



**TINGKAT KESESUAIAN ISI IKLAN PROMOSI AKADEMIK  
BINA SARANA INFORMATIKA DI YOUTUBE PERIODE 2010-  
2016 BERDASARKAN ETIKA PARIWARA INDONESIA**



**TESIS**

**ROBBIKAL MUNTAHA MELIALA  
55215110007**

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2017**



**TINGKAT KESESUAIAN ISI IKLAN PROMOSI AKADEMIK  
BINA SARANA INFORMATIKA DI YOUTUBE PERIODE 2010-  
2016 BERDASARKAN ETIKA PARIWARA INDONESIA**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
**ROBBIKAL MUNTAHA MELIALA**  
**55215110007**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2017**



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Robbikal Muntaha Meliala
2. NIM : 55215110007
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communications*
6. Judul : Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Akademik  
Bina Sarana Informatika di Youtube Periode  
2010-2016 Berdasarkan Etika Pariwisata  
Indonesia

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 22 Februari 2017

Pembimbing Utama

Dr. Henni Gusfa, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Akademik  
Bina Sarana Informatika di Youtube Periode  
2010-2016 Berdasarkan Etika Pariwisata  
Indonesia
2. Nama : Robbikal Muntaha Meliala
3. NIM : 55215110007
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communications
7. Tanggal : 9 Maret 2017

Jakarta, 9 Maret 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli :  
Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si



(.....)

3. Pembimbing Utama :  
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Akademik Bina Sarana Informatika di Youtube Periode 2010-2016 Berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia
2. Nama : Robbikal Muntaha Meliala
3. NIM : 55215110007
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communications*
7. Tanggal : 18 Maret 2017

Jakarta, 18 Maret 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



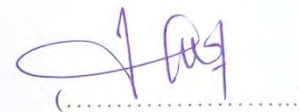
(.....)

2. Penguji Ahli :  
Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si



(.....)

3. Pembimbing Utama :  
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)

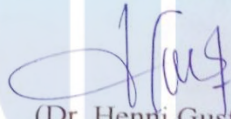


## LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul : Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Akademik  
Bina Sarana Informatika di Youtube Periode  
2010-2016 Berdasarkan Etika Pariwisata  
Indonesia
2. Bentuk Tesis : Penelitian
3. Nama : Robbikal Muntaha Meliala
4. NIM : 55215110007
5. Program : Magister Ilmu Komunikasi
6. Tanggal : 20 Maret 2017

Mengesahkan,

Pembimbing Utama



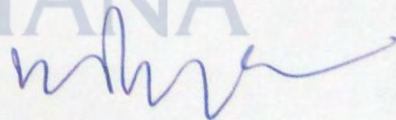
(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana



( Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Akademik Bina Sarana Informatika di Youtube Periode 2010-2016 Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia

Bentuk Tesis : Penelitian Analisis Isi Kuantitatif

Nama : Robbikal Muntaha Meliala

NIM : 55215110007

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 22 Februari 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dan program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Februari 2017


(Robbikal Muntaha Meliala)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Tingkat Kesesuaian Isi Iklan Promosi Akademik Bina Sarana Informatika di Youtube Periode 2010-2016 Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia.

Tesis ini mengalami perubahan judul setelah sidang dari judul semula adalah Analisis Isi Iklan Promosi Akademik Bina Sarana Informatika Berdasarkan Etika Pariwara Indonesia. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang Penerapan Etika Pariwara Indonesia (EPI) 2014 pada Iklan Promosi Akademik Bina Sarana Informatika di Media YouTube pada Periode 2010-2016, yang diukur secara numerik deskriptif jika ditinjau dari Ketentuan Bahasa, Kesaksian Konsumen (*Testimony*), Pesan yang Merendahkan Produk Pesaing, Pesan yang Meniru Ikon Khusus Produk Pesaing dan Pesan yang Menjanjikan untuk Mendapatkan Pekerjaan.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada : Dr. Henni Gusfa, M.Si, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada ibu Dr. Elly Yuliawati, M,Si, selaku Penguji pada Seminar Proposal, Dr. Leila Mona Ganiem selaku Penguji pada Ujian Tesis, Bapak Prof. Dr. Didiek J. Rachbini selaku



Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M, Si. Demikian juga penulis terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua, yaitu (Alm) H. Abdullah Meliala dan Sumarni Pohan beserta Kakak dan Abang Kandung Penulis terutama Kakak Ingen Ate Malem Meliala, Pitto Nihami Meliala, Totok Fibiantoro, Tondi Meliala dan Dillo Meliala yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan kajian ilmu komunikasi di Indonesia khususnya periklanan dan *marketing communication*.

Penulis

UNIVERSITAS  
**Robbikal Muntaha Meliala**  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	8
1.3.Maksud dan Tujuan .....	11
1.4.Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>13</b>
2.1. Kajian Pustaka (Penelitian Terdahulu).....	13
2.1.1. Teori Ruang Semantik Osgood (1960).....	38
2.1.2. Etika Pariwara Indonesia .....	39
2.1.3. Iklan .....	45
2.1.4. Media Sosial .....	48
2.1.5 Youtube.....	50
2.2. Kerangka Pemikiran.....	51
2.3. Hipotesis.....	54
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
3.1. Objek Penelitian.....	55
3.1.1.Unit Analisis.....	56
3.2 .Paradigma Penelitian.....	56
3.3. Metode Penelitian.....	59
3.4. Populasi dan Sampel.....	62
3.4.1. Kategorisasi dan Definisi Kategori .....	67
3.5. Reliabilitas Koding.....	74
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.7. Teknik Analisis Data.....	85

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>87</b>
4.1. Profil dan Penampilan Bina Sarana Informatika .....	87
4.2. Hasil Penelitian .....	107
4.3. Pembahasan .....	189
4.3.1. Perspektif Netizen Pada Iklan Promosi BSI dan Misi BSI.....	189
4.3.2. Signifikansi Praktis Variabel 1 : Tingkat Kesesuaian Pasal 1.2.....	193
4.3.3. Signifikansi Praktis Variabel 2 : Tingkat Kesesuaian Pasal 1.16.....	194
4.3.4. Signifikansi Praktis Variabel 3 : Tingkat Kesesuaian Pasal 1.20.....	196
4.3.5. Signifikansi Praktis Variabel 4 : Tingkat Kesesuaian Pasal 1.21.....	198
4.3.6. Signifikansi Praktis Variabel 5 : Tingkat Kesesuaian Pasal 2.19.....	202
4.3.7. Pembuktian Hipotesis .....	203
4.3.8. Kaitan Ilmu Komunikasi dengan Periklanan dan Etika Pariwara Indonesia	204
4.3.9. Prosedur Penegakan Etika Pariwara Indonesia .....	206
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>209</b>
5.1. Kesimpulan .....	209
5.2. Saran.....	213
5.2.1. Saran untuk Pembangunan Ilmu Pengetahuan.....	213
5.2.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	214
5.2.3. Saran untuk Bina Sarana Informatika.....	214
5.2.4. Saran untuk Dewan Periklanan Indonesia (DPI) dan EPI.....	215
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>216</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>221</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>268</b>