



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marcomm**

**Nama : DWI NITASARI (44309120027)**  
**Nim : 443090120027**  
**Judul Skripsi : Analisis Pelanggaran Etika Periklanan Pada Iklan Televisi  
Provider Telepon Seluler (Studi analisis isi pada iklan televisi  
provider Kartu AS, XL, dan Axis pada periode Januari-  
September 2011).  
82 halaman + 5 Bab + 3 Lampiran + 19 Buku (1992-2009) +**

### **ABSTRAK**

Sebuah iklan sudah seharusnya tidak hanya memperhatikan unsur komersial saja bagi perusahaan yang mengiklankan produk tersebut, namun penting juga untuk memperhatikan unsur informatif yang terpercaya bagi khalayak maupun masyarakat yang menontonnya agar dapat tercipta pula *image* positif terhadap iklan-iklan yang ditayangkan. Namun dalam laporan pelanggaran yang dikeluarkan oleh BPP P3I pada Januari 2009 sampai dengan Oktober 2011 tercatat lebih dari 200 pelanggaran yang dilakukan oleh para pengiklan dari berbagai macam produk yang diiklankan. Dalam laporan tersebut tercatat beberapa *provider* seluler yang melakukan pelanggaran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan pelanggaran apa saja yang dilakukan oleh TVC provider Kartu AS, XL, dan Axis yang tayang pada periode Januari-September 2011.

Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif kuantitatif dengan mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Tipe penelitian berlandaskan pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian analisis isi, karena yang dijadikan permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai isi pesan yang tampak, sasaran/tujuan, dan teks atau bahasa yang digunakan, serta banyaknya pelanggaran berdasarkan kategori yang sudah ditetapkan.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat sejumlah pelanggaran yang dilakukan oleh provider Kartu AS, XL dan Axis dalam iklan TV yang ditayangkan pada periode Januari sampai September 2011 yang terbagi menjadi 44 kategori pelanggaran dalam bentuk penggunaan kalimat/kata “superlatif” serta perendahan pesaing dalam kategori adegan serta naskah. Selanjutnya ditemukan kecenderungan pelanggaran yang dilakukan dalam bentuk penggunaan kalimat/kata-kata “superlatif” dengan kecenderungan pelanggaran dominan dilakukan oleh Kartu AS pada 3 kategori dari 7 kategori yang diujikan.



## **ABSTRACT**

**DWI NITASARI (44309120027)**

***“Analysis of Ethical Advertising violations on mobile phone provider’s TV Commercial (studies on content analysis of Kartu AS, XL, and Axis provider’s TV Commercial during the period January-September 2011 )”.***

***82 page + 5 chapter + 3 attachment + 19 books (1992-2009)***

*An advertisement should not only pay attention to the commercial element for companies that advertise these products, but it is also important to pay attention to the elements that reliably informative for the audience and the people who watch it anyway in order to create a positive image of the ads aired. But in a report issued by the BPP violation P3I on January 2009 until October 2011 there were more than 200 violations committed by the advertisers of various products advertised. In the report noted some cellular providers who commit violations.*

*This study aims to determine the trend of any offense committed by the TVC providers of Kartu AS, XL and Axis that aired in the period January-September 2011.*

*Type of this research is descriptive quantitative research type with record numbers of values or frequencies to describe the different types of content that is defined. Type of research based on a quantitative approach which used in this research is content analysis, it is because of the problems in this research is about the content of the message that appears, goals / aims, and text or language used, and also the number of violations that have been defined by categories.*

*The results showed number of violations committed by the Kartu AS, XL and Axis provider in TV commercials that aired during the period from January to September 2012 which divided into 46 categories of violations in the form of the use of the phrase / word "superlative" and how they underestimate their competitors in of scenes and scripts’s categories. Furthermore, it also found the trend of violations in the form of the use of the phrase / word "superlative" trend to dominant which did by Kartu AS at 3 categories from 7 categories tested.*