

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa karunia jati

NIM : 20120530273

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Broadcasting

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang diktip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak dari karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Penulis

Lisa Karunia Jati

## *MOTTO*

*“Barang siapa yang memberi kemudahan orang yang mengalami kesulitan maka Allah akan memberi kemudahan kepadanya di dunia dan akhirat”*

*(HR. Muslim) Arbain Nawawi hadis ke-36)*

## **KATA PENGANTAR**

Saya sangat bersyukur atas segala karunia, rahmat dan hidayah yang telah diberikan oleh Allah SWT sehingga skripsi ini sesuai dengan rencana dan harapan. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara kuantitatif jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia (EPI) serta memberikan informasi kepada khalayak atau masyarakat secara luas mengenai periklanan yang tidak sesuai dengan EPI. Metode penelitian pada skripsi ini menggunakan metode analisis isi dengan teknik mengumpulkan data dan menganalisa konten dalam teks.

Skripsi ini dilatarbelakangi oleh perhatian dan keprihatinan saya atas banyaknya persoalan kesalahan mengenai iklan yang tidak sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dalam periklanan. Pemasang iklan seharusnya mematuhi aturan yang sudah ditentukan oleh Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) tentang standarisasi iklan yang kemudian disepakati untuk disebut dengan EPI. Sebagai contoh dalam kasus ini pada iklan pengobatan alternatif di majalah Misteri, masih banyak iklan yang melanggar seperti penggunaan ungkapan, kesan menyembuhkan dengan melampaui batas. Di samping itu saya juga melihat adanya batasan-batasan lembaga atau pemerintah dalam merespon pelanggaran-pelanggaran yang terjadi terhadap iklan di Indonesia.

Oleh karena itu, skripsi ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada publik dan pemerintah serta media juga hendaknya meminimalisir terjadinya pelanggaran etika pariwara Indonesia. Publik di sini termasuk para

aktivis, akademisi dan peneliti yang menaruh perhatian atau kepedulian terhadap iklan.

Keberhasilan penelitian ini tentu tidak dapat dilepaskan dari dukungan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada dosen pembimbing penelitian Fajar Junaedi yang sering disapa Mas Jun yang telah memberikan banyak dukungan terhadap penelitian skripsi ini. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada teman diskusi yang telah memberikan banyak pandangan, ide dan kesaksian serta telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu penelitian ini, yaitu: Dita Mayasari, Heri Setiawan, Septi Nugrahaini R dan Bimo Aprilianto dan teman diskusi lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Segala masukan tentu sangat berarti, saya harap skripsi ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak khususnya bagi mereka yang mempunyai perhatian dan tanggung jawab di bidang periklanan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi, maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.



Yogyakarta, Juni 2016

Penulis

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala puji bagi Allah SWT, kita memuji-Nya dan meminta pertolongan, pengampunan serta petunjuk kepada-Nya.

### Skripsi ini dipersembahkan untuk:

- ❖ Bapak dan Mamak tersayang, yang selalu sabar dan memberikan banyak dukungan kepadaku baik dari segi moral maupun materi.
- ❖ Kakak saya Ronny Syahrival, Abdi Anjarwati, Dian Anjarwati dan Juang Triyanti yang memberikan dukungan serta motivasi yang membuat saya optimis menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Bimo Aprilianto best partner  yang selalu mendukung terhadap segala sesuatu yang saya lakukan.
- ❖ Dosen pengampu, Fajar Junaedi, yang selalu membantu selama penelitian sekaligus memberikan banyak pengalaman dan pengetahuan dalam dunia periklanan.
- ❖ Dita Mayasari yang telah banyak membantu proses penelitian.
- ❖ My best Heri setiawan & Aldila sustikarina 
- ❖ Teman-teman seperjuangan, Amelinda Dyah Anestya, Erlangga Mahardika, Reza Dovi Saputra, Maharani DK, Linda Arsinta, Siti Khabir Rasyida, Erwin Rasyid, Serta teman berbagi cerita Septi Nugrahaini R, yang sama-sama berjuang hingga akhir.
- ❖ Bapak Jono, Bapak Mur dan Mbak Siti yang selalu sabar melayani keperluan akademis selama berada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dengan segala ketulusan hati, Lisa Karunia Jati.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL DAN GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
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 Majalah.....	11
3. Etika .....	17
4. Etika Pariwisata Indonesia .....	19
F. Kerangka Pikir .....	24

G. Metodologi .....	26
1. Metode Analisis Isi .....	26
2. Jenis Penelitian.....	27
3. Unit Analisis .....	27
4. Populasi.....	29
5. Reliabilitas .....	30
6. Validitas .....	31
7. Teknik Analisis Data.....	32

## **BAB II GAMBARAN UMUM SURAT KABAR HARIAN TRIBUN JOGJA**

A. Sejarah dan Perkembangan Majalah Misteri .....	33
B. Struktur Organisasi Majalah Misteri.....	35
C. Kantor Biro Majalah Misteri.....	37

