



**PERINGATAN BAHAYA MEROKOK PADA IKLAN TVC  
MEROKOK**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi

Disusun oleh:

**HARIYANTO**

UNIVERSITAS  
44312120069  
**MERCU BUANA**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
*Advertising & Marketing Communication*

## **SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Hariyanto  
NIM : 44312120069  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, Juni 2015



**Hariyanto**  
44312120069

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : PERINGATAN BAHAYA MEROKOK PADA IKLAN  
TVC MEROKOK

Nama : Hariyanto


NIM : 44310110049

Fakultas : Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Mengetahui,

Pembimbing



MERCU BUANA

Drs. Dadan Iskandar, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : PERINGATAN BAHAYA MEROKOK PADA IKLAN  
TVC MEROKOK  
Nama : Hariyanto  
NIM : 44312120069  
Fakultas : Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juni 2015

Ketua Sidang,  
Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom

Penguji Ahli,  
Afdal Makkuraga, M.Si

Pembimbing,  
Drs. Dadan Iskandar, M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : PERINGATAN BAHAYA MEROKOK PADA IKLAN  
TVC MEROKOK

Nama : Hariyanto

NIM : 44312120069

Fakultas : Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juni 2015

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

**UNIVERSITAS**  
**MERCU BUANA**

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Bidang Studi Marketing  
Communication & Advertising**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat menempuh ujian akhir sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana di Jakarta. Dari awal penyusunan skripsi ini, penulis merasa masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengalaman penulis dalam bidang ini beserta topik yang diteliti, namun dalam kesempatan ini pula penulis mendapatkan kritik sehingga mencapai kesempurnaan hasil akhir yang diharapkan. Kritikan dan masukan yang membangun dan juga dorongan dari dosen pembimbing sehingga skripsi ini dapat terwujud sebagaimana mestinya.

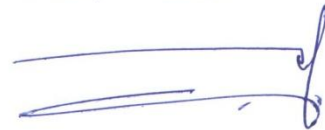
Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak yang dengan tulus, ikhlas, sabar dan penuh pengertian. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan besar terima kasih kepada:

1. Drs. Dadan Iskandar M.Si, selaku dosen pembimbing dan juga dosen semasa perkuliahan, peneliti dengan hormat dan rendah hati mengucapkan terima kasih atas kesediaannya, kesabarannya, dan *transfer knowledge* yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini. Tidak ada kata lain yang dapat mengungkapkan besarnya rasa apresiasi atas bimbingan yang diberikan.
2. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku ketua bidang studi jurusan Marketing Communications and Advertising, peneliti mengucapkan beribu terima kasih untuk bimbingan, dorongan, dan nasihat yang telah diberikan semasa perkuliahan dan semasa penyusunan skripsi.
3. Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom, selaku ketua sidang.
4. Afdal Makkuraga, M.Si, selaku penguji ahli.

5. Ibu Lily S Sulistyowati, Kepala Pusat Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. Terima kasih dihaturkan atas ketersediaannya waktu dan tempat untuk melakukan penelitian hingga penyusunan skripsi ini lengkap.
6. Bapak S Rahmat M Arifin Ketua Bidang Isi Siaran Komisi Penyiaran Indonesia. Terima kasih atas bantuan dan kesediaannya untuk informasi yang diberikan guna melengkapi skripsi yang sedang disusun.
7. Bapak Agus Sujatno Bidang Edukasi Konsumen Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Terima kasih atas bantuan dan kesediaannya untuk informasi yang diberikan guna melengkapi skripsi yang sedang disusun.
8. Terima kasih yang sebesar – besarnya kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah menuangkan ilmunya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
9. Kepada teman – teman satu angkatan, yang merupakan salah satu inspirasi untuk penyelesaian penyusunan skripsi ini, terutama ADVERT CREW yang menjadi teman berbagi dan bertukar pikiran dikala peneliti merasa butuh pendapat lain. Terima kasih sebesar – besarnya.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya untuk perkembangan pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana. Dan segala kekurangannya, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang sedalam – dalamnya.

Jakarta, Juni 2015



Hariyanto



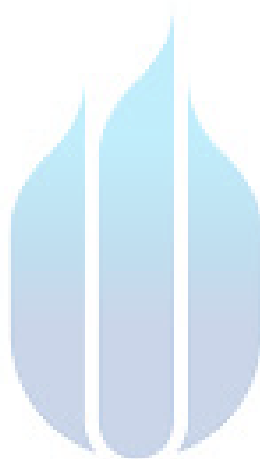
## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penulisan .....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
1.4.3. Manfaat Sosial.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Komunikasi .....	14
2.2 Pengertian Iklan.....	14
2.3 Jenis Iklan.....	15
2.4 Tujuan Iklan .....	17
2.5 Sifat Iklan .....	18
2.6 Pesan Iklan .....	20
2.7 Iklan Televisi.....	21



2.7.1.	Unsur – Unsur Iklan Televisi.....	23
2.7.2.	Atribut Iklan Televisi.....	24
2.7.3.	Bentuk – Bentuk Iklan Televisi.....	26
2.8	Etika.....	27
2.9	Etika Periklanan.....	29
2.10	Etika Pariwara.....	30
2.11	Etika Penyiaran.....	36
 <b>BAB III METODOLOGI.....</b>		<b>39</b>
3.1	Paradigma .....	39
3.2.	Metodelogi Penelitian.....	40
3.3	Subyek Penelitian.....	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.	Teknik Analisis Data.....	47
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	48
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>50</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1.	Memiliki Nilai Moral.....	60
4.2.2	Punya Nilai Relatif.....	61
4.2.3	Bersifat Relatif.....	61
4.2.4	Buatan Manusia.....	62
4.2.5.	Melestarikan Tujuan Bersama.....	63
4.3	Pembahasan .....	64
4.3.1	Tujuan Iklan .....	64

4.3.2	Pesan Iklan .....	65
4.3.3	Iklan Televisi.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	73
DAFTARPUSTAKA.....		74
CURRICULUM VITAE		
DAFTAR TABEL		



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar Permenkes 28 Tahun 2013.....	57
Gambar Permenkes 28 Tahun 2013.....	58

