

PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK

**(Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia Terhadap Iklan Komersial
Pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015)**



Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

MUHAMMAD IRHAS

NIM. 11730128

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : **Muhammad Irhas**
NIM : **11730128**
Prodi : **ILMU KOMUNIKASI**
Konsentrasi : **Advertising**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 8 September 2015

Yang menyatakan,



Muhammad Irhas
Muhammad Irhas

NIM. 11730128



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Muhammad Irhas
NIM : 11730128
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK
(Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia terhadap Iklan Komersial pada
Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1-31 Maret 2015)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 8 September 2015

Pembimbing

Rika Lusri Virga, MA

NIP :19850914 201101 2 014



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/1224.P/2015

Skrripsi/Tugas Akhir dengan judul : PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK (Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia Terhadap Iklan Komersial Pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret - 31 Maret 2015)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muhammad Irhas
NIM : 11730128

Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at, tanggal: 25 September 2015
dengan nilai : 90 (A-)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Rika Lusri Virga, S.IP.,MA
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji I

Alip Kunandar, S.Sos.,M.Si
NIP.19760626 200901 1 010

Penguji II

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 9-10-2015

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



H. Kamsi, MA
19570207 198703 1 003

Halaman Motto

وَالْعَصْرِ ١
إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ٢
إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا
بِالصَّبْرِ ٣

Meanings :

1. *By time,*
2. *Indeed, mankind is in loss,*
3. *Except for those who have believed and done righteous deeds and advised each other to truth and advised each other to patience.*

Halaman Persembahan

Peneliti mempersembahkan

untuk Almamater tercinta :

*Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, dengan segala rahmat dan hidayah-Nya yang selalu diberikan kepada hambanya sebagai tuntunan hidup demi menggapai keridhaan-Nya. Melalui ketabahan serta keteguhan iman terhadap ujian-Nya penulis akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal. Tak lupa, shalawat dan salam kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, adalah pribadi *nur 'ala nur* yang senantiasa menjadi panutan bagi umat manusia di seluruh dunia.

Syukur *alhamdulillah* skripsi yang merupakan kajian dengan judul “PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK (Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia terhadap Iklan Komersial Pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015)” ini telah selesai penulis susun secara maksimal. Namun, maksimalnya skripsi ini belum tentu menjadi yang terbaik dalam hal kualitas isi dan penyusunannya. Penulis menyadari bahwa di dalam laporan ini tentunya masih ada kekurangan yang jauh dari kata ‘sempurna’. Oleh karena itu, kritikan serta saran sangat diharapkan dari pihak pembaca demi membangun dan menyempurnakan skripsi ini menjadi lebih baik lagi.

Bantuan, bimbingan, arahan serta dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini patut diberi apresiasi yang sebesar-besarnya. Pada kesempatan ini, izinkan penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Bapak DR. H. Kamsi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Bono Setyo, M. Si, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Rika Lusri Virga, S.I.P, M.A, selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia serta sabar membimbing dan mengarahkan peneliti selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
4. Ibu Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M. Si, selaku dosen pembimbing akademik.

5. Para dosen prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
6. Ayahanda (Mustamin) dan ibunda (Sagaria), kedua saudaraku St. Sulaeha dan Muhammad Asrar, yang tak pernah lupa memberikan dukungan serta dorongan baik materil maupun moril yang sangat bermanfaat untuk peneliti. Kalian adalah semangat peneliti, kalian adalah orang – orang hebat di balik setiap langkah peneliti.
7. Kakak amir, kakak wati, dan segenap keluarga besar peneliti yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.
8. Almarhum Muhammad Abdul Aziz, yang pernah berencana memberikan sebaris dua baris untuk menulis nama peneliti di skripsinya. Apalah daya, kehendaknya tak sesuai dengan rencana Allah SWT. Justru penelitalah yang menuliskan nama almarhum di skripsi ini. Tentu saja, Almarhum juga ikut berperan penting dalam penyusunan skripsi ini.
9. Edi Sumanto dan Muhlis Ardian, sama sekali tak pernah tersebit rasa penyesalan mengenal kalian. Kalian berbagi suka, dan juga berbagi duka.
10. Keluarga besar asrama mahasiswa Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan Wisma Sawerigading (wandi, aso, asri, aksan, dkk) yang senantiasa membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung. Terima kasih buat yang pernah menemani peneliti mencari data di UNS Solo, terima kasih buat yang pernah menemani peneliti mencari data di shopping lantai 2 (sekalipun bukan data itu yang akhirnya dipakai), dan juga terima kasih yang telah meminjamkan printernya kepada peneliti. Kalian benar – benar mengerti keadaan peneliti.
11. Bang Azwar selaku alumni asrama mahasiswa Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan Wisma Sawerigading yang telah menawarkan banyak pilihan dalam mencari konsep – konsep penelitian serta memotivasi peneliti agar sesegera mungkin menggarap skripsi.

12. Kakak Juan Brinley yang pernah mengatakan “Ayo kerjakan skripsi, jangan malas.” Peneliti ucapkan terima kasih atas dorongan yang diberikan.
13. Kawan – kawan HMI Komisariat FISHUM yang tetap solid dan patut dibanggakan. Peneliti sangat senang bisa menjadi bagian dari keluarga HMI Komisariat FISHUM. *HMI and Proud!!!*
14. Teman – teman IKOM C angkatan 2011 yang sampai saat ini masih tetap kompak dan selalu muda. Peneliti ucapkan terima kasih sebanyak – banyaknya yang pernah memberikan kritikan dan saran yang membuat peneliti bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Keluarga Ikatan Alumni DDI (IADI) Yogyakarta yang menjadi bagian dari keluarga peneliti selama di Yogyakarta.
16. Teman – teman KKN Angkatan 83 padukuhan Demangan (Halim, Sudarsono, Ali, Yuni, Estri, Riska, Anis), bapak Hardjito dan keluarga, warga padukuhan demangan serta bocah – bocah demangan yang pintar – pintar dan *ngangenin*.
17. Rekan – rekan eBimbel yang hebat (kak hasmin, kak ibel, kak muhlis) yang memberikan kesempatan waktu dan tempat untuk menyusun skripsi ini di kantor PT. eBimbel Indonesia.

Tanpa mereka semua, skripsi ini tidak akan maksimal dalam penyelesaiannya. Peneliti ucapkan terima kasih sekali lagi untuk kalian semua.

Akhir kata, semoga apa yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya kepada peneliti sendiri dan juga para pembaca semuanya.

Amin Ya Rabbal Alamin.

Yogyakarta, 15 September 2015

Muhammad Irhas
NIM 11730128

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------|------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | vii |
| ABSTRAC | viii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|------------------------------------|----|
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 10 |
| D. Manfaat Penelitian | 10 |
| E. Tinjauan Pustaka | 11 |
| F. Landasarn Teori | 13 |
| 1. Etika | 13 |
| 2. Etika Pariwara Indonesia | 16 |
| 3. Iklan | 28 |
| 4. Fungsi Surat Kabar Harian | 32 |
| G. Metodologi Penelitian | 33 |
| 1. Jenis Penelitian | 34 |
| 2. Metode Pengumpulan data | 34 |
| 3. Metode Analisis Data | 47 |
| H. Kerangka Pemikiran | 49 |

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

| | |
|---|----|
| A. Sejarah Berdirinya Tribun Jogja..... | 50 |
| B. Profil Tribun Jogja | 51 |
| C. Visi dan Misi | 52 |
| D. Struktur Organisasi | 52 |
| E. Data Media | 53 |

| | |
|--|----|
| F. Manajemen PT Media Tribun Jogja | 53 |
|--|----|

BAB III PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Uji Validitas | 56 |
| B. Uji Reliabilitas | 57 |
| C. Penyajian Data Iklan Komersial pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015 | 62 |
| 1. Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia | 62 |
| 2. Unit Analisis Jenis Iklan Komersial | 67 |
| 3. Unit Analisis Jenis Produk | 70 |
| D. Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Unit Analisis Jenis Iklan Komersial | 74 |
| E. Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Unit Analisis Jenis Produk | 78 |
| F. Hasil Analisis Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia Terhadap Iklan Komersial pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015 | 83 |
| 1. Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia | 83 |
| 2. Unit Analisis Jenis Iklan Komersial | 86 |
| 3. Unit Analisis Jenis Produk | 87 |
| 4. Tabulasi Silang Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia | 90 |