## **BAB III PEMBAHASAN**

A. Analisis Frekuensi Pelanggaran Iklan <i>Display</i> Pengobatan Alternatif Majalah Misteri.....	39
1. Kata-kata Superlatif.....	39
2. Kata-kata Tertentu .....	44
3. Satu-satunya .....	48
4. Kata-Kata gratis.....	49
5. Menjanjikan Penyembuhan .....	49
6. Penggunaan Kata-Kata Berlebihan.....	53
7. Diagnosa Surat- Menyurat.....	58

8. Menjanjikan Melampaui Batas.....	61
9. Menjanjikan Hasil Mutlak Seketika .....	65
B. Uji Realibilitas Majalah Misteri.....	68
1. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Superlatif .....	70
2. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Tertentu .....	71
3. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Satu-Satunya.....	72
4. Uji Reliabilitas Berdasarkan Penggunaan Kata Gratis.....	73
5. Uji Reliabilitas Berdasarkan Menjanjikan Penyembuhan.....	74
6. Uji Reliabilitas Berdasarkan Penggunaan Kata Berlebihan.....	75
7. Uji Reliabilitas Berdasarkan Penawaran Diagnosis Surat- menyurat.....	76
8. Uji Reliabilitas Berdasarkan Menyembuhkan Melampaui Batas .....	77
9. Uji Reliabilitas Berdasarkan Hasil Mutlak Seketika.....	78
C. Analisis Berdasarkan Pelanggaran EPI pada Setiap Pasal.....	79

## **BAB 1V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh iklan kapsul bioenergi .....	4
Tabel 1.1 Unit pencatatan (recording units).....	28
Gambar 3.1 Grafik pelanggaran iklan menggunakan kata-kata superlatif.....	40
Gambar 3.2 Infografis pelanggaran pada penggunaan kata-kata superlatif.....	41
Gambar 3.3 Infografis frekuensi pelanggaran kata-kata superlatif.....	42
Gambar 3.4 Contoh penggunaan kata superlatif berawalan “ter” dan paling.....	43
Gambar 3.5 Grafik pelanggaran iklan penggunaan kata-kata tertentu.....	44
Gambar 3.6 Infografis pelanggaran berdasarkan penggunaan kata-kata tertentu .....	45
Gambar 3.7 Infografis frekuensi penggunaan kata-kata tertentu .....	46
Gambar 3.8 Contoh iklan penggunaan kata-kata 100% .....	47
Gambar 3.9 Grafik pelanggaran iklan kata menjanjikan penyembuhan .....	50
Gambar 3.10 Infografis objektivitas penggunaan kata menjanjikan penyembuhan .....	51
Gambar 3.11 Infografis frekuensi pelanggaran kata menjanjikan penyembuhan.....	52
Gambar 3.12 Contoh pelanggaran menjanjikan penyembuhan .....	53
Gambar 3.13 Grafik pelanggaran iklan penggunaan kata-kata berlebihan .....	54
Gambar 3.14 Objektivitas pelanggaran penggunaan kata-kata berlebihan.....	55
Gambar 3.15 Frekuensi pelanggaran penggunaan kata-kata berlebihan.....	56
Gambar 3.16 Contoh pelanggaran penggunaan kata berlebihan.....	57
Gambar 3.17 Grafik pelanggaran iklan penggunaan kata penawaran diagnosa surat-menyurat .....	58

Gambar 3.18 Infografis objektivitas pelanggaran iklan penawaran diagnosa surat- menyurat.....	59
Gambar 3.19 Infografis frekuensi pelanggaran penggunaan penawaran diagnosa surat-menyurat .....	60
Gambar 3.20 Contoh pelanggaran iklan penggunaan penawaran diagnosa surat- menyurat.....	61
Gambar 3.21 Grafik pelanggaran iklan penggunaan kata menyembuhkan melampaui batas.....	62
Gambar 3.22 Infografis objektivitas penggunaan kata menyembuhkan melampaui batas .....	63
Gambar 3.23 Infografis frekuensi penggunaan kata menyembuhkan melampaui batas .....	64
Gambar 3.24 Contoh pelanggaran iklan menyembuhkan penyakit melampaui batas .....	65
Gambar 3.25 Grafik pelanggaran iklan penggunaan kata hasil mutlak seketika .....	66
Gambar 3.26 Infografis objektivitas penggunaan kata hasil mutlak seketika.....	67
Gambar 3.27 Infografis frekuensi penggunaan kata hasil mutlak seketika .....	68
Gambar 3.28 Uji Reliabilitas berdasarkan kata-kata superlatif .....	70
Gambar 3.29 Uji Reliabilitas berdasarkan kata-kata tertentu .....	71
Gambar 3.30 Uji Reliabilitas berdasarkan kata-kata satu-satunya.....	72
Gambar 3.31 Uji Reliabilitas berdasarkan kata-kata gratis.....	73
Gambar 3.32 Uji Reliabilitas menjanjikan penyembuhan .....	74
Gambar 3.33 Uji Reliabilitas berdasarkan kata-kata berlebihan.....	75

Gambar 3.34 Uji Reliabilitas penawaran diagnosis melalui surat .....	76
Gambar 3.35 Uji Reliabilitas menyembuhkan melampaui batas .....	77
Gambar 3.36 Uji Reliabilitas berdasarkan hasil mutlak seketika .....	78
Gambar 3.37 Persentase kesalahan EPI .....	79