

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Kerangka Teori	10
1.5.1. Etika	10
1.5.2. Etika Komunikasi	11
1.5.3. Pemasaran dan Etika Bisnis	14
1.5.4. <i>The Due Care Theory</i>	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Periklanan	19
2.1.1. Pengertian Iklan	19
2.1.2. Tujuan Periklanan	22
2.2. Jenis-jenis Iklan	24

2.2.1. Pembagian Iklan Secara Umum	25
2.2.2. Pembagian Iklan Secara Khusus	27
2.3. Media Televisi	32
2.3.1. Bentuk-bentuk Iklan Televisi	33
2.3.2. Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	34
2.4. Iklan dan Dimensi Etisnya	39
2.4.1. Fungsi Iklan	40
2.4.2. Beberapa Persoalan Etis	43
2.4.3. Makna Etis Menipu Dalam Iklan	45
2.4.4. Kebebasan Konsumen	46
2.5. Etika Pariwisata Indonesia	47
2.6. Penelitian Terdahulu	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	56
3.2. Populasi dan Sampel	59
3.3. Unit Analisis dan Kategorisasi	59
3.4. Teknik Pengumpulan Data	70
3.5. Teknik Analisis Data	70
3.6. Reliabilitas dan Validitas	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Iklan Produk Kesehatan	73
4.2. Gambaran Umum Perusahaan	75
4.3. Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.4. Gambaran Umum Proses Penelitian	81
4.5. Hasil Penelitian	82
4.5.1. Hasil Penelitian Unit Analisis Jenis Produk	82
4.5.2. Hasil Penelitian Unit Analisis Kegunaan Produk	83
4.5.3. Hasil Penelitian Unit Analisis Sifat Iklan	86
4.5.4. Hasil Penelitian Unit Analisis Jenis Bahasa	89

4.5.5. Hasil Penelitian Unit Analisis <i>Testimony</i>	91
4.5.6. Hasil Penelitian Unit Analisis <i>Talent Testimony</i>	92
4.5.7. Hasil Penelitian Unit Analisis Pernyataan <i>Testimony</i>	95
4.5.8. Hasil Penelitian Unit Analisis Spot Peringatan Perhatian	98
4.5.9. Hasil Penelitian Unit Analisis Pernyataan Iklan	101
4.5.10. Hasil Penelitian Unit Analisis Visualisasi Iklan	106
4.6. Pembahasan	110

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	119
5.2. Saran	121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Unit Analisis Produk Kesehatan	60
Program-program Tayangan Di Global TV	76
Visi dan Misi Global TV	79
Bentuk Logo Global TV	80
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Jenis Produk	83
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Kegunaan Produk	84
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Sifat Iklan	86
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Jenis Bahasa	90
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis <i>Testimony</i>	91
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis <i>Talent Testimony</i>	92
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Pernyataan <i>Testimony</i>	95
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Spot Peringatan Perhatian	99
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Pernyataan Iklan	102
Prosentase Pengkodingan Unit Analisis Visualisasi Iklan	107

DAFTAR GAMBAR

Struktur Organisasi Global TV	78
Iklan produk kesehatan berdasarkan kegunaan produk	85
Iklan produk kesehatan yang bersifat persuasif	87
Iklan produk kesehatan yang bersifat informatif	88
Iklan produk kesehatan yang bersifat kombinasi	89
Penggunaan jenis bahasa kombinasi	91
Penggunaan <i>talent testimony</i> khalayak umum	94
Penggunaan <i>talent testimony</i> profesi kesehatan	94
Penggunaan <i>talent testimony</i> artis	95
Pernyataan <i>testimony</i> terkait khasiat dan manfaat yang diperoleh secara singkat dan instan setelah mengonsumsi produk	96
Pernyataan <i>testimony</i> terkait hilang atau sembuhnya penyakit yang diderita setelah mengonsumsi produk	97
Pernyataan <i>testimony</i> terkait bujukan kepada khalayak untuk ikut menggunakan atau mengonsumsi produk	98
Spot peringatan perhatian	99
Spot peringatan perhatian ditayangkan 3 detik	101
Pernyataan iklan yang bersifat kombinasi	103
Pernyataan iklan yang bersifat hiperbol	104
Pernyataan iklan yang bersifat afirmatif	105
Pernyataan iklan yang bersifat superlatif	106
Iklan yang menampilkan tenaga profesi kesehatan	108
Iklan yang menggambarkan efek kerja obat secara cepat	109
Iklan yang menggambarkan pengabaian segi keselamatan	110