BAB IV PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 97 |
| B. Saran | 98 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 : Unit Analisis dan Kategorisasi | 38 |
| Tabel 2 : Kerangka Pemikiran | 49 |
| Tabel 3 : Uji Validitas Korelasi Pearson | 56 |
| Tabel 4 : Uji Reliabilitas antar Pelaku Koding Kategori Pelanggaran Iklan | 59 |
| Tabel 5 : Uji Reliabilitas antar Pelaku Koding Kategori Jenis Iklan Komersial .. | 60 |
| Tabel 6 : Uji Reliabilitas antar Pelaku Koding Kategori Jenis Produk | 61 |
| Tabel 7 : Distribusi Frekuensi Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia | 65 |
| Tabel 8 : Distribusi Frekuensi Unit Analisis Jenis Iklan Komersial | 70 |
| Tabel 9 : Distribusi Frekuensi Unit Analisis Jenis Produk | 73 |
| Tabel 10 : Tabulasi Silang Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dengan Unit Analisis Jenis Iklan Komersial | 75 |
| Tabel 11 : Tabulasi Silang Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dengan Unit Analisis Jenis Produk | 78 |
| Tabel 11: Persentase Tabulasi Silang unit analisis pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dengan unit analisis jenis produk | 79 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 : Iklan Surf | 41 |
| Gambar 2 : Iklan XL | 43 |
| Gambar 3 : Iklan Bintang Toedjoe | 44 |
| Gambar 4 : Iklan Cat Tembok Avian | 45 |
| Gambar 5 : Iklan Mitsubishi Fuso | 76 |
| Gambar 6 : Iklan Sumber Baru Mobil | 77 |
| Gambar 7 : Iklan Mistubishi Delica | 80 |
| Gambar 8 : Iklan <i>Majestic Grand Bale</i> | 81 |
| Gambar 9 : Iklan PT Sumber Buana Motor | 82 |
| Diagram 1 : Frekuensi kemunculan jenis iklan komersial pada SKH Tribun Jogja periode 1 Maret - 31 Maret 2015 | 87 |
| Diagram 2 : Frekuensi kemunculan jenis produk pada SKH Tribun Jogja periode 1 Maret - 31 Maret 2015 | 88 |
| Diagram 3 : Diagram Tabulasi Silang Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dengan Unit Analisis Jenis Iklan Komersial | 91 |
| Diagram 4 : Diagram Tabulasi Silang Unit Analisis Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia dengan Unit Analisis Jenis Produk | 93 |

ABSTRACT

At present, the human can not escape from ads activity. The promoting products and services have a regulation to organize advertising process in Indonesia named “Etika Pariwara Indonesia” as a reference of promoting products and services on mass media. A lot of advertiser promote their products and services on the mass media, but part of them doesn’t respect the Etika Pariwara Indonesia. in fact, the ads published on the mass media specially published on a regional mass media.

According to above, researcher take a advertising problem that it was happened on the mass media is tittled “Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia terhadap Iklan Komersial pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015”. This type of research is content analysis used description method. Type of data is commercial ads, was taken from regional newspaper Tribun Jogja periode 1st March – 31st March 2015 many as 159 commercial ads.

The result showed that commercial ads mostly break the Etika Pariwara Indonesia is used superlative words many as 14 ads with percentration 42.42% from all the commercial ads violation. The type of products who break the Etika Pariwara Indonesia is retail product with percentration 42.42% from all commercial ads violation. Beside that, the product type of retail mostly break the Etika Pariwara Indonesia is used superlative words with percentration 10.71% from all type product of retail.

Keywords : Etika Pariwara Indonesia, Commercial Ads, Tribun Jogja

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Periklanan sejak dahulu telah mengambil satu sisi pola hidup masyarakat dalam dunia pemasaran. Tiap hari masyarakat selalu disibukkan dengan kegiatan periklanan. Meskipun periklanan memiliki banyak pengertian pribadi, kita bisa menyetujui semuanya bahwa periklanan lebih banyak digunakan dalam sistem informasi massa di kalangan masyarakat untuk tujuan ekonomi (Suhandang, 2005: 20). Adanya kegiatan periklanan pada setiap media yang kita jumpai menandakan betapa iklan selalu hadir membujuk konsumen agar barang/jasa yang dipromosikan dapat menarik perhatian.

Tujuan dari iklan itu sendiri adalah untuk memengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, pendapat, pemikiran dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu merek atau produk tertentu yang telah ditawarkan. Sedangkan menurut *John Crowford*, tujuan dari periklanan adalah memberi informasi tentang barang atau jasa dan menyadarkan khalayak, menimbulkan perasaan suka dengan memberikan preferensi, meyakinkan khalayak akan kebenaran tentang apa yang dijanjikan. Secara garis besar, tujuan dari periklanan adalah menanamkan *image* tentang sebuah

produk barang atau jasa. Dalam mencapai tujuan dari periklanan dan barang yang diiklankan tersebut mampu menarik perhatian dari konsumen atau khalayak, keefektifan dari kampanye iklan juga mempunyai peran yang sangat besar (Rozak dkk, 2008: 4).

