

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting
Odik Nawar Ardiansyah
Pelanggaran Etika Pariwisata Dalam Iklan Perguruan Tinggi Pada Surat
Kabar Tribun Jogja Periode April - Juni 2015
Tahun Skripsi : 2016 iii
Daftar Pustaka : 21 buku + 2 sumber internet + 3 Jurnal + 2 skripsi + 2 Tesis

Studi ini berusaha menganalisis kecenderungan pelanggaran iklan perguruan tinggi pada Tribun Jogja periode April–Juni 2015. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pada pasal apa saja iklan perguruan tinggi melakukan pelanggaran terhadap etika pariwisata. Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini bahwa etika pariwisata ialah ketentuan-ketentuan normatif yang menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaati dan ditegakkan sehingga penting untuk diketahui oleh perguruan tinggi yang akan menggunakan iklan sebagai media branding.

Penelitian ini menggunakan analisis isi kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis iklan perguruan tinggi pada surat kabar Tribun Jogja sesuai dengan kategorisasi yang telah ditentukan. Data Primer pada penelitian ini diperoleh dari iklan perguruan tinggi dalam Tribun Jogja periode April–Juni 2015 dan data sekunder dari studi kepustakaan. Populasi ini adalah seluruh iklan perguruan tinggi pada Tribun Jogja dengan teknik pengambilan secara sampel total. Unit analisis pada penelitian ini adalah Etika Pariwisata Indonesia dan Perguruan Tinggi.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa periode April–Juni 2015 terdapat 277 iklan perguruan tinggi yang terdapat pada Tribun Jogja. Dari jumlah data tersebut ada 236 (95%) iklan yang melakukan pelanggaran Etika Pariwisata. Sedangkan kategori kitab EPI sendiri terdapat 493 pelanggaran jumlah pelanggaran tertinggi ialah pada pasal penggunaan kata gratis sebanyak 129 kemunculan (26%) iklan perguruan tinggi yang terdapat dalam Tribun Jogja sebanyak 129 iklan atau 26% iklan perguruan tinggi pada surat kabar Tribun Jogja merupakan iklan yang melakukan pelanggaran. Sementara itu Penggunaan tingkat mutu berada pada angka 97 kali atau 20%, diikuti dengan pencantuman harga pada angka 89 atau 18% kemudian enskripsi sebanyak 77 kali atau 16%, penggunaan tanda asiteris terdapat angka 34 atau 7% selanjutnya penggunaan superlatif dan garansi memiliki jumlah yang sama yaitu dengan frekuensi 23 kali atau 5% dan terakhir alu kata satu-satunya dengan frekuensi sebanyak 21 kali 4%.

Kata kunci : Kecenderungan, Iklan Perguruan Tinggi, Etika Pariwisata

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
The Faculty of Social and Political Science
The Department of Communicational Science
Majoring in Broadcasting
Odik Nawar Ardiansyah
The Violation of Advertisement Ethics In College Advertisement of Tribun
News: April-June 2015 Edition
The year of Undergraduate Thesis : 2016 iii
The References : 21 books + 2 internet sources + 3 Journals + 2 undergraduate
theses + 2 Theses

This study attempts to analyze trends ads college violations Tribune Jogja in the April -- June 2015. The purpose of this study was to find out in any article college ad violating the ethics advertisement. Based on the theory used in this study that ethics advertisement is normative provisions relating to the profession and advertising efforts that have been agreed to be respected obeyed and enforced, so it is important to know by the college that will use advertising as a branding media.

This study used a quantitative content analysis that used to analyze the advertising college in the newspaper Tribune Jogja in accordance with a predetermined categorization. The Primary data in this study obtained from advertising colleges in the Tribune Jogja period of April - June 2015 and secondary data from the study of literature. The populations in this study are all the college ads in the Tribune Jogja with total sampling technique. The unit of analysis in this study is Indonesia Ethics Advertisement and Universities.

This study shows that the period from April to June 2015 there were 277 colleges advertisements contained on Tribune Jogja. From the amount of existing data about 263 (95%) ad were violating the Ethics Advertisement. Mean while, the book category EPI it self there are 493 violations, the highest number of violations is the use of the word free article by 129 advertisements or 26% of the ad college newspaper Tribune Jogja is an ad violation. While the use of the quality level stands at 97 times or 20%, followed by the inclusion of the prices on the numbers 89 or 18% then the encryption of a total of 77 times, or 16%. The use of asterisks are at number 34 or 7% further use of superlatives and guarantee to have the same amount that the frequency of 23 times or 5% and the last time the word only with a frequency of 21 times 4%.

Keywords: Trend, Ad College, Ethics Advertisement