa perhitungan koefisien reliabilitas dengan menggunakan formula Holsti untuk menguji reliabilitas kategori.

## **Unit Analisis**

### **a. Unit Sampel**

Unit ini berkaitan dengan sampel (sampling) yakni isi apa yang akan diteliti dan isi apa yang tidak menjadi perhatian dan karenanya tidak diteliti. Unit sampel adalah unit yang dipilih oleh peneliti untuk



didalami. Unit sampel ini ditentukan oleh topik dan tujuan dari riset (Eriyanto, 2011: 63). Dalam penelitian ini yang menjadi unit sampel adalah semua iklan lowongan kerja pada SKH Tribun Jogja periode 1 April – 30 April 2019.

#### **b. Unit pencatatan**

Unit pencatatan adalah unit analisis yang paling penting dalam analisis isi. Unit ini berkaitan dengan bagian apa dari isi yang akan dicatat, dihitung, dan dianalisis (Eriyanto, 2011: 64). Unit pencatatan dari penelitian ini adalah seluruh pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada iklan lowongan kerja di SKH Tribun Jogja periode 1 April – 30 April 2019.

#### **Coder**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan coder dalam proses pengisian lembar coding. Coder adalah orang yang mengisi lembar coding. Coder membaca teks dan mengisi ke dalam lembar coding yang telah disediakan. Proses ini dilakukan sampai semua berita telah di-coding semua.

#### **Reliabilitas**

Dalam uji reliabilitas kategori, peneliti akan menggunakan sistem koding sehingga peneliti dibantu oleh *coder* guna mengukur pelanggaran Etika Pariwara Indonesia (EPI) dalam iklan baris lowongan kerja di Surat Kabar Harian Tribun Jogja Edisi April 2019. Untuk menguji reliabilitas peneliti akan menggunakan rumus Holsty.

Rumus Holsty adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

Dimana : CR : Coeficient Reliability,

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

N1 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1,

N2 : Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2.

### **Validitas**

Temuan-temuan dalam analisis isi didasarkan pada alat ukur yang digunakan. Validitas memastikan apakah alat ukur yang digunakan oleh peneliti sah (valid) dan dapat menjamin bahwa temuan-temuan dalam penelitian juga dihasilkan dari pengukuran yang tepat (Eriyanto, 2011: 259). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan validitas konstruk untuk melihat bahwa alat ukur yang digunakan sudah tepat. Validitas konstruk adalah validitas yang melihat apakah alat ukur disusun atau diturunkan dari suatu kerangka teori tertentu.

### **Teknik Analisa Data**

Data yang telah dikelompokkan pada unit analisis secara statistik akan menunjukkan dan menampilkan frekuensi seberapa besar pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam iklan baris lowongan kerja dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja edisi April 2019. Penelitian ini menggunakan tabel yang dianalisis secara kuantitatif untuk mengetahui bentuk-bentuk pelanggaran apa saja yang tergambar secara *manifest* (nyata) dalam iklan tersebut.

### **Sajian Data dan Pembahasan**

#### **A. Objektivitas Iklan Produk/Jasa Lembaga Pendidikan dan Lowongan Kerja**

1. Iklan lembaga pendidikan dan lowongan kerja tidak boleh mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu.

Lembaga pendidikan dan lowongan kerja dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja lebih banyak melakukan pelanggaran tidak boleh mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu dengan frekuensi sebanyak 697 dan persentase terbesar yaitu mengandung janji penghasilan tertentu sebesar 94% dari frekuensi sebanyak 657 dan mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan tertentu sebesar 4% dari frekuensi sebanyak 40.

2. Iklan lowongan kerja tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh.

Lembaga pendidikan dan lowongan kerja dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja lebih banyak melakukan pelanggaran secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh dengan frekuensi sebanyak 557 dan persentase 100%.

3. Iklan lowongan kerja 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.

Lembaga pendidikan dan lowongan kerja dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja lebih banyak melakukan pelanggaran secara berlebihan adanya diskriminasi atas suku, jenis kelamin, agama, atau ras tertentu dengan frekuensi sebanyak 770 yaitu diskriminasi terhadap jenis kelamin sebesar 58% dengan frekuensi 450, Diskriminasi terhadap agama sebesar 41% dengan frekuensi 319 dan diskriminasi terhadap budaya sebesar 1% dengan frekuensi 1.

## B. Sajian Data Objektivitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja

1. Sajian data pelanggaran EPI berdasarkan Iklan lembaga pendidikan dan lowongan kerja tidak boleh mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu.

Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan kalimat mengandung janji untuk memperoleh penghasilan tertentu merupakan pelanggaran paling banyak ditemui yaitu sebanyak 697 dari keseluruhan 711 iklan. Diikuti dengan penggunaan kalimat mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan tertentu yaitu sebanyak 40 dari keseluruhan 711 iklan.

2. Sajian data pelanggaran EPI berdasarkan Iklan lowongan kerja tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh.

Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan kalimat secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh merupakan pelanggaran paling banyak ditemui yaitu sebanyak 557 dari keseluruhan 713 iklan baris di Surat Kabar Harian Tribun Jogja.

3. Sajian data pelanggaran EPI berdasarkan Iklan lowongan kerja 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.

pelanggaran Etika Pariwara Indonesia penggunaan kalimat memiliki indikasi diskriminasi terhadap jenis kelamin merupakan pelanggaran paling banyak ditemui yaitu sebanyak 457 dari keseluruhan 770 iklan baris di Surat Kabar Harian Tribun Jogja. Diikuti dengan indikasi diskriminasi terhadap agama sebanyak 319 dari keseluruhan iklan baris dan indikasi terhadap budaya sebesar 1 pelanggaran.

#### C. Analisis Berdasarkan Objektivitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja

1. Iklan lembaga pendidikan dan lowongan kerja tidak boleh mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu.

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kalimat yang mengandung janji memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu. Dari diagram di atas dapat dilihat persentase pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kalimat mengandung janji memperoleh penghasilan sebesar 94% dan mengandung janji memperoleh pekerjaan sebesar 6%.

2. Iklan lowongan kerja tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh.

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kata-kata yang mengandung janji pemberian imbalan secara berlebihan sebesar 100% dari jumlah sampel keseluruhan.

3. Iklan lowongan kerja 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.

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia penggunaan kalimat mengandung diskriminasi terhadap jenis kelamin sebesar 59% dan indikasi diskriminasi terhadap agama sebesar 41%, penggunaan kalimat memiliki indikasi diskriminasi terhadap jenis kelamin paling mendominasi dalam pelanggaran etika periklanan terhadap lowongan pendidikan dan lowongan kerja sebesar 59% dari jumlah sampel keseluruhan.

#### D. Uji Reliabilitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja

1. Uji Reliabilitas Iklan lembaga pendidikan dan lowongan kerja tidak boleh mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu.

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja pelanggaran penggunaan kalimat mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu mencapai 99%

2. Uji Reliabilitas Iklan lowongan kerja tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh.

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja pelanggaran penggunaan kalimat secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh mencapai 100%

3. Uji Reliabilitas Iklan lowongan kerja 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.

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Surat Kabar Harian Tribun Jogja pelanggaran penggunaan kalimat kalimat tidak boleh memberi indikasi adanya diskriminasi atas suku, jenis kelamin, agama, atau ras tertentu mencapai 99%.

### **Kesimpulan**

1. Dari analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa iklan baris lembaga pendidikan dan lowongan kerja yang paling banyak melakukan Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia adalah Iklan lowongan kerja 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. Dengan persentase sebesar 38%. Pelanggaran yang dilakukan dengan penggunaan Iklan lowongan kerja tidak boleh secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh dengan persentase sebesar 34%. Pelanggaran yang dilakukan dengan Iklan lembaga pendidikan mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu dengan persentase sebesar 28%.

2. Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, ditemukan data bahwa hasil CR (*Coeficient reliability*) pada masing-masing pasal yaitu pelanggaran penggunaan kalimat mengandung janji untuk memperoleh pekerjaan atau penghasilan tertentu mencapai 99%. Artinya hanya ada 1% perbedaan antara N1 dan N2 pelanggaran penggunaan kalimat secara berlebihan menjanjikan imbalan yang akan diperoleh mencapai 100%. Artinya tidak ditemukan perbedaan antara N1 dan N2. pelanggaran penggunaan kalimat kalimat tidak boleh memberi indikasi adanya diskriminasi atas suku, jenis kelamin, agama, atau ras tertentu mencapai 99%. Artinya hanya ada 1% perbedaan antara N1 dan N2.

#### **Daftar Pustaka**

- Eriyanto. 2011. Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Etika Pariwisata Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia) Cetakan ketiga - September 2007
- Kasali, Rhenald. 2007. Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol : Edisi Sebelas. Alih bahasa, Hendra Teguh. Jakarta : Penerbit PT. Prenhallindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenda Media Group.
- Machfoedz, Mahmud. 2005. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Morissan. 2014. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta : Kencana.
- Muktaf, Muffarih, Zein. 2015. Periklanan: Sebuah Pendekatan Praktis. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Singarimbun, Masri (2010). Metode Penelitian Survei. Jakarta: Pustaka LP3ES.

- Susanto. 2006. Metode Penelitian Sosial. Surakarta : UNS Press.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta.
- Ashri, Isnina. 2017. Iklan “Diskon Magic Bukalapak.com” Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia. e-Proceeding of Management. Vol.4 No.1 hlm 299-306
- Nurhablisyah. 2010. Etika Periklanan, Ada dan Tiada. Studi Pustaka Mengenai Etika Periklanan Indonesia dan Pelanggaran Periklanan Televisi di Indonesia pada tahun 2009-2010. Jurnal Deiksis Vol .02. No. 04 hlm 248-263
- Umboh, H. Richard. 2014. Proses Penyelesaian Pelanggaran Dalam Kegiatan Penyiaran Iklan Niaga. Jurnal Lex Crimen. Vol.3 No. 1 hlm 79-88
- Meliala, R. Muntaha. 2018. Analisis Model Super “A” Pada Iklan Promosi Kampus di Televisi. Jurnal Ikraith-Humaniora Vol.1 No.2 hlm 20-29
- Meliala R. Muntaha. 2017. Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Perguruan Tinggi di Youtube Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen. Vol 2. No.1 hlm 15-26.
- Yusnaldi. 2018. Analisis Penggunaan Unsur Sensualitas Sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Periklanan Studi Kasus Pada Iklan Televisi Pompa Air Shimizu. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen. Vol.2 No.1 hlm 15-26
- Ulfa, Astia. 2017. Pelanggaran Pedoman Periklanan Obat Tradisional Menteri Kesehatan Oleh Media Cetak Di Aceh (Studi Kasus Media Cetak Harian Serambi Indonesia). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP (JIM) Unsyiah. Vol 1 No. 1. hlm 1-15