Selain alat untuk promosi, iklan juga berfungsi sebagai pengingat. Dalam definisi ini, iklan dilakukan secara berulang-ulang bertujuan untuk selalu mengingatkan konsumen terhadap identitas barang/jasa yang diperkenalkan, sehingga pengiklan dan target audiensnya tidak hilang kontak.

Rantai hubungan antara pengirim – pesan – pengguna juga tergantung beberapa komponen lain yang terlibat dalam sistem periklanan, diantaranya media massa, inti dari sistem komunikasi massa. Media massa berperan ganda dalam periklanan, yaitu menyediakan pengetahuan teknologi pengiriman pesan dan aktif mengambil bagian di dalam menentukan pesan apa yang harus dikirimkan oleh siapa, kepada siapa, dan kapan (Suhandang, 2005: 28).

Saat ini, hampir di semua benda yang berada di sekitar kita dikerumuni oleh iklan. Efektifitas iklan semakin tampak pada kehidupan kita sehari – hari mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali. Akan tetapi, konsumen masih tabu/belum proaktif untuk mengkaji sebuah iklan apakah melanggar aturan beriklan atau tidak.

Dalam dunia periklanan,terdapat sebuah regulasi yang mengatur praktik usaha dan proses beriklan yang dikenal dengan nama Etika Pariwara Indonesia atau disingkat EPI. EPI hadir sebagai pedoman utama pelaku periklanan dalam mengatur sistem tata krama dan tata cara beriklan yang berlaku di Indonesia.

Tujuan dari adanya EPI ini adalah untuk melindungi para pelaku periklanan dalam lingkup normatif agar dapat memperoleh imbalan hasil dari beriklan secara wajar tanpa adanya penyimpangan etika di dalamnya. selain itu, tentunya EPI juga melindungi pihak konsumen atau masyarakat, agar dapat memperoleh informasi dari iklan dengan sewajarnya dan dapat mereka terima tanpa menimbulkan kontradiksi yang terjadi setelah sampai kepada mereka sebuah iklan.

Berdasarkan tujuan di atas, besar harapan, dengan ada dan berlakunya EPI sebagai pedoman dalam dunia periklanan menjadikan pelaku periklanan dapat menjaga etika dalam berkreatifitas sesuai dengan nilai – nilai norma dan budaya yang ada di masyarakat. Hal ini ditujukan agar iklan dapat berlabuh di konsumen sesuai dengan tujuannya yaitu untuk memengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap, pendapat, pemikiran dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu merek atau produk tertentu yang telah ditawarkan.

Namun harapan tersebut semakin jauh dari fakta yang terjadi di dunia periklanan. Terbukti, telah berkali – kali terjadi pelanggaran yang diberitakan

dan hal itu ternyata sampai terdengar di telinga masyarakat yang notabene merupakan konsumen. Hal ini tentunya sangat merugikan konsumen karena mereka merasa dikelabui oleh iklan, yang menimbulkan stereotip di masyarakat bahwa iklan ada hanya untuk mengelabui konsumennya. Perkembangan etika periklanan di beberapa wilayah di Indonesia sampai saat ini belum dapat menunjukkan sisi mana yang merupakan kreatifitas dan sisi mana yang merupakan sebuah pelanggaran etika. Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang seharusnya dijadikan sebagai tolak ukur bagi para pengiklan dalam membangun ide kreatifitasnya malah dianggap sebagai dinding pemisah untuk menciptakan sebuah karya. Dalam hal ini, insan pariwara belum menerapkan aturan-aturan yang terkait dengan etika periklanan, dan yang terjadi adalah mereka berkreatifitas dalam menciptakan iklan tanpa memandang nilai-nilai norma dan budaya yang ada di masyarakat.

Berdasarkan sumber yang peneliti peroleh dari memo kebijakan '*upaya peningkatan koordinasi pengawasan iklan dalam rangka perlindungan konsumen*' yang dikeluarkan oleh Kementerian Perdagangan tahun 2013 menyebutkan, pengawasan iklan ternyata dinilai masih lemah sehingga menyebabkan banyaknya pelanggaran iklan yang berpotensi merugikan konsumen. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Periklanan Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (BPP-P3I), jumlah pelanggaran iklan selama periode 2009 – 2011 sebanyak 269 kasus, sedangkan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) mencatat sebanyak 42

kasus pelanggaran. Jenis pelanggaran iklan yang terjadi adalah penggunaan kata-kata superlatif seperti paling murah, tercepat, atau 100% awet tanpa didukung oleh data yang kredibel dari lembaga yang kompeten, penggunaan tanda asterisk “syarat dan ketentuan berlaku” tanpa adanya penjelasan lebih lanjut, serta promosi penjualan yang tidak dilengkapi dengan informasi yang jelas. Selain itu, visualisasi iklan yang tidak sesuai dengan norma kesucilaan, tidak mendidik dll .

Dalam memo tersebut dijelaskan lebih lanjut, bahwa faktor – faktor terjadinya pelanggaran iklan selama ini adalah yang *pertama*, Kementerian/Lembaga yang melakukan pengawasan iklan masih bersifat parsial dan terbatas, baik dari sisi produk maupun medianya. Badan POM melakukan pengawasan iklan untuk produk obat, makanan, dan kosmetik. Kemenkes terhadap alat-alat kesehatan. KPI terhadap iklan yang ditayangkan pada media elektronik. Serikat Penerbit Surat Kabar (SPS) terhadap iklan di surat kabar. BPP-P3I terhadap biro iklan anggotanya. Kemensos menitikberatkan pada hadiah atau undian yang diiklankan. Lembaga Sensor Film (LSF) terhadap iklan pra-tayang di Televisi. Saat ini Lembaga yang secara aktif melakukan pengawasan iklan yaitu Badan POM, KPI, dan BPP-P3I.

Kedua, Koordinasi antar-lembaga pengawas iklan sudah ada namun mekanismenya belum terstruktur. Kementerian Perdagangan memiliki kewenangan yang luas untuk melakukan pengawasan terhadap

tayangan iklan di berbagai media dan mengenakan sanksi pelanggaran terhadap pelaku usaha iklan (pengiklan, biro iklan, maupun media). Tetapi pengawasan iklan oleh Kemendag hingga kini belum dilaksanakan secara aktif, disamping itu masih belum terjalin mekanisme-koordinasi yang baik dengan lembaga terkait pengawas iklan. Saat ini, Lembaga yang telah melakukan koordinasi pengawasan iklan adalah antara KPI dengan P3I.

Ketiga, Masyarakat masih belum banyak yang pro-aktif dalam melakukan pengaduan atas pelanggaran iklan. Pengawasan iklan dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu dengan cara monitoring langsung maupun dari pengaduan masyarakat atas pelanggaran iklan. Peran serta masyarakat dalam melakukan pengawasan iklan sangat dibutuhkan, mengingat jumlah iklan dan media yang sangat beragam sementara jumlah SDM pengawas iklan masih sangat terbatas. Saat ini terdapat beberapa lembaga yang melayani pengaduan masyarakat terkait 2 pelanggaran iklan, yakni Dit. Perlindungan Konsumen, KPI, Badan POM, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM atau YLKI).

Sementara, di dalam Al-Quran surah An-Nisa' ayat 09 dijelaskan bahwa hendaklah kita menyampaikan pesan yang benar tanpa mengada –

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

ada.

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Qaulan Sadida –perkataan yang benar” (QS. An – Nisa : 9).

Istilah ‘*Qaulan Sadida*’ di sini menunjukkan prinsip terhadap pembicaraan, ucapan, atau perkataan yang benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dari segi substansi, komunikasi islam harus menginformasikan atau menyampaikan kebenaran, faktual, hal yang benar saja, jujur, tidak berbohong, juga tidak merekayasa atau memanipulasi fakta.

(<http://romeltea.com/komunikasi-islam-makna-dan-prinsip/>).

Contoh kasus yang dijelaskan di atas memang terlihat lepas, akan tetapi hal tersebut tidaklah lepas dari peranan media massa yang beroperasi di Indonesia. Iklan dalam media massa memiliki peranan penting dalam beroperasinya iklan. Hal ini dikarenakan media massa merupakan kebutuhan masyarakat dalam memperoleh sebuah informasi. Sehingga pengiklan percaya bahwa produk yang dipromosikan di media massa sangat mudah menjangkau segmentasi – segmentasi mereka.

Pemilik media yang memiliki sejumlah agenda politik dan ekonomi sangat memanfaatkan mediana untuk memoles citra positif bagi kepentingannya, dan di sisi lain tak bicara obyektif dalam banyak masalah. Lebih repot lagi jika kemudian isi media tak menunjukkan perilaku pers yang sejati. Namun lebih menjadi alat corong kepentingan, atau bahkan menjadi semacam *newsletter* bagi kepentingan pemolesan citra positif (<https://bincangmedia.wordpress.com/tag/monopoli-media-di-indonesia/>).

Di satu sisi, hampir seluruh isi media massa memiliki muatan kepentingan yang berujung pada keuntungan ekonomi semata. Di sisi lain, tidak bisa dipungkiri bahwa media memang benar-benar membutuhkan keuntungan ekonomi tersebut untuk selalu hidup dan hadir di tengah-tengah masyarakat. Termasuk di dalamnya adalah iklan. Bagi suatu media, iklan berperan penting dalam operasinya demi kelangsungan hidup media tersebut.

Salah satu media massa yang pendapatannya tergantung pada pemasukan iklan adalah Surat Kabar Harian (SKH). Hal ini disebabkan menurut Morrisson (2010: 280) menyatakan bahwa hidupnya media bergantung pada iklan. Tanpa dukungan iklan, media tersebut tidak mungkin dapat bertahan. Di Indonesia, menjelang tahun 2000, puluhan surat kabar dan majalah terbit, khususnya di kota-kota besar, namun tidak banyak dari mereka yang bertahan karena tidak mampu menarik pendapatan iklan untuk mendukung operasi mereka.

Surat kabar harian seyogyanya mengoreksi dengan cermat iklan-iklan yang menawarkan diri untuk diterbitkan. Utamanya iklan komersial, yang terbilang cukup untuk meramaikan halaman surat kabar harian yang tidak menutup kemungkinan dapat menimbulkan pelanggaran terhadap etika periklanan yang berlaku di Indonesia. Terlebih, karena pembelanjaan iklan komersial termasuk tinggi nilai rupiahnya di surat kabar harian, terjadi sistem negosiasi yang instan antara pihak pengiklan dan pihak media yang berpotensi iklan komersial tersebut melanggar pedoman etika pariwisata Indonesia.

Surat kabar harian yang termasuk memiliki pembelanjaan iklan cukup tinggi adalah SKH Tribun Jogja. Menurut hemat peneliti, SKH Tribun Jogja memiliki jangkauan pembaca yang luas dalam skala regional (DIY dan Sekitarnya). Secara teknis, SKH Tribun Jogja memuat iklan komersial (diluar iklan baris) berkisar antara 13 sampai 30 iklan yang bervariasi dalam sehari selama bulan maret 2015. Hal ini menunjukkan bahwa pembelanjaan iklan komersial pada SKH Tribun Jogja juga cukup terbilang tinggi dibanding koran – koran regional lainnya. Alasan – alasan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk menganalisa iklan komersial yang dimuat oleh SKH Tribun Jogja periode Maret 2015 berdasarkan tata krama isi iklan pada Etika Pariwisata Indonesia. Tentunya, peneliti melakukan penelitian ini untuk mengkaji kecenderungan jenis – jenis peraturan periklanan yang mana yang dilanggar berdasarkan tata krama isi iklan pada Etika Pariwisata Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian ini adalah “Seperti apa pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia terhadap iklan komersial yang terdapat pada SKH Tribun Jogja selama periode 1 Maret – 31 Maret 2015?”

C. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bentuk - bentuk pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia terhadap iklan komersial yang terdapat pada SKH Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberi kontribusi pada pengembangan penelitian untuk disiplin ilmu komunikasi terutama pada kajian analisis iklan melalui pendekatan analisis isi.
- b. Memberikan kontribusi tambahan referensi serta informasi kepada mahasiswa ilmu komunikasi yang ingin melakukan penelitian yang sejenis mengenai standar tata krama dan tata cara beriklan berdasarkan Etika Pariwisata Indonesia.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pengetahuan tambahan bagi khalayak untuk menyoroti iklan yang dimuat di media cetak, khususnya pada surat kabar harian.
- b. Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi media massa secara umum dan media cetak secara khusus dalam mempertimbangkan apakah pihak yang ingin beriklan layak dimuat atau tidak.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian, Peneliti mengawalinya dengan peninjauan awal ke beberapa hasil penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi dengan tema yang akan diteliti. Demi mendukung peninjauan ini, peneliti menjadikan beberapa hasil penelitian tersebut sebagai perbandingan yang menunjukkan bahwa penelitian ini tidaklah sama dengan penelitian yang telah ada. Adapun kajian pustaka yang disertakan pada bagian ini akan memilah beberapa penelitian terkait analisis isi.

Penelitian pertama yaitu karya Reisha Ryanurti, mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret Solo yang berjