

BAB III

PEMBAHASAN

Dalam bab pembahasan akan dijelaskan secara rinci tentang hasil penelitian jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015. Didalam iklan tersebut banyak ditemui pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada pasal penggunaan kata superlatif, penggunaan kata satu-satunya, perbandingan, tanda asteris (*), hiperbola, ketaktersediaan hadiah, penggunaan kata tertentu, penggunaan kata garansi, dan gratis.

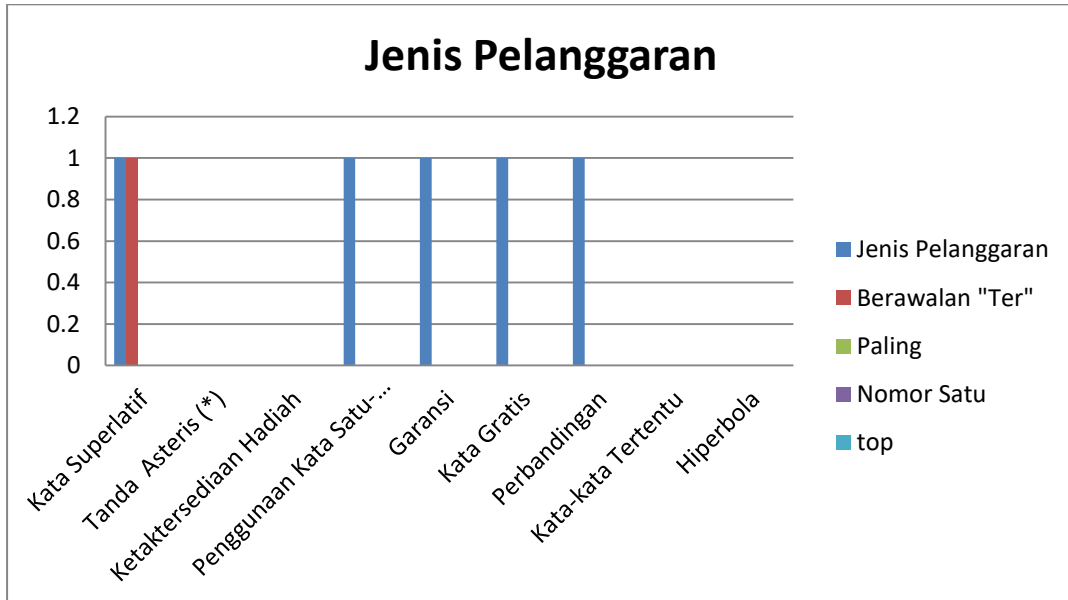
Dalam bab III ini dijelaskan secara rinci jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia melalui uji reliabilitas dengan maksud untuk mengetahui persentase persetujuan. Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, jika hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7 atau 70%, maka penelitian dikatakan valid atau bisa atau bisa dipercaya sebagai kepercayaan, tetapi, jika dibawah 0,7 atau 70% maka penelitian ini tidak valid (Eriyanto, 2011:290).

Tes uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh populasi yang menjadi sampel yaitu pelanggaran Etika Pariwara Indonesia di iklan *display* produk pertanian yang telah dituangkan dalam unit analisis pada bagian unit pencatatan. Tes uji reliabilitas dilakukan setelah seluruh populasi yang menjadi bahan penelitian tersebut dikoding oleh para *coder* yaitu *coder* 1, *coder* 2, dan *coder* 3 yang dihasilkan dalam bentuk lembar koder. Terdapat 96 populasi di dalam iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015.

A. Jenis Pelanggaran Dan Brand Iklan Yang Melanggar di Setiap Edisi

1. Edisi Januari 2015

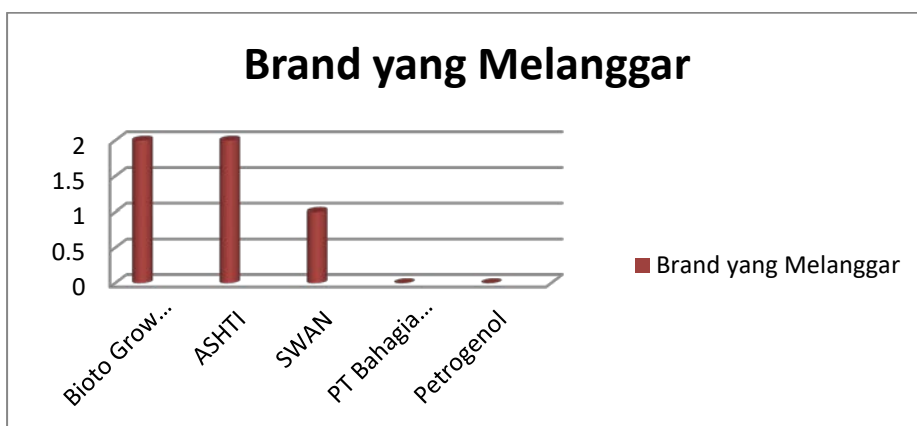
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.1 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Januari 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa pada edisi bulan Januari 2015 terdapat lima macam pelanggaran yaitu penggunaan kata Superlatif khususnya pada penggunaan kata berawalan “ter”, Kata Satu-satunya, Garansi, Kata Gratis dan Perbandingan dengan jumlah satu pelanggaran yang ditemukan pada edisi Januari 2015..

- Brand yang Melanggar



Gambar 3.2 Grafik Brand yang Melanggar Edisi Januari 2015

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa produk dari “Bioto Grow Gold” dan “ASHTI” melakukan pelanggaran paling tinggi yaitu terdapat dua jenis pelanggaran di dalam iklan tersebut. Lalu diikuti dengan brand “SWAN” ditemukan satu jenis pelanggaran di dalam iklan produk pada edisi Januari 2015.

Contoh iklan *display* produk pertanian dalam majalah Trubus edisi Januari 2015 yaitu produk benih jagung Asian Honey “ASHTI”. Di dalam iklan tersebut terdapat dua jenis pelanggaran yaitu pasal “perbandingan” dan “kata gratis”. Pada pasal perbandingan terdapat kalimat “Lebih manis di banding yg lain” yang secara jelas membandingkan produknya dengan produk lain. Dan pada pasal “kata gratis” terdapat pada kalimat “Beli 2 kg Gratis 1 Kaos”.

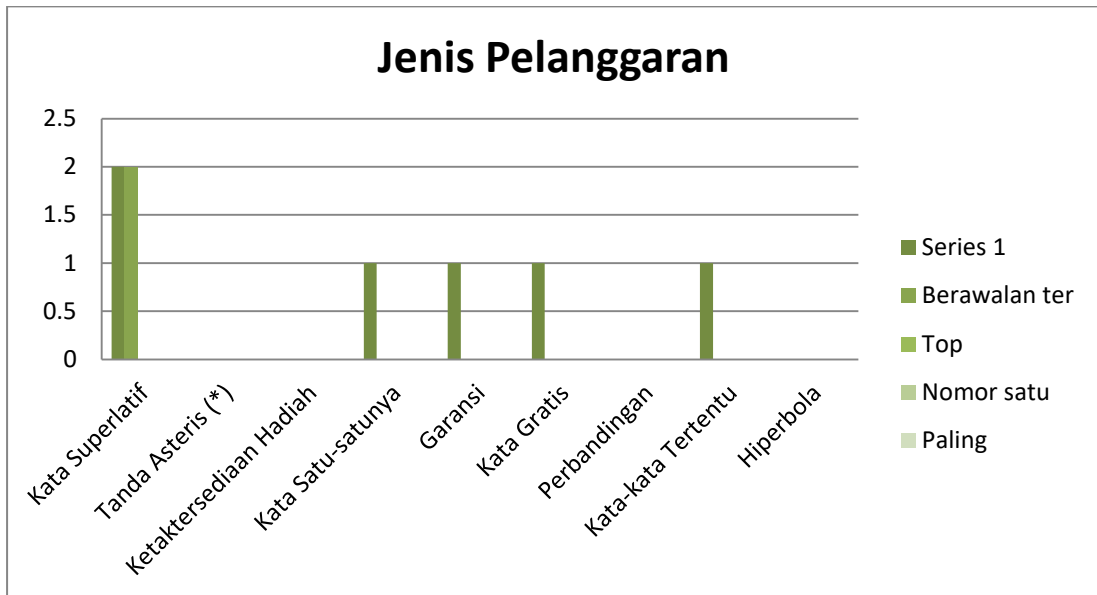
Contoh Iklan *Display* Produk Pertanian Melanggar EPI edisi Januari 2015



Gambar 3.3 Contoh Iklan yang Melanggar Edisi Januari 2015

2. Edisi Febuari 2015

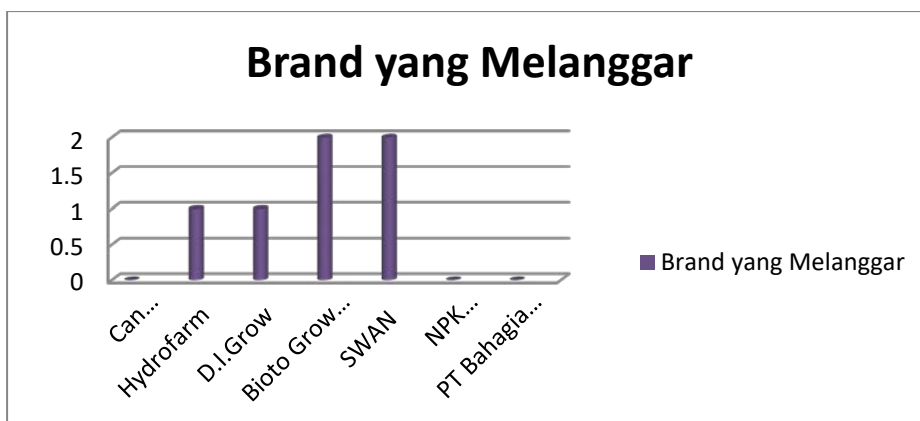
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.4 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Febuari 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa pada edisi bulan Febuari 2015 terdapat lima macam jenis pelanggaran yaitu penggunaan kata Superlatif, Kata Satu-satunya, Garansi, Kata Gratis dan Kata Tertentu dengan jumlah paling banyak adalah penggunaan kata superlatif yaitu terdapat dua iklan yang menggunakan kata depan berawalan “ter”. Kemudian pada penggunaan kata satu-satunya, garansi, kata gratis dan kata tertentu hanya terdapat satu buah pelanggaran.

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.5 Grafik Brand yang Melanggar Edisi Febuari 2015

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa produk dari “Bioto Grow Gold” dan “Swan” melakukan pelanggaran paling tinggi yaitu terdapat dua jenis pelanggaran di dalam iklan tersebut. Lalu diikuti dengan brand “Hydrofarm” dan “D.I.Grow” ditemukan satu jenis pelanggaran di dalam iklan produk pada edisi Januari 2015.

Contoh iklan *display* produk pertanian dalam majalah Trubus edisi Februari 2015 yang melakukan pelanggaran yaitu pupuk cair hayati “Bioto Grow Gold”. Di dalam iklan *display* tersebut dapat ditemukan dua pasal pelanggaran yaitu pasal kata superlatif berawalan “ter” terdapat pada kalimat “Teknologi Termutakhir”, dan pasal penggunaan kata satu-satunya pada kalimat “Satu-satunya pupuk hayati yang mampu & efektif dicampur dengan insektisida & fungisida”.

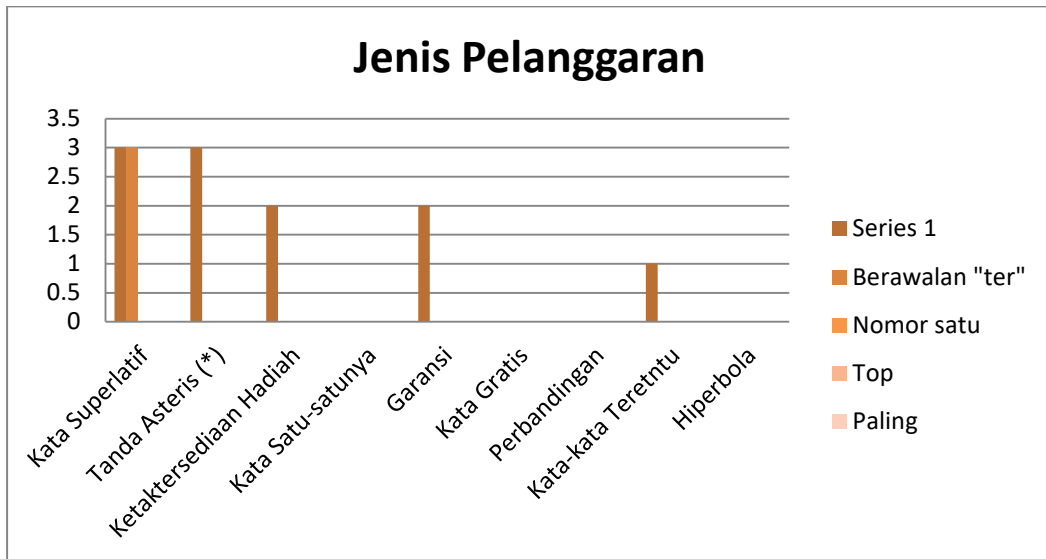
Contoh iklan *display* produk pertanian edisi Februari 2015 yang melanggar



Gambar 3.6 Contoh Iklan yang Melanggar Edisi Februari 2015

3. Edisi Maret 2015

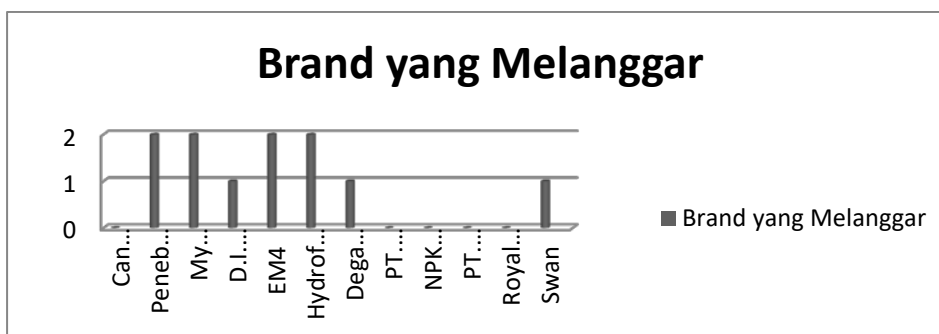
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.7 Grafis Jenis Pelanggaran Edisi Maret 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa terdapat lima jenis pelanggaran pada majalah Trubus edisi Maret 2015. Lima jenis pelanggaran tersebut adalah Kata superlatif berawalan “ter”, tanda asteris (*), ketaktersediaan hadiah, garansi, dan penggunaan kata tertentu. Jenis pelanggaran yang paling tinggi adalah pasal penggunaan kata superlatif berawalan “ter” dan tanda asteris (*) terdapat tiga pelanggaran. Kemudian terdapat dua pasal ketaktersediaan hadiah dan garansi. Dan yang paling kecil yaitu penggunaan kata tertentu, hanya ditemukan satu pelanggaran di dalam edisi Maret 2015

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.8 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Maret 2015

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa pada majalah Trubus edisi bulan Maret 2015 terdapat 12 iklan *display* produk pertanian dan 7 diantaranya melanggar Etika Pariwara Indonesia. Iklan *display* yang banyak melanggar adalah produk dari iklan buku pertanian “Penebar Swadaya”, iklan buku hidroponik “My Trubus”, iklan pupuk “EM4”, dan iklan “Hydrofarm” alat hidroponik. Di masing-masing iklan terdapat 2 jenis pelanggaran yang ditemukan. Lalu iklan *display* produk “D.I.Grow”, “Degamon dan Gandasil” dan “Swan” terdapat satu jenis pelanggaran di dalamnya.

Contoh iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus edisi Maret 2015 yang terdapat pelanggaran di dalamnya adalah iklan buku hidroponik “My Trubus” . Didalam iklan tersebut terdapat pelanggaran pasal “Tanda Asteris (*)” dan “ketaktersediaan hadiah” pada kalimat “Beli buku berhadiah langsung* setiap pembelian buku hidroponik dan buku penebar swadaya lainnya minimal Rp 100.000,- (tidak berlaku kelipatan) *selama persediaan masih ada” .

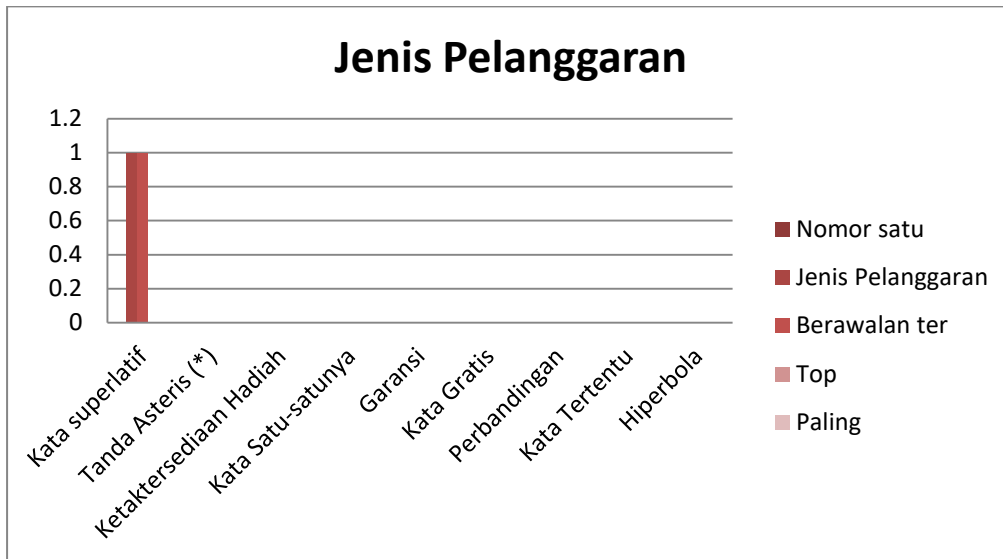
Contoh iklan *display* produk pertanian edisi Maret 2015 di majalah Trubus



Gambar 3.9 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Maret 2015

4. Edisi April 2015

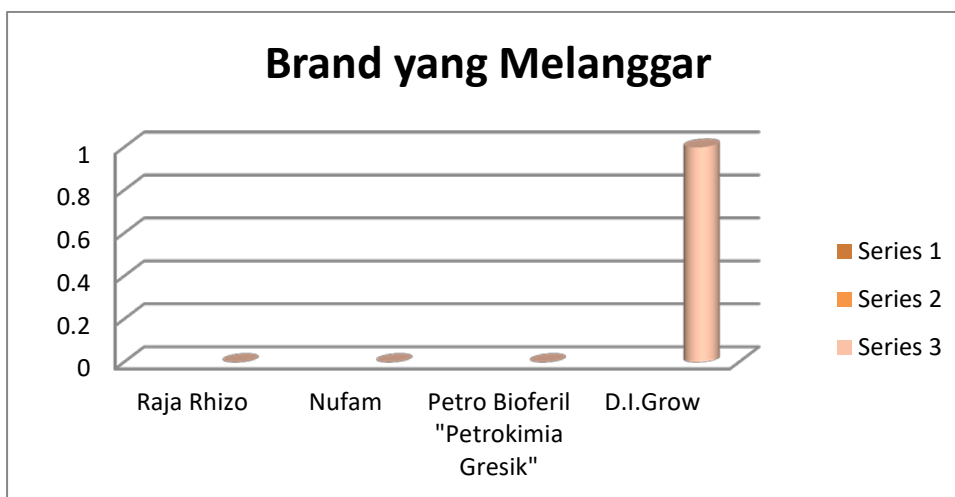
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.10 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi April 2015

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan pada edisi April 2015 hanya terdapat satu jenis pelanggaran yaitu pasal penggunaan kata superlatif berawalan “ter”. Sedangkan pasal yang lainnya tidak ditemukan di edisi April 2015.

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.11 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi April 2015

Dari grafik di atas menunjukkan di dalam majalah Trubus edisi April 2015 terdapat empat iklan display produk pertanian dan satu diantaranya ditemukan satu

pelanggaran penggunaan kata superlatif berawalan “ter”. Satu iklan yang ditemukan melanggar adalah iklan pupuk organik plus “D.I.Grow”, pelanggaran ditemukan dalam kalimat “Terbukti meningkatkan hasil panen 30%- 300%”.

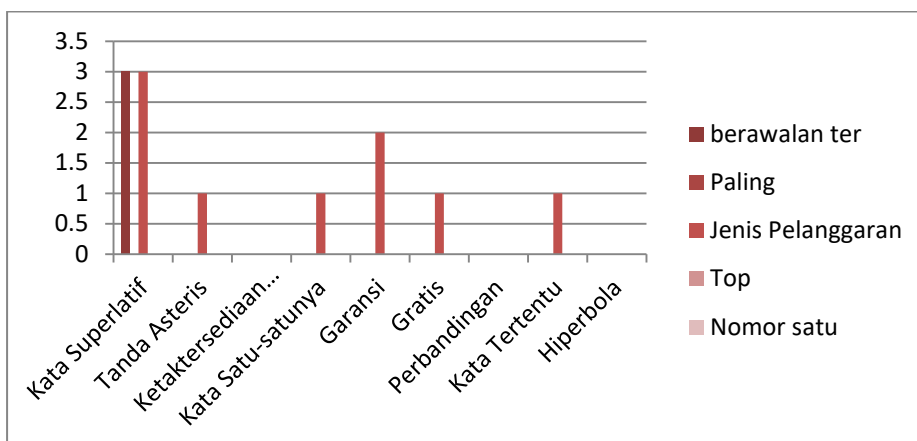
Contoh iklan *display* produk pertanian edisi April 2015 majalah Trubus yang melanggar



Gambar 3.12 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi April 2015

5. Edisi Mei 2015

- Jenis Pelanggaran

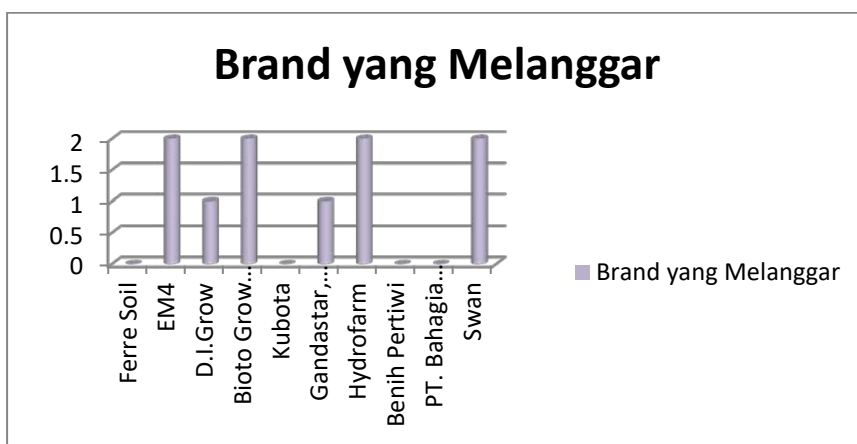


Gambar 3.13 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Mei 2015

Dari grafik di atas menunjukkan di majalah Trubus edisi Mei 2015 ditemukan enam jenis pelanggaran yaitu penggunaan kata superlatif, tanda asteris (*), kata satu-

satunya, garansi, kata gratis dan penggunaan kata tertentu. Jenis pelanggaran yang paling banyak terdapat pada penggunaan kata superlatif berawalan”ter” yaitu sebanyak tiga pelanggaran. Kemudian jenis pelanggaran terbanyak kedua adalah penggunaan kata garansi sebanyak dua. Lalu jenis pelanggaran yang paling sedikit adalah tanda asteris (*), kata satu-satunya, kata gratis dan kata tertentu dengan masing-masing jumlah sebanyak satu pelanggaran di edisi Mei 2015.

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.14 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Mei 2015

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa pada edisi Mei 2015 majalah Trubus terdapat enam iklan display produk pertanian yang melakukan pelanggaran. Produk iklan yang melakukan pelanggaran terbanyak adalah produk “EM4”, “Bioto Grow Gold”, “Hydrofarm”, dan “swan” dengan masing-masing terdapat dua pelanggaran. Lalu diikuti oleh produk “D.I.Grow” dan “Gandastar, Dekorgan, Degamon” masing-masing terdapat satu pelanggaran.

Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Mei 2015 yang melakukan pelanggaran adalah iklan pupuk “EM4”. Pelanggaran yang dilakukan terdapat pada kalimat “EM4 terbukti menguntungkan dan bermanfaat dibidang pertanian, perikanan dan peternakan”. Iklan “EM4” terdapat pelanggaran pada pasal penggunaan kata superlatif berawalan “ter”.

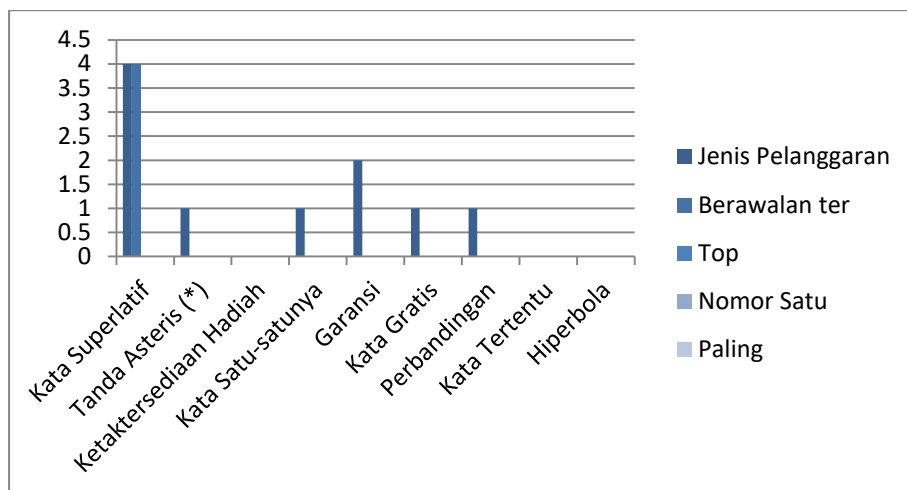
Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah *Trubus* edisi Mei 2015 yang melakukan pelanggaran.



Gambar 3.15 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Mei 2015

6. Edisi Juni 2015

- Jenis Pelanggaran

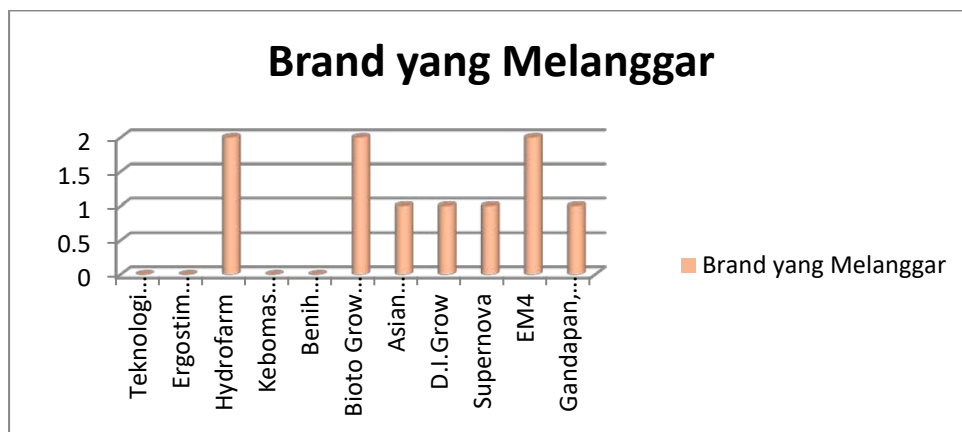


Gambar 3.16 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Juni 2015

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan di majalah *Trubus* edisi Juni 2015 ditemukan enam jenis pelanggaran. Pasal pelanggaran yang paling banyak yaitu pasal

penggunaan kata superlatif berawalan “ter” sebanyak empat pelanggaran yang menggunakan pasal tersebut. Kemudian diikuti dengan pasal garansi sebanyak 2 pelanggaran. Dan yang paling kecil pada pasal tanda asteris (*), kata satu-satunya, kata gratis, dan perbandingan sebanyak satu pelanggaran.

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.17 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Juni 2015

Dari grafik di atas dapat terlihat bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Juni 2015 terdapat tujuh iklan yang melakukan pelanggaran. Iklan yang paling banyak melanggar yaitu iklan “hydrofarm”, “Bioto Grow Gold”, dan “EM4” sebanyak dua pelanggaran di masing-masing iklan. Kemudian di dalam iklan Asian Honey “ASHTI”, “D.I.Grow”, “Supernova” dan “Gandapan, Mastefan, Dekamon” hanya ditemukan satu pelanggaran di masing-masing iklan.

Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Juni 2015 yang melanggar yaitu Pengendali ulat “Supernova”. Di dalam iklan tersebut terdapat pelanggaran pada kalimat “Lebih Cepat Lebih Handal” yang melanggar pasal garansi

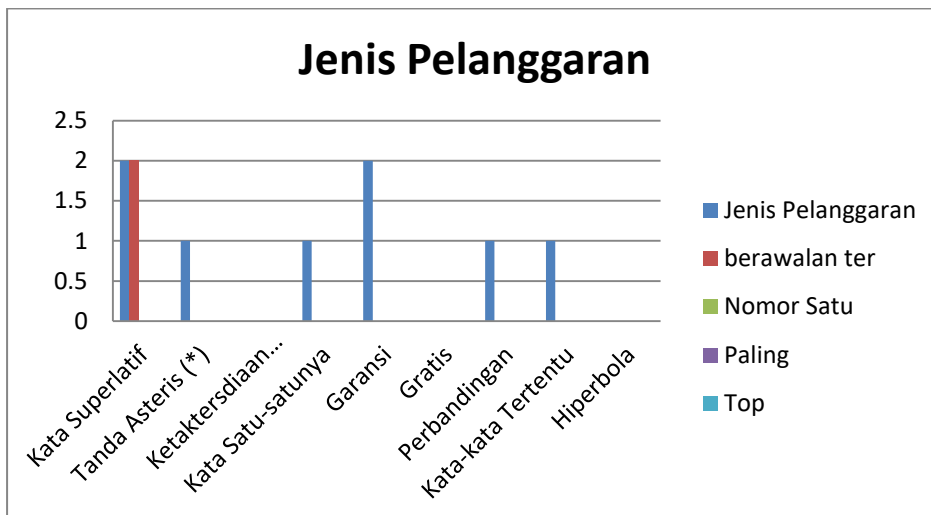
Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Juni 2015 yang melanggar EPI



Gambar 3.18 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Juni 2015

7. Edisi Juli 2015

- Jenis Pelanggaran

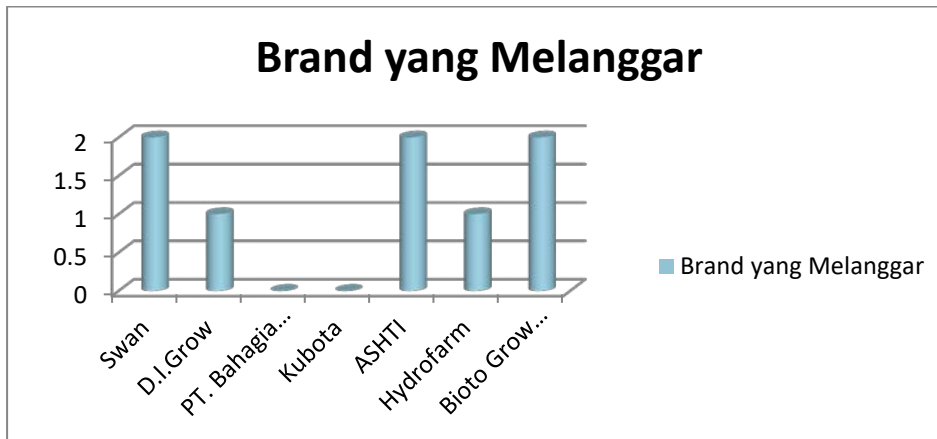


Gambar 3.19 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Juli 2015

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan bahwa majalah Trubus edisi Juli 2015 ditemukan enam jenis pelanggaran yaitu penggunaan kata superlatif, tanda asteris (*), kata satu-satunya, garansi, perbandingan dan penggunaan kata tertentu. Jenis

pelanggaran terbanyak yaitu penggunaan kata superlatif berawalan “ter” dan garansi dengan jumlah 2 pelanggaran. Sedangkan jenis pelanggaran tanda asteris (*), kata satu-satunya, perbandingan dan penggunaan kata tertentu hanya ditemukan satu jenis pelanggaran.

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.20 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Juli 2015

Dari grafik di atas menunjukkan bahwa di majalah Trubus edisi Juli 2015 terdapat tujuh iklan *display* produk pertanian. Dan diantara tujuh iklan tersebut terdapat lima iklan yang melanggar. Iklan *display* yang paling banyak melanggar adalah “Swan”, “ASHTI”, “Bioto Grow” dengan jumlah dua jenis pelanggaran di masing-masing iklan. Dan iklan *display* yang paling rendah terdapat pelanggarannya adalah “D.I.Grow” dan “Hydrofarm” dengan satu jenis pelanggaran yang ditemukan di masing-masing iklan.

Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Juli 2015 yang melanggar adalah iklan alat pertanian “Swan”. Di dalam iklan tersebut ditemukan pelanggaran pada kalimat “Suku Cadang Asli Garansi”, pada kalimat tersebut melanggar dua jenis pelanggaran sekaligus yaitu pasal penggunaan kata tertentu “Asli” dan pasal garansi.

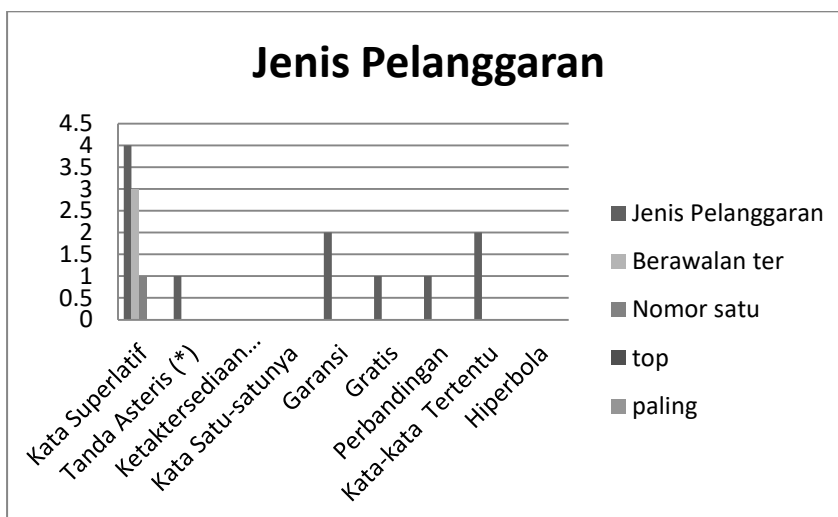
Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Juli 2015 yang melanggar EPI



Gambar 3.21 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Juli 2015

8. Edisi Agustus 2015

- Jenis Pelanggaran

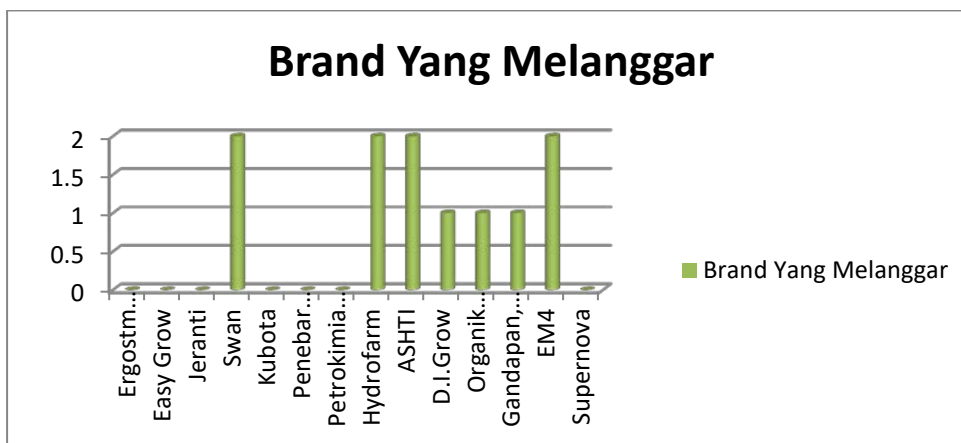


Gambar 3.22 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Agustus 2015

Hasil grafik di atas menunjukkan terdapat enam jenis pelanggaran pada edisi Agustus 2015 di majalah Trubus. Jenis pelanggaran penggunaan kata superlatif

ditemukan paling tinggi pada edisi Agustus dengan jumlah empat pelanggaran, penggunaan kata berawalan “ter” berjumlah tiga dan penggunaan kata nomor satu berjumlah satu. Kemudian diikuti oleh penggunaan kata tertentu dan garansi ditemukan sebanyak dua pelanggaran. Lalu jenis pelanggaran tanda asteris (*), kata gratis dan perbandingan sebanyak dua pelanggaran.

- Brand Yang Melanggar



Gambar 3.23 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Agustus 2015

Dari grafik di atas dapat terlihat bahwa terdapat enam iklan display produk pertanian edisi Agustus 2015 di majalah Trubus dari total 14 iklan. Iklan display yang paling banyak terdapat pelanggaran yaitu “Swan”, “Hydrofarm”, “ASHTI”, dan “EM4” dengan dua pelanggaran di masing-masing iklan.

Contoh iklan *display* produk pertanian yang terdapat pelanggaran EPI adalah iklan pupuk “Gandapan, Mestafen, Dekamon”. Di dalam iklan tersebut terdapat pelanggaran penggunaan kata superlatif berawalan “ter” pada kalimat “Dekastar pupuk slow *release* terbaik untuk anggrek dan tanaman hias”.

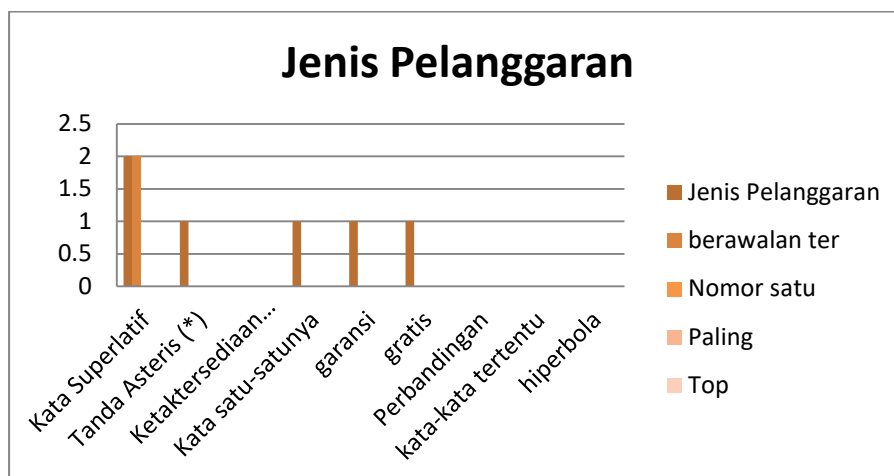
Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Agustus 2015 yang melanggar EPI.



Gambar 3.24 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Agustus 2015

9. Edisi September 2015

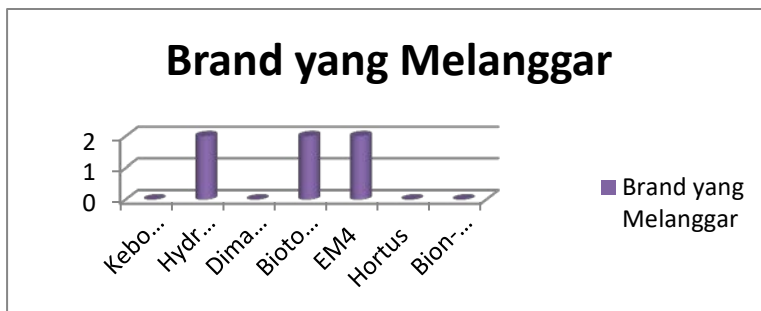
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.25 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi September 2015

Berdasarkan dari grafik di atas menunjukkan terdapat lima jenis pelanggaran pada edisi September 2015 di majalah Trubus. Jenis pelanggaran terbanyak pada edisi September adalah penggunaan kata superlatif sebanyak dua pelanggaran. Kemudian jenis pelanggaran terendah adalah tanda asteris (*), kata satu-satunya, garansi, dan penggunaan kata gratis sebanyak satu di masing-masing jenis pelanggaran.

- Brand yang Melanggar



Gambar 3.26 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi September 2015

Dari grafik di atas dapat terlihat bahwa terdapat tujuh iklan *display* produk pertanian di majalah *Trubus* edisi September 2015. Dari tujuh iklan hanya ada tiga iklan yang melanggar dengan dua jenis pelanggaran di masing-masing iklan. Tiga iklan yang terdapat pelanggaran yaitu “Hydrofarm”, “Bioto Grow” dan “EM4”.

Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah *Trubus* edisi September 2015 adalah iklan produk alat hidroponik “Hydrofarm”. Di dalam iklan tersebut terdapat dua jenis pelanggaran sekaligus pada kalimat “Pelatihan Hidroponik Gratis*^o”. Jenis pelanggaran tersebut yaitu penggunaan kata “gratis” dan “tanda asteris (*^o)”

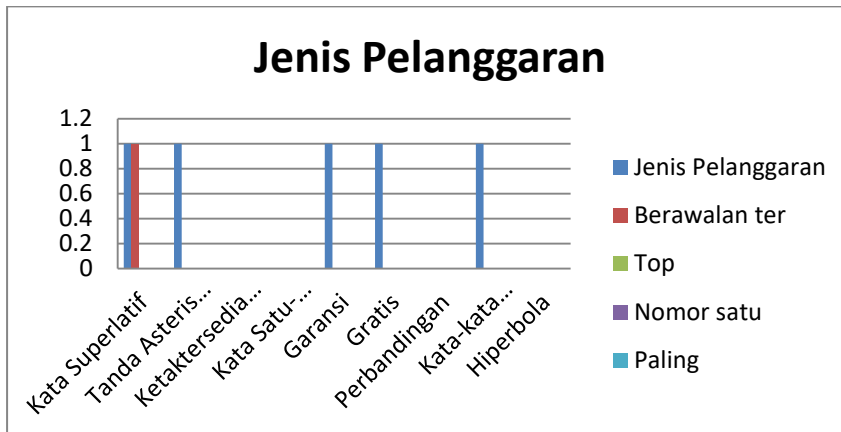
Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah *Trubus* edisi September 2015 yang melakukan pelanggaran EPI



Gambar 3.27 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi September 2015

10. Edisi Oktober 2015

- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.28 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Oktober 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan bahwa terdapat lima jenis pelanggaran di majalah Trubus edisi Oktober. Masing-masing pelanggaran yaitu penggunaan kata superlatif berawalan “ter”, tanda asteris (*), garansi, gratis dan penggunaan kata tertentu hanya ditemukan satu pelanggaran.

- Brand yang Melanggar



Gambar 3.29 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Oktober 2015

Berdasarkan grafik di atas di majalah Trubus edisi Oktober 2015 terdapat enam iklan *display* produk pertanian. Ada empat iklan yang terdapat pelanggaran yaitu iklan “Swan”, “Gandasil, Matofol, Dekamon”, “Hydrofarm”, “Petrogen”. Iklan

yang paling banyak terdapat pelanggarannya adalah “Swan” dan “Hydrofarm” dengan dua jenis pelanggaran di masing-masing iklan. Brand “Gandasil, Mastofol, Dekamon” dan “Petrogen” hanya terdapat satu jenis pelanggaran.

Contoh iklan *display* produk pertanian edisi Oktober 2015 di majalah Trubus yang melanggar EPI adalah pada iklan alat pertanian “Swan”. Didalam iklan terdapat dua jenis pelanggaran yaitu pasal “Gratis” dan “Penggunaan kata tertentu” di dalam kalimat “Suku Cadang Asli Garansi”.

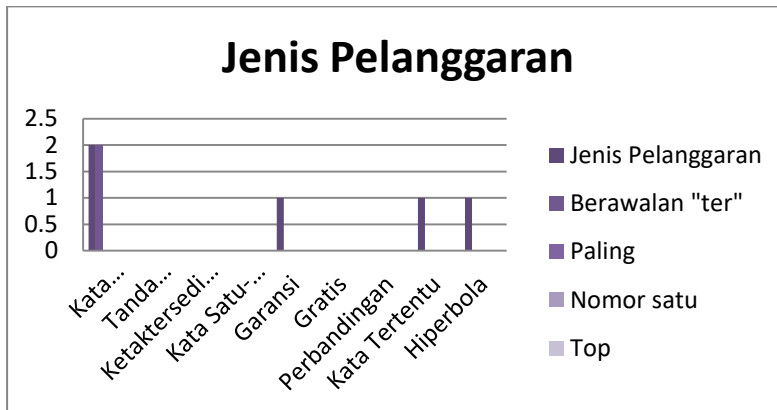
Contoh Iklan *Display* Produk Pertanian Di Majalah Trubus Edisi Oktober 2015 Yang Melanggar



Gambar 3.30 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Oktober 2015

11. Edisi November 2015

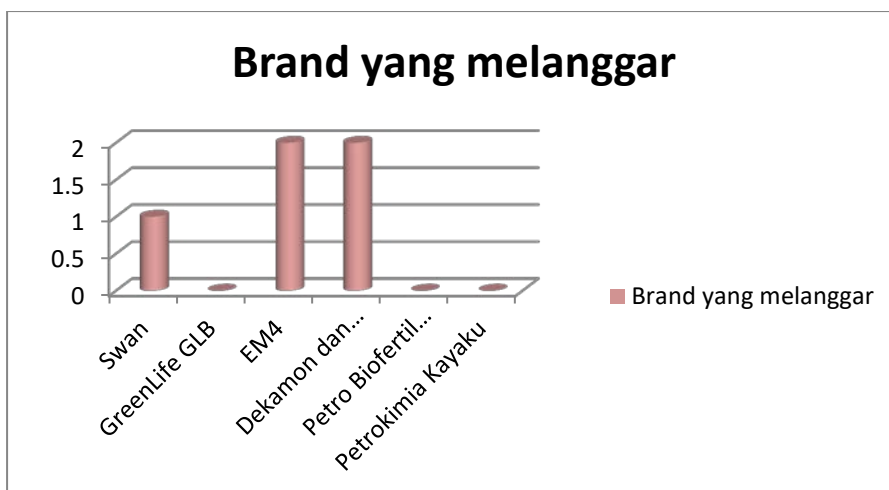
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.31 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi November 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan pada edisi November 2015 di majalah Trubus terdapat empat jenis pelanggaran. Jenis pelanggaran yang paling tinggi adalah jenis pelanggaran penggunaan kata superlatif berawalan “ter” dengan dua pelanggaran di edisi November. Jenis pelanggaran Garansi, penggunaan kata tertentu dan hiperbola hanya terdapat satu pelanggaran.

- Brand yang Melanggar



Gambar 3.32 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi November 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan terdapat enam iklan *display* produk pertanian pada edisi November 2015 di majalah Trubus. Namun hanya ada tiga iklan

yang terdapat pelanggarannya. Iklan yang melanggar paling banyak adalah brand dari “EM4” dan “Dekamon dan Gandasil” dengan dua pelanggaran. Kemudian brand yang paling sedikit terdapat pelanggarannya adalah “Swan” dengan satu pelanggaran.

Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi November 2015 yang melanggar EPI adalah pupuk Dekamon dan Gandasil. Pelanggaran terdapat pada kalimat “Dekamon & Gandasil Melipat Gandakan Hasil” yang mengandung pasal hiperbola. Kemudian pelanggaran juga ditemukan pada kalimat “Dekastar Pupuk Sloe Release terbaik untuk angrek dan tanaman hias” , kalimat tersebut melanggar pasal kata superlatif berawalan “ter”.

Contoh iklan *display* produk pertanian edisi November 2015 di majalah Trubus yang melanggar

The advertisement is titled "Dekamon & Gandasil Melipat Gandakan Hasil". It features a collage of agricultural products including bags of fertilizer, bottles of pesticides, and images of chili peppers and rice plants. The products are categorized as follows:

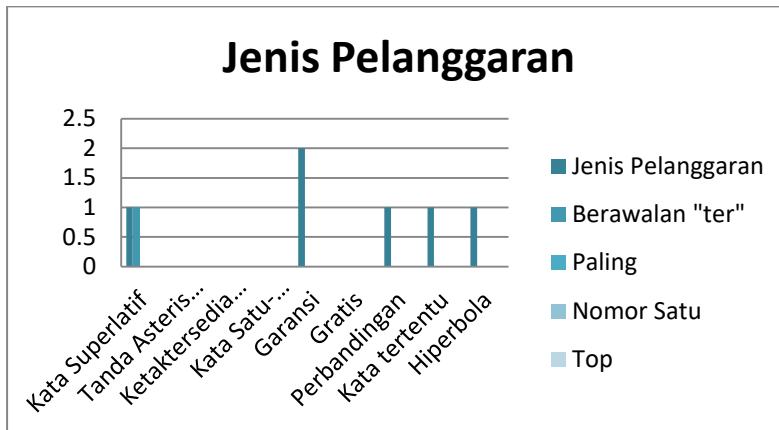
- PUKUP DAUN**
 - GANDAPAN
 - GANDASIL
 - MIKROFIN Zn 14
- FUNGISIDA**
 - VELIMEK 80 WP
 - MASALGIN 50 WP
- PUKUP SLOW RELEASE**
 - DEKASTAR 18-9-10+TE
 - 13-13-13+TE
 - 6-13-25
- PUKUP CAIR**
 - DEKORGAN PLUS
 - GANDASTAR
- ORGANIK**
 - MASTOFOL TRISTAR
- ZPT**
 - DEKAMON 1,2 GR
 - DEKAMON 22,43 L
- TERMITISIDA**
 - DEKASIDIN 200 EC
- INSEKTISIDA**
 - DIMACIDE 400 EC
 - MESTAFEN 200 EC

At the bottom right, there is a logo for "p.t. Kalatham SINCE 1910" and contact information for the company's offices in Jakarta and Purwokerto.

Gambar 3.35 Contoh Iklan yang Melanggar Edisi November 2015

12. Edisi Desember 2015

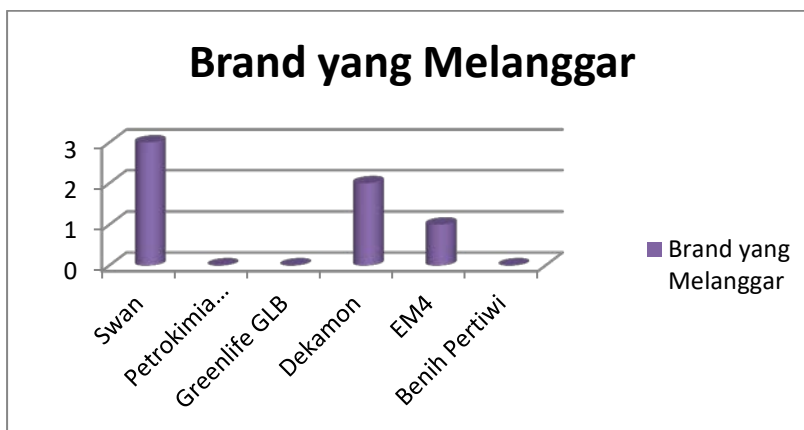
- Jenis Pelanggaran



Gambar 3.34 Grafik Jenis Pelanggaran Edisi Desember 2015

Hasil dari grafik di atas menunjukkan pada edisi Desember 2015 di majalah Trubus terdapat lima jenis pelanggaran. Jenis pelanggaran yang paling banyak adalah garansi dengan jumlah dua pelanggaran. Sedangkan jenis pelanggaran kata superlatif berawalan “ter”, perbandingan, penggunaan kata tertentu, dan hiperbola hanya ditemukan satu pelanggaran di edisi Desember 2015.

- Brand yang Melanggar



Gambar 3.35 Grafik Brand Yang Melanggar Edisi Desember 2015

Dari grafik di atas menunjukkan pada edisi Desember 2015 di majalah Trubus terdapat enam iklan *display* produk pertanian. Dari enam iklan hanya ada tiga iklan yang melanggar yaitu iklan yang paling banyak terdapat pelanggarannya adalah iklan

brand “Swan” dengan tiga pelanggaran. Kemudian brand “Dekamon” dengan jumlah pelanggaran sebanyak dua pelanggaran. Dan yang paling rendah adalah iklan “EM4” dengan satu pelanggaran di dalamnya.

Contoh iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Desember 2015 yang melanggar EPI adalah pupuk hayati “EM4”



Gambar 3.36 Contoh Iklan Yang Melanggar Edisi Desember 2015

B. Uji Reabilitas dan Persentase Pelanggaran EPI Iklan *Display* Produk Pertanian di Majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015

Terdapat 96 Iklan dan angka-angka dari hasil koding antara *coder* 1 (N1), *coder* 2 (N2), *coder* 3 (N3), dan M angka-angka yang telah disepakati oleh *coder* N1, N2, dan N3. Selanjutnya akan diteliti dan dianalisis setelah dilakukan uji reliabilitas. Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus Holsti atau biasa disebut dengan Formula Holsti. Formula Holsti adalah uji reliabilitas antar-*coder* yang banyak dipakai selain persentase persetujuan. Reliabilitas ditunjukkan dalam persentase. Reliabilitas ditunjukkan dalam persentase persetujuan, berapa besar persentase persamaan antar-*coder* ketika menilai suatu isi (Eriyanto, 2011 :190-289).

Setelah *coder* 1 (N1), *coder* 2 (N2) , dan *coder* 3 (N3) melakukan koding maka didapatkan hasil objektivitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 seperti tabel-tabel berikut :

1. Penggunaan kata superlatif

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (<i>coder</i> 1)	N2 (<i>coder</i> 2)	N3 (<i>coder</i> 3)	M (keepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
28	28	28	28	29,2%	70,8%

Tabel 3.1 Tabel coder dan Persentase Penggunaan kata superlatif

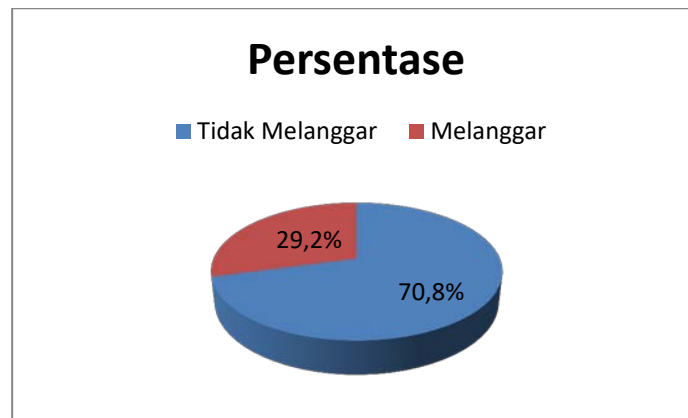
- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 28}{28+28+28} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran penggunaan kata superlatif yaitu “paling”, “nomor satu”, “top”, dan berawan “ter” mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 cukup banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada pasal penggunaan kata superlatif dengan persentase 29,9% iklan yang melanggar. Iklan *display* produk pertanian banyak ditemukan pelanggaran menggunakan kata superlatif dikarenakan pelaku usaha periklanan bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen tentang produknya dengan

menggunakan kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, “top”, dan berawalan “ter” pada iklan produk atau jasa, sehingga calon konsumen tertarik untuk membeli.



Gambar 3.37 Diagram persentase pelanggaran kata superlatif

2. Tanda Asteris (*)

<i>Coder</i>				<i>Persentase</i>	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
9	9	9	9	9,3%	90,7%

Tabel 3.2 Tabel coder dan persentase berdasarkan tanda asteris (*)

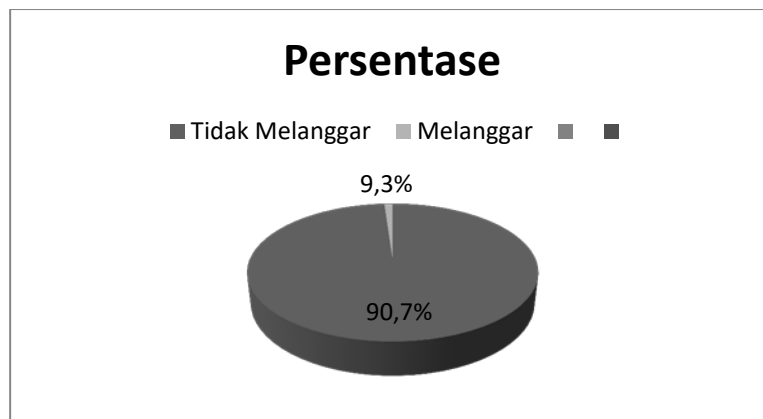
- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 9}{9+9+9} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah *Trubus* pelanggaran penggunaan tanda asteris (*) mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3

(N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 tidak banyak melanggar pasal tanda Asteris (*) dengan persentase sebesar 9,3%. Tanda asteris (*) sering digunakan dalam iklan dikarenakan agar daya persuasi iklan tidak menurun sehingga tanda asteris (*) yang diikuti dengan penjelasan dibuat sangat kecil dan terkesan menyamarkan atau menyembunyikan keterangan.



Gambar 3.38 Diagram persentase pelanggaran tanda asteris (*)

3. Ketaktersediaan Hadiah

<i>Coder</i>				<i>Persentase</i>	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
2	2	2	2	2,1 %	97,9 %

Tabel 3.3 Tabel *coder* dan persentase berdasarkan ketaktersediaan hadiah

- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 2}{2+2+2} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran ketaktersediaan hadiah mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 tidak banyak melanggar Etika Pariwisata Indonesia pada pasal Ketaktersediaan hadiah, dengan persentase sebesar 2,1 %. Iklan yang masih ditemukan pasal ketaktersediaan hadiah disebabkan pelaku periklanan bertujuan untuk menarik konsumen dengan iming-iming hadiah agar mau membeli barang atau jasa yang diiklankan. Iklan yang menjanjikan hadiah biasanya di ikuti dengan keterangan “selama persediaan masih ada”. Di dalam EPI terdapat pasal ketaktersediaan hadiah yang berbunyi “iklan tidak boleh menyatakan “selama persediaan masih ada” atau kata-kata lain yang bermakna sama. Sehingga konsumen seolah diberi janji manis.



Gambar 3.39 Diagram Persentase pelanggaran berdasarkan ketaktersediaan hadiah

4. Penggunaan Kata Satu-satunya

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (<i>coder</i> 1)	N2 (<i>coder</i> 2)	N3 (<i>coder</i> 3)	M (keepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
6	6	6	6	6,25 %	94,75 %

Tabel 3.4 Tabel *coder* dan persentase berdasarkan kata satu-satunya

- Uji Realibilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 6}{6+6+6} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran penggunaan kata satu-satunya mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 tidak banyak melanggar pasal menggunakan kata satu-satunya dengan persentase 6,25%. Iklan yang masih memakai pernyataan dengan kata satu-satunya pada iklan produknya agar meningkatkan kepercayaan konsumen bahwa produk dan jasa yang ditawarkan sebagai produk yang memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain. Didalam kitab EPI penggunaan kata satu-satunya harus dapat dibuktikan dan dipertanggungjawabkan.



Gambar 3.40 Diagram persentase pelanggaran kata satu-satunya

5. Garansi

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
17	17	17	17	17,7 %	82,3 %

Tabel 3.5 Tabel coder dan persentase berdasarkan garansi

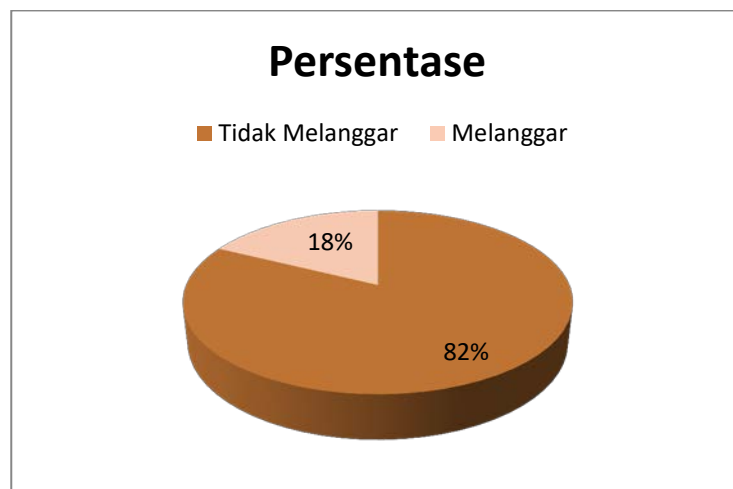
- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 17}{17+17+17} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran garansi mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 cukup banyak melanggar pasal

“Menggunakan kata Garansi” dengan besar persentase 17,3% dari populasi keseluruhan sebanyak 96 iklan *display*. Iklan yang masih melanggar disebabkan karena iklan masih menggunakan kata garansi pada iklannya agar menarik perhatian konsumen dan memberikan rasa aman yang lebih tinggi jika terjadi sesuatu pada produk atau jasa sehingga konsumen tidak merasa dirugikan. Namun iklan yang mencantumkan garansi atau jaminan atas mutu suatu produk, maka dasar-dasar jaminannya harus dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 3.41 Diagram persentase pelanggaran penggunaan kata garansi

6. Pemakain Kata Gratis

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
10	10	10	10	10,4 %	89,6 %

Tabel 3.6 Tabel *coder* dan persentase berdasarkan kata gratis

- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 8}{8+8+8} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran pemakaian kata gratis mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 cukup banyak melanggar pasal gratis dengan besar persentase 10,4% dari jumlah keseluruhan populasi sebanyak 96 iklan. Iklan *display* produk pertanian yang masih melanggar karena masih menggunakan kata gratis didalam iklannya untuk menarik konsumen agar membeli produk atau menggunakan jasa.

Biasanya penggunaan kata gratis sangat manjur untuk menarik konsumen karena kata “gratis” memiliki daya tarik tersendiri, sehingga terkadang konsumen tergiur dengan iming-iming kata gratis walaupun di embel-embel dengan syarat dan ketentuan. Seharusnya iklan tidak boleh mencantumkan kata gratis di dalam iklan, bila ternyata konsumen harus membayar biaya lain. Biaya pengiriman yang dikenakan kepada konsumen juga harus dicantumkan.



Gambar 3.42 Diagram persentase pelanggaran kata gratis

7. Uji Reabilitas Berdasarkan Perbandingan

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
4	4	4	4	4,2%	95,8%

Tabel 3.7 Tabel *coder* dan persentase berdasarkan perbandingan

- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 4}{8+8+8} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran penggunaan perbandingan mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan dari analisis diatas bahwa iklan *display* produk pertanian majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015 tidak terlalu banyak melanggar EPI pasal “perbandingan” dengan besar persentase 4,2%. Iklan yang masih melanggar dikarenakan iklan menggunakan kata perbandingan, dengan sangat jelas membandingkan produknya dengan produk pesaing. Iklan yang menggunakan perbandingan agar konsumen dapat mengetahui keunggulan produk yang kita iklan dengan produk pesaing sehingga konsumen lebih tertarik dengan produk yang kita tawarkan.



Gambar 3.43 Diagram persentase pelanggaran perbandingan

8. Penggunaan Kata Tertentu

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
7	7	7	7	7,2%	92,8%

Tabel 3.8 Tabel *coder* dan persentase berdasarkan kata tertentu

- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 4}{8+8+8} = 1 = 100\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah Trubus pelanggaran penggunaan kata tertentu mencapai 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari- Desember 2015 tidak terlalu banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia (EPI) pada pasal “penggunaan kata

tertentu” dengan persentase sebesar 7,2%. Iklan yang melanggar dikarenakan iklan menggunakan kata seperti murni, asli, 100% untuk menarik dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sehingga penggunaan kata tertentu dapat meyakinkan konsumen bahwa kandungan, kadar, tingkat mutu produk atau jasa benar-benar asli dan murni.



Gambar 3.44 Diagram Persentase pelanggaran kata tertentu

9. Hiperbola

<i>Coder</i>				Persentase	
N1 (coder 1)	N2 (coder 2)	N3 (coder3)	M (kesepakatan)	Melanggar	Tidak Melanggar
2	3	2	2	2,1 %	97,9 %

Tabel 3.9 Tabel coder dan persentase berdasarkan hiperbola

- Uji Reliabilitas

$$CR = \frac{3M}{N1+N2+N3} = \frac{3 \times 2}{2+3+2} = 0,85 = 85\%$$

Hasil uji reliabilitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Majalah *Trubus* pelanggaran Hiperbola mencapai 85%. Hasil ini menunjukkan bahwa

antara pengkode 1 (N1), pengkode 2 (N2), dan pengkode 3 (N3) tidak mendapatkan kesulitan yang berarti sewaktu mengkode iklan *display* produk pertanian di Majalah Trubus dinyatakan valid.

Dapat disimpulkan bahwa iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember melakukan sedikit pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada pasal “hiperbola” dengan besar persentase 2,1%. Iklan yang masih melanggar dikarenakan masih menggunakan kata yang berlebihan untuk memberikan kesan yang meanarik sehingga dapat mempengaruhi konsumen.



Gambar 3.45 Diagram persentase pelanggaran hiperbola

C. Analisis Penyebab Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka diketahui bahwa pelanggaran Etika Pariwara Indonesia yang paling banyak ditemukan pelanggarannya adalah pada pasal “penggunaan kata superlatif” dengan persentase sebesar 29,2% dari jumlah frekuensi 80 pelanggaran dari jumlah keseluruhan populasi sebanyak 96 iklan *display* produk pertanian di majalah Trubus edisi Januari-Desember 2015.

Konsumen pemasang iklan adalah salah satu konsumen penting bagi suatu penerbit majalah. Konsumen ini memberikan kontribusi omzet yang tidak sedikit bagi penerbit majalah dengan cara memasang produknya. Dalam perencanaan media, majalah memiliki posisi yang berbeda dibanding media penyiaran. Majalah memiliki usia yang panjang dan keterlibatan paembaca yang tinggi. Iklan pada majalah juga memiliki kualitas cetak dan warna yang baik.

Iklan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan membujuk dan menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan (Darmadi, 2013 : 11). Iklan dibuat semenarik mungkin dan terkadang dapat dinilai terlalu berlebihan sehingga dianggap melanggar etika. Maka dari itu iklan pada media cetak majalah sering ditemukan iklan yang menggunakan kata superlatif seperti kata-kata berawalan “ter” tanpa adanya bukti pernyataan tertulis yang dapat dipertanggungjawabkan yang sangat jelas memberikan kesan yang berlebihan pada iklan. Hal ini telah tercantum pada pasal 1.2.1 yang berbunyi “iklan tidak boleh menggunakan kata-kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, “top”, atau kata-kata berawalan “ter” dan atau bermakna sama tanpa secara khas menjelaskan keunggulan dan tidak mencantumkan bukti dengan pernyataan tertulis dari narasumber yang otentik” (Junaedi, 2019:129).

Pilihan kata ini tentu bukan tanpa maksud. Para pengiklan tentu saja ingin menampilkan produk barang atau jasa yang diiklannya sebagai yang terbaik di hadapan konsumen, dengan tujuan agar dikonsumsi (Junaedi, 2019:1290).

Secara tertulis EPI telah mengatur pilihan bahasa yang dimaksudkan untuk menipu konsumen. Menipu diidentikan dengan berbohong, namun sebenarnya keduanya berbeda. Bohong dapat menjadi menipu kalau pernyataan yang tidak benar itu disertai niat untuk memperdaya orang lain. Karena itu, tidak semuanya pernyataan yang tidak benar itu berarti menipu (Keraf dalam Junaedi,2019:130). EPI tidak secara mutlak melarang menggunakan kata superlatif sepanjang keunggulan tersebut yang harus dapat dibuktikan dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang autentik (Junaedi, 2019:130).