



UNIVERSITAS MERCUBUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

Nama : Muhamad Bari Baihaqi  
Nim : 44311120057  
Judul Skripsi : Advertising Ethics Violations trend analysis on the Billboard Advertising (Studies Content Analysis Study Links Advertising Billboard in Depok Margonda period October-December 2013).  
115 Page + 2 Enclosure + 5 Chapter + 19 Book (2004 – 2012).

#### ABSTRACT

*An advertisement should not only pay attention to any commercial element for companies that advertise these products, but it is important also to note that reliable informative elements for the audience and the people who saw it in order to create a positive image of the ads were aired. In a report issued by the Association of Advertising Agency of Indonesia (BPP P3I) mentions that during the period 2009 to 2013 found 409 cases. Meanwhile, violations of media advertising by using billboards are 18 cases where such violations have violated the Ethics Advertisement Indonesia (EPI) relating to the content of advertising messages. This study aims to determine the tendency of any offense which has been committed by billboards contained in Margonda Depok in the period from October to December, 2013.*

*This type of research used in this type of research is quantitative descriptive record number or frequency values to describe different types of content defined. This type of research is based on a quantitative approach used in this study is a content analysis study, because of the problems used in this study is about the contents of the message that appears, text, graphics and visualization are used as well as the number of violations based on predefined categories.*

*The results showed there were a number of offenses committed on billboards in Depok Margonda that aired during the period October to December 2013, which is divided into 10 categories of offense in the form of a sentence or word superlative and visualization are not paying attention to safety norms. And found that often the headlines category element that is always a matter of "soft" in presenting the words that violate the Ethics Advertisement Indonesia (EPI).*



UNIVERSITAS MERCUBUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

Nama : Muhamad Bari Baihaqi  
Nim : 44311120057  
Judul Skripsi : Analisis Pelanggaran Etika Periklanan Pada Iklan Billboard (Studi Analisis Isi Pesan Iklan Billboard di Jalan Margonda Depok pada Periode Oktober – Desember 2013).  
115 halaman + 5 Bab + 2 Lampiran + 19 Buku (2004 – 2012).

#### 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 melihatnya agar dapat tercipta *image* positif terhadap iklan-iklan yang ditayangkan. Dalam laporan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (BPP P3I) menyebutkan bahwa selama periode 2009 sampai dengan 2013 ditemukan 409 kasus. Adapun, pelanggaran iklan dengan menggunakan media billboard adalah 18 kasus yang mana dari pelanggaran tersebut telah melanggar Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang berkaitan dengan isi pesan iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan pelanggaran apa saja yang telah dilakukan oleh billboard-billboard yang terdapat pada Jalan Margonda Depok pada periode Oktober – Desember 2013.

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

Hasil penelitian menunjukkan terdapat sejumlah pelanggaran yang dilakukan pada billboard di Jalan Margonda Depok yang tayang pada periode Oktober – Desember 2013 yang terbagi menjadi 10 kategori pelanggaran dalam bentuk kalimat atau kata superlatif serta visualisasi yang tidak memperhatikan norma-norma keselamatan. Serta ditemukan kategori headline yang kerap menjadi elemen yang selalu menjadi bahan “empuk” dalam menyajikan kata-kata yang melanggar Etika Pariwara Indonesia (EPI).