

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Sandra Nawaningsih

20120530084

Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia Pada Iklan *Display* Produk

Pertanian di Majalah *Trubus* Edisi Januari-Desember 2015

Tahun Skripsi : 2019, 55 lembar + 11 Tabel+10 Gambar + 138 Lampiran

Referensi : 21 buku + 4 Jurnal + 2 *Website*

Periklanan merupakan suatu kegiatan penawaran pesan suatu produk yang ditujukan kepada konsumen melalui media, sehingga produk atau jasa dapat diketahui oleh konsumen dan mau membeli produk atau jasa. Dalam kegiatan periklanan memerlukan media sebagai alat penyampaian pesan kepada konsumen. Tanpa adanya media pesan tidak dapat tersampaikan dari komuniator kepada komunikan. Salah satu media paling efektif adalah media cetak terutama majalah. Terdapat panduan dalam beriklan di media cetak majalah. Pelaku iklan pemasang iklan *display* harus mentaati pasal-pasal yang telah diatur dalam kitab EPI. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara kuantitatif jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dan dapat mengetahui frekuensi pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia pada iklan *display* produk pertanian di majalah *Trubus* edisi Januari-Desember 2015. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis isi kuantitatif dengan cara mengumpulkan data lalu mendeskripsikan secara objektivitas, kuantitatif dan sistematis. Setelah dilakukan analisis, pasal paling banyak melanggar ditemukan adalah penggunaan kata superlatif di dalam iklan *display* produk pertanian dengan besar persentase 29,2% dari jumlah frekuensi sebanyak 28 iklan dari 96 populasi iklan *display* produk pertanian di majalah *Trubus* edisi Januari-Desember 2015.

Kata Kunci : Iklan, Etika, Etika Pariwisata Indonesia, Majalah *Trubus*

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication Science

Advertising Studies

Sandra Nawaningsih

20120530084

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

Year 2019, 55 pages + 11 tables + 10 pictures + 138 attachment

References: 21 Books + 4 Journal + 2 Websites

Advertising is an activity to offering messages of a product which directed to consumer through a media, so the consumer will be more aware of the products or the services and grow a willingness to purchase the products or services. In advertising activities, it needs a media as the tools to inform the messages to consumer. Without a media, the communicator will not be able to convey the messages to the communicant. One of the most effective media is a printed mass media especially magazines. There is the instructions of how to adverse in a magazine. The advertiser who decides to set up a display advertisement should obey the rule of articles which has been regulated in the book of EPI.

The purpose of this study is to describe the violations of Pariwara Indonesia with a quantitative methods and to understand the frequency of violations of the ethics of Pariwara Indonesia in the display advertisement products of Trubus Magazine edition January to December 2015. The research method in this study is using a descriptive content analysis quantitatively by collects the data and then described objectively, quantitative and systematics. The following methods is to analyzed, the most violated articles is found in the display advertisement products of agricultural magazine with the percentage of 29,2% from the total is the use of superlative words in the agricultural magazine with the percentage of 29,2% from 28 advertisement frequency of 96 populations of the display advertisement products in Trubus Agricultural Magazine edition January to December 2015.

Keywords : Advertising, Ethics, Etika Pariwara Indonesia, Trubus Magazine