

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Abi Yoga Bimo Nugroho**

**20140530128**

**“PELANGGARAN TERHADAP KODE ETIK PERIKLANAN” (Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia pada Iklan Properti dalam Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat, Periode 1 Agustus – 31 Agustus 2018)**

**Tahun Skripsi: 2019, 121 halaman + 317 gambar + 18 halaman lampiran + 20 grafik + 1 Tabel**

**Daftar Pustaka: 27 Buku + 11 Jurnal 1 Website**

Iklan yang dimuat dalam Surat Kabar Harian diharapkan tidak melanggar Etika Pariwisata Indonesia, agar tidak merugikan khalayak. Tujuan penelitian ini adalah menemukan bentuk-bentuk pelanggaran, mengetahui frekuensi, serta mendeskripsikan secara kuantitatif jenis – jenis pelanggaran dengan pedoman kitab Etika Pariwisata Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, Pada penelitian ini dijelaskan secara rinci jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia melalui uji reliabilitas dengan menggunakan *Formula Holsty* untuk mengetahui presentase persetujuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggaran paling banyak dilakukan dalam iklan properti penggunaan kata – kata tertentu dengan presentase 29%, dari jumlah frekuensi 239, dan pelanggaran paling sedikit dilakukan dalam penggunaan kata hiperbolisasi dengan presentase 1% dan jumlah frekuensi 17, dari jumlah populasi sebanyak 305 iklan properti yang dimuat dalam Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat edisi 1 Agustus – 31 Agustus 2018.

**Kata Kunci: Iklan, Iklan Properti, Etika, Etika Pariwisata Indonesia, Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat**

## **ABSTRACT**

***Muhammadiyah University of Yogyakarta***

***Faculty of Social and Political Science***

***Departement of Communication Science***

***Advertising Studies***

***Abi Yoga Bimo Nugroho***

***20140530128***

***“VIOLENCE OF THE CODE OF ADVERTISEMENT ETHNIC” (Analysis of Contents of Etika Pariwisata Indonesia on Property Ads in Kedaulatan Rakyat Daily Newspaper, Period 1 August – 31 August 2018)***

***Year of Study: 2019, 121 pages + 317 images + 20 charts + 1 Table***

***Bibliography: 27 Book + 11 Journals + 1 Website***

*The advertisements contained in the Daily Newspaper are expected not to violate the Indonesian Pariwisata Ethics, so as not to harm the public. The purpose of this study was to find the forms of violations, to know the frequency, and to describe quantitatively the types of violations with the guidelines of the Pariwisata Ethics Book of Indonesia. The type of research used is descriptive quantitative. In this study, the types of violations of Pariwisata Ethics in Indonesia are explained in detail through reliability testing using the Holsty Formula to determine the percentage of approval. The results of this study indicate that the most violations were carried out in property advertisements using certain words with a percentage of 29%, from the number frequency 239, and the least violations carried out in the use of the hyperbolic word with a percentage of 1% and a frequency of 17, of a total population of 305 property advertisements published in the edition of the Kedaulatan Rakyat Daily Newspaper 1 August - 31 August 2018.*

***Keywords: Advertisements, Property Advertising, Ethnics, Indonesia’s Ethnic of Advertising, Kedaulatan Rakyat Daily Newspaper***