

**Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia (EPI) dalam  
Iklan Baris Produk Kesehatan di Koran Tribun Jogja Edisi  
Oktober 2015**

*Content Analysis Ethics Violations Pariwisata Indonesia ( EPI ) in  
the Health Products Classified Ads in Newspapers Tribune Jogja  
Edition October 2015*

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar  
Kesarjanaan Strata 1 (S-1)**



**Disusun Oleh :**

**Dita Mayasari**

**20120530073**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Mayasari

NIM : 20120530073

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

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

Penulis

Dita Mayasari

## MOTTO

*“Menghilangkan kecemasan merupakan tujuan yang ingin dicapai semua umat sejak yang mahakuasa menciptakan alam semesta hingga alam ini binasa dan disusul oleh datangnya hari kiamat”*

*(Ibnu Hazm Al-Andalusi)*

*“Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan dengan sabar dan salat, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar “*

*(QS. Al-Baqarah: 153)*

*“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)*

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(QS. Al-Insyirah: 5-6)*

*“Barang siapa bersungguh-sungguh maka ada jalan”*

*(Kata Mutiara)*

## KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang pencipta alam semesta atas rahmat dan hidayah-NYA, sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik setelah melalui masa-masa yang cukup menguji kesabaran, ketahanan mental dan fisik penulis sebagai manusia biasa. Selain atas izin Allah Yang Maha Kuasa, penulis juga dibimbing, didukung serta dibantu oleh seluruh komunitas UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M. SC., selaku Dosen Pembimbing sekaligus sebagai Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) yang telah sudi meluangkan waktu untuk membimbing dengan suasana yang sangat nyaman, memberikan arahan, bimbingan, kesabaran, jalan keluar, nasehat, serta masukan sehingga dapat mencapai kualitas isi yang baik.
2. Mas Fajar Junaedi, S. Sos., M. Si., sebagai dosen penguji yang juga telah memberikan kritik, saran, masukan dan bantuan dalam merevisi kembali tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.
3. Bapak Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom. MA., juga sebagai Dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik, saran serta masukan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.
4. Terimakasih kepada pak Jono dan pak Mur, Mbak Sitidan seluruh staff Tata Usaha Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak berjasa dalam membantu di bagian administrasi kemahasiswaan.
5. Segenap keluarga besar UMY terutama seluruh keluarga besar IK B dan teman-teman yang selalu mendukung dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis dengan berbesar hati sangat menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu penulis dengan kerendahan hati menerima segala kritik dan saran untuk menjadi bahan pertimbangan dalam penyempurnaan Skripsi ini sehingga dapat menjadi masukan dalam penulisan berikutnya.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dalam dunia Ilmu Pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi khususnya Advertising.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Mei 2016

Penyusun

Dita Mayasari

## *HALAMAN PERSEMBAHAN*

*Puji syukur kepada ALLAH SWT atas segala Karunia, Rahmat dan Hidayah\_Mu sehingga saya diberi kekuatan dan kesabaran, sehingga terselesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.*

*Ucapan terimakasih untuk semua yang telah mendukung dan membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik,*

- 1. Terimakasih Bapak Harsono dan Ibu Parinem tercinta, kedua orangtua yang telah menjaga, merawat dan mendidik Dita dengan penuh kasihsaayang dan perjuangan yang luar biasa, hingga saat ini sampai Dita bisa mendapatkan gelar Sarjana. Ini adalah kado untuk Bapak dan Ibu ku tecinta. Semoga bisa segera memberikan gelar Master untuk bapak dan ibuk ku tercinta.*
- 2. Terimakasih untuk kakak dan abang ku tersayang Rini Septa Dewi dan Ayub yang selalu memberikan dukungan dan semangat.*
- 3. Terimakasih untuk Eko Nur Arifin yang selalu ada untuk membantu 1 x 24 jam, terimakasih atas semangat dan dukungannya. Sekarang bantuannya membuahkan hasil yang memuaskan, Dita berhasil medapat gelar Sarjana.*
- 4. Terimakasih untuk @cepistagram (Septi) yang udah nemenin begadang, terimakasih untuk semua teman-teman tersayang ku yang udah ngasih dukungan, semangat dan motivasi, Yusra, Vannisa, Sandra, Kalisa, Rifah, Tiwi, Adi, Adit, Nisa, Ajiz semoga cepat nyusul wisuda, Tetha, Hery, Alhamdulillah bisa pakek toga bareng.*
- 5. Terimakasih untuk kak Mona dan kak Hasan yang udah bantu koding.*

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Dita Mayasari**

**20120530073**

**Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia (EPI) dalam Iklan Baris Produk Kesehatan di Koran Tribun Jogja Edisi Oktober 2015.**

**Tahun Skripsi : 2016, 105 Lembar + 2 Tabel + 45 Gambar + 47 Lampiran**

**Referensi : 22 Buku + 3 Jurnal + 4 Lain-lain**

Periklanan merupakan bentuk penyajian dan dan promosi ide, barang atau jasa secara non personal yang dilakukan oleh produsen untuk memperkenalkan produk ke konsumen. Kegiatan periklanan dilakukan melalui media salah satunya media cetak Surat Kabar Harian. terdapat panduan dalam beriklan di media cetak khususnya Surat Kabar Harian. Pemasangan iklan baris harus mentaati pasal-pasal yang telah diatur dalam EPI. Studi ini berusaha mengungkapkan objektivitas pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam iklan baris produk kesehatan di Surat Kabar Harian Tribun Jogja edisi Oktober 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan jenis-jenis pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia serta mengetahui frekuensi pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam iklan baris produk kesehatan di Surat Kabar Harian Tribun Jogja edisi Oktober 2015. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi yaitu dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif analisis isi kuantitatif yaitu untuk mendeskripsikan secara objektivitas, sistematis, dan kuantitatif isi komunikasi yang tampak (*manifest*). Setelah dilakukan analisis, hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa iklan baris produk kesehatan di koran Tribun Jogja edisi Oktober 2015 adalah melakukan pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia. Hal ini didapatkan dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan menunjukkan persentase diatas angka minimal 70%. Dari setiap pasal ditemukan persentase terendah 96%, artinya hanya ditemukan 4% perbedaan antara N1 dan N2. Hal ini membuktikan bahwa benar adanya pelanggaran EPI di Koran Tribun Jogja edisi Oktober 2015. Serta jenis pelanggaran tertinggi yaitu penggunaan kata-kata superlatif sebesar 23% dengan jumlah frekuensi sebanyak 506 dari 393 sampel dan jumlah pelanggaran sebanyak 2236.

**Kata Kunci : Iklan, Etika, Etika Pariwisata Indonesia, Tribun Jogja**

## ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Departement of Communication Science**

**Advertising Studies**

**Dita Mayasari**

**20120530073**

**Content Analysis of Ethics Violations Pariwara Indonesia (EPI) in the Classified Ads of Health Products in Tribune Jogja Daily Newspapers October 2015 edition.**

**Thesis Year: 2016, 105 Sheets + 2 Tables + 45 Image + 47 Appendix**

**Reference: 22 Books + 3 Journal + 4 etc.**

*Advertising is a form and presentation and promotion of ideas , goods or non-personal services performed by manufacturers to introduce products to the consumer . Activity of advertising is done through the medium of one print media Daily Newspapers . There are guidelines in advertising in the print media , especially Daily Newspapers . Installation of classified ads must comply with the provisions set out in the EPI .This study attempts to reveal the objectivity of ethics violations Pariwara Indonesia in the classified advertisements health products in the Daily News Tribune Jogja edition October 2015. The purpose of this study was to describe the types of violations Ethics Pariwara Indonesia as well as knowing the frequency of ethics violations Pariwara Indonesia in the classified advertisements health products in the Daily news Tribune Jogja October issue of 2015. the method used in this research is content analysis is to use this kind of empirically descriptive quantitative content analysis is to describe the basis of objectivity , systematic and quantitative content of communication that looked (manifest ) . After analysis , the results from these studies is that the health products classified ads in the newspaper Tribune Jogja edition of October 2015 was in violation of Ethics Pariwara Indonesia . It is obtained from the reliability test performed above figure shows the percentage of at least 70 % . Of each chapter found the lowest percentage of 96 % , meaning found only 4 % difference between N1 and N2 . This proves that true EPI violations in the October issue of newspaper Tribune Jogja 2015. And the highest type of offense the use of words of superlatives by 23 % with the number of frequency of 506 of the 393 samples and the number of violations as much as in 2236 .*

**Keywords : Advertising , Ethics , Ethics Pariwara Indonesia , Yogyakarta Tribune**



## 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 .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori .....	11
1. Periklanan .....	11
2. Iklan Media Cetak .....	14
3. Iklan dalam Surat Kabar Harian .....	15
4. Etika .....	19
5. Etika Pariwisata Indonesia .....	22
F. Penelitian Terdahulu .....	27
G. Metodologi .....	30

1. Metode Analisis Isi .....	30
2. Jenis Penelitian.....	34
3. Teknik Penelitian .....	34
4. Unit Analisis .....	35
5. Populasi dan Sampel.....	38
6. Teknik Pengumpulan Data.....	39
7. Reliabilitas .....	39
8. Validitas .....	41
9. Teknik Analisis Data.....	42

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

A. Sejarah dan Perkembangan SKH Tribun Jogja .....	43
B. Profil SKH Tribun Jogja.....	46
C. Visi dan Misi SKH Tribun jogja.....	49
D. <i>Tag-line</i> Tribun Jogja .....	50
E. Tipe Pembaca.....	50
F. Struktur Organisasi PT. Media Tribun Jogja.....	51
G. Kantor Biro Tribun Jogja.....	53
H. Kategori Rubrik Tribun Jogja .....	53

## **BAB III PEMBAHASAN**

A. Objektivitas Iklan Produk Kesehatan pada SKH Tribun Jogja .....	60
1. Kata-kata Superlatif.....	60
2. Kata-kata Tertentu.....	62
3. Menjanjikan Penyembuhan.....	64
4. Memberikan Rekomendasi Berhubungan Profesi Kesehatan .....	65
5. Kata-kata Berlebihan.....	67
6. Janji Menyembuhkan Melampaui Batas .....	69

7. Janji untuk Hasil Mutlak .....	70
8. Hasil tidak Sesuai Produk .....	72
B. Sajian Data Objektivitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja.....	73
1. Data Objektivitas pelanggaran EPI Kata-kata Superlatif.....	74
2. Data Objektivitas Pelanggaran EPI Kata-kata Tertentu.....	75
3. Data Objektivitas Menjanjikan Penyembuhan.....	76
4. Data Objektivitas Rekomendasi oleh Profesi Kesehatan.....	77
5. Data Objektivitas Kata-kata Berlebihan .....	78
6. Data Objektivitas Janji Menyembuhkan Melampaui Batas.....	79
7. Data Objektivitas Janji untuk Hasil Mutlak Seketika.....	80
8. Data Objektivitas Hasil tidak Sesuai Produk.....	81
C. Analisis Berdasarkan Objektivitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja .....	82
1. Kata-kata Superlatif .....	82
2. Kata-kata Tertentu .....	83
3. Menjanjikan Penyembuhan.....	84
4. Rekomendasi oleh Profesi Kesehatan.....	85
5. Kata-kata Berlebihan .....	86
6. Janji Menyembuhkan Melampaui Batas .....	88
7. Janji untuk Hasil Mutlak Seketika .....	89
8. Hasil tidak Sesuai Produk .....	90
D. Uji Reliabilitas Surat Kabar Harian Tribun Jogja.....	91
1. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Superlatif.....	93
2. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Tertentu .....	94
3. Uji Reliabilitas Berdasarkan Menjanjikan Penyembuhan .....	95
4. Uji Reliabilitas Berdasarkan Rekomendasi oleh Profesi Kesehatan.....	96

5. Uji Reliabilitas Berdasarkan Kata-kata Berlebihan .....	97
6. Uji Reliabilitas Berdasarkan Janji Menyembuhkan Melampaui Batas... 99	
7. Uji Reliabilitas Berdasarkan Janji untuk Hasil Mutlak Seketika.....	100
8. Uji Reliabilitas Berdasarkan Hasil tidak Sesuai Produk.....	101
E. Analisis Berdasarkan Pelanggaran EPI pada Setiap Pasal .....	102
F. Analisis Penyebab Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia.....	105

#### **BAB 1V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	108
B. Saran .....	110

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan iklan produk kesehatan.....	4
Gambar 1.2 Iklan baris yang melanggar EPI.....	5
Gambar 1.3 Iklan baris telat bulan melanggar EPI.....	7
Tabel 1.1 Tabel unit pencatatan ( <i>Recording units</i> ).....	36
Tabel 2.1 Tabel rubrik dalam Tribun Jogja .....	54
Gambar 3.1 Frekuensi penggunaan kata-kata superlatif.....	60
Gambar 3.2 Contoh penggunaan kata superlatif “nomor satu” .....	61
Gambar 3.3 Contoh penggunaan kata superlatif “berawalan ter”.....	62
Gambar 3.4 Contoh penggunaan kata superlatif “top” .....	62
Gambar 3.5 Frekuensi penggunaan kata-kata tertentu.....	62
Gambar 3.6 Contoh pelanggaran EPI penggunaan kata-kata “aman 100%”.....	63
Gambar 3.7 Contoh pelanggaran EPI penggunaan kata-kata “asli” .....	64
Gambar 3.8 Frekuensi menjanjikan penyembuhan.....	64
Gambar 3.9 Contoh pelanggaran EPI menjanjikan penyembuhan .....	65
Gambar 3.10 Frekuensi rekomendasi berhubungan profesi kesehatan.....	65
Gambar 3.11 Contoh pelanggaran memberi rekomendasi oleh profesi kesehatan .....	66
Gambar 3.12 Frekuensi penggunaan kata-kata berlebihan .....	68
Gambar 3.13 Contoh pelanggaran EPI penggunaan kata-kata “aman” .....	68
Gambar 3.14 Contoh pelanggaran EPI penggunaan kata-kata “bebas efek samping” .....	69
Gambar 3.15 Frekuensi janji menyembuhkan melampaui batas .....	66
Gambar 3.16 Contoh pelanggaran EPI memberi janji menyembuhkan melampaui batas ..	70
Gambar 3.17 Frekuensi janji untuk hasil mutlak.....	70
Gambar 3.18 Contoh pelanggaran EPI memberi janji untuk hasil mutlak seketika .....	71

Gambar 3.19 Frekuensi Hasil tidak sesuai produk .....	72
Gambar 3.20 Contoh pelanggaran EPI menawarkan hasil diluar kemampuan produk .....	73
Gambar 3.21 Objektivitas penggunaan kata-kata superlatif .....	74
Gambar 3.22 Objektivitas penggunaan kata-kata tertentu .....	75
Gambar 3.23 Objektivitas menjanjikan penyembuhan .....	76
Gambar 3.24 Objektivitas rekomendasi oleh profesi kesehatan .....	77
Gambar 3.25 Objektivitas kata-kata berlebihan .....	78
Gambar 3.26 Objektivitas menyembuhkan melampaui batas .....	79
Gambar 3.27 Objektivitas janji untuk hasil mutlak seketika .....	80
Gambar 3.28 Objektivitas hasil tidak sesuai produk .....	81
Gambar 3.29 Analisis berdasarkan penggunaan kata-kata superlatif .....	82
Gambar 3.30 Analisis berdasarkan penggunaan kata-kata tertentu .....	83
Gambar 3.31 Analisis berdasarkan menjanjikan penyembuhan .....	84
Gambar 3.32 Analisis berdasarkan rekomendasi oleh profesi kesehatan .....	85
Gambar 3.33 Analisis berdasarkan kata-kata berlebihan .....	86
Gambar 3.34 Analisis berdasarkan janji menyembuhkan melampaui batas .....	88
Gambar 3.35 Analisis berdasarkan janji untuk hasil mutlak seketika .....	89
Gambar 3.36 Analisis berdasarkan hasil tidak sesuai produk .....	90
Gambar 3.37 Uji reliabilitas berdasarkan kata-kata superlatif .....	93
Gambar 3.38 Uji reliabilitas berdasarkan kata-kata tertentu .....	94
Gambar 3.39 Uji reabilitas berdasarkan menjanjikan penyembuhan .....	95
Gambar 3.40 Uji reliabilitas berdasarkan rekomendasi oleh profesi kesehatan .....	96
Gambar 3.41 Uji reliabilitas berdasarkan kata berlebihan .....	97
Gambar 3.42 Uji reliabilitas berdasarkan janji menyembuhkan melampaui batas .....	99
Gambar 3.43 Uji reliabilitas berdasarkan janji untuk hasil mutlak seketika .....	100

Gambar 3.44 Uji reliabilitas berdasarkan hasil tidak sesuai produk.....	101
Gambar 3.45 Persentase kesalahan EPI.....	103