

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

20120530096

“PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK” Tahun Skripsi : 2017 + 199 hal + 19 halaman lampiran + 30 grafik + 15 gambar + 1 bagan

Daftar Pustaka: 27 buku tahun (1992-2015) + 3 jurnal

Saat ini, alat pemasaran paling diminati adalah iklan. Dalam memasarkan produk dan jasa iklan memiliki peraturan untuk mengatur proses periklanan di Indonesia bernama "Etika Pariwisata Indonesia" sebagai acuan untuk mempromosikan produk dan jasa di media massa. Permasalahannya adalah isi iklan yang cenderung banyak merugikan pelanggan karena ketidaksesuaian antara isi iklan dan produk yang diperoleh, yang dipengaruhi oleh kelengkapan dan kejelasan informasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk - bentuk dan frekuensi pelanggaran iklan jasa di SKH Suara Merdeka. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 261 iklan jasa dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif deskriptif yaitu menggunakan *Formula Holsty*. Hasil penelitian ini menunjukkan terjadi indikasi pelanggaran EPI berkelanjutan bahwa sebagian besar iklan jasa tersebut melanggar beberapa ketentuan di dalam Etika Periklanan dengan persentase diatas 70% atau 0,7, maka penelitian dikatakan valid.

Kata - kata Kunci : Iklan Jasa, Etika Pariwisata Indonesia, SKH Suara Merdeka

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Advertising

20120530096

“THE VIOLENCE OF ADVERTISEMENT ETHICS IN NEWSPAPER”

Year of Study : 2017 + 199 pages + 19 attachments + 30 charts +15 images + 1 table

Bibliography : 27 books at (1992-2015) + 3 journal

Nowdays, ad is the top promotion media. The promoting products and services have a regulation to organize advertising process, in Indonesia named “Etika Pariwara Indonesia” as a reference of promoting products and services on mass media. The problem is ads content that tend to harm customers because of the mismatch between the content of the ad and the product obtained, which is affected by the completeness and clarity of product information. The aim of this research is to know the contents and preferences of violated in Suara Merdeka daily newspaper. Samples used in this research some 100 service ads used by purposive sampling technique. A method of analysis used is descriptive quantitative analysis that is using Holsty Formula. The results of this study showed there indications of ongoing violations of EPI that the majority of service ads which violated several provisions in the Advertising Ethics and it showed the percentation up to 70% or 0,7, so, it’s valid .

Keywords : Service Ads, Indonesia’s Ethics of Advertising, Suara Merdeka Daily Newspaper