



ASPEK-ASPEK ETIKA IKLAN ESIA BISPAK

(Analisis Aspek-Aspek Etika Dalam Iklan Esia Bisa Pake Tarif Manapun

(BisPak) Versi Ringgo Agus Rahman)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Disusun oleh :

RICO LIONARDI

44306110012

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : ASPEK-ASPEK ETIKA IKLAN ESIA BISPAK
Analisis Aspek-Aspek Etika Dalam Iklan Esia Bisa Pake Tarif
Manapun (BisPak) Versi Ringgo Agus Rahman

Nama : Rico Lionardi

NIM : 44306110012

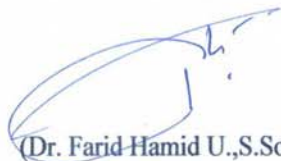
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 28 November 2010

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si.)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ASPEK-ASPEK ETIKA IKLAN ESIA BISPAK
Analisis Aspek-Aspek Etika Dalam Iklan Esia Bisa Pake Tarif
Manapun (BisPak) Versi Ringgo Agus Rahman
Nama : Rico Lionardi
NIM : 44306110012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 9 Desember 2010

Disahkan oleh :

Ketua Sidang



Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

Penguji Ahli



F.X Ridwan Handoyo

Pembimbing



Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si.



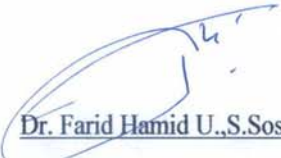
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : ASPEK-ASPEK ETIKA IKLAN ESIA BISPAK
Analisis Aspek-Aspek Etika Dalam Iklan Esia Bisa Pake Tarif
Manapun (BisPak) Versi Ringgo Agus Rahman
Nama : Rico Lionardi
NIM : 44306110012
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing


Dr. Farid Hamid U., S.Sos., M.Si.

Tanggal:

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dra. Diah Wardhani, M.Si.

Tanggal:

Ketua Jurusan Marcomm & Advertising



Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.

Tanggal:

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ASPEK-ASPEK ETIKA IKLAN ESIA BISPAK (Analisis Aspek-Aspek Etika Dalam Iklan Esia Bisa Pake Tarif Manapun (BisPak) Versi Ringgo Agus Rahman) “.

Terwujudnya proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :.

1. Yth. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Ketua Program Studi Marcomm & Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
2. Yth. Bapak Dr. Farid Hamid U.,S.Sos.,M.Si. selaku Pembimbing utama yang telah menyediakan waktu selama proses pengajuan judul sampai dengan selesainya pembuatan proposal skripsi ini.
3. Yth Bapak F.X Ridwan Handoyo selaku Ketua Umum Badan Pengawas Periklanan dan sebagai dosen yang telah menyediakan waktu untuk membimbing mengenai materi etika dan memberikan informasi yang sangat berguna bagi penelitian ini.

4. Yth Bapak Her Sanyoto selaku praktisi periklanan dari Dentsu dan Bapak Gatut Brimatoro selaku ATL Advertising dari Esia yang telah memberikan waktu untuk memberikan informasi yang sangat berguna bagi penelitian ini
5. Yth. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Mercu Buana yang telah banyak membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Seluruh Staff Tata Usaha, sekretariat PKK, dan staff perpustakaan
7. Terima kasih kepada kedua orang tua dan kakak penulis yang telah memberikan dukungan penuh secara moril dan materil dalam pengerjaan skripsi ini
8. Terima kasih kepada Irza Rivai yang telah memberikan dukungan moril dan materil selama masa pendidikan di Universitas Mercu Buana
9. Terima kasih kepada Ibu Dita Trisukmawardi yang telah memberikan dukungan dan keringanan waktu kerja sehingga peneliti bisa fokus pada penelitian ini
10. Terima kasih kepada Charles Labang yang senantiasa menemani peneliti mengerjakan skripsi ini
11. Terima kasih kepada Diana Ng, Irma Hanifah, Agus Nugraha, Misdiarti, Agung Muliawan, Lia Bachdar, Ananda Mutiara yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini
12. Terima kasih kepada seluruh angkatan 09, seluruh staff Mercu Buana, dan seluruh orang yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu per satu disini.

Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan dari Tuhan yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan.

Penulis,

(Rico Lionardi)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Signifikasi Penelitian	8
1.4.1 Signifikasi Akademis	8
1.4.2 Signifikasi Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Periklanan.....	10
2.2 Model Komunikasi Periklanan	11
2.3 Tujuan Periklanan	14
2.4 Pengemasan Pesan	16
2.5 Cara Kerja Periklanan	24

2.6	Iklan Televisi	30
2.7	Teknik Kreativitas Iklan.....	30
2.8	Brand (Merek)	32
2.9	Brand Awareness (Kesadaran akan Merk).....	33
2.10	Etika dan Etika Periklanan	35
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Tipe Penelitian	44
3.2	Metode Penelitian	44
3.3	Unit Analisis	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Teknik Analisa Data	46
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	PT Bakrie Telecom, Tbk	49
4.2	Esia	50
4.2.1	Esia BisPak	50
4.2.2	TVC Esia BisPak	51
4.3	Hasil Penelitian	54
4.3.1	Aspek Etika Esia dalam Penggunaan kata BisPak ...	54
4.3.2	Aspek Etika Esia dalam Penggunaan kata Termurah	61
4.3.3	Aspek Etika Esia dalam hal Perbandingan Produk ...	83
4.4	Pembahasan.....	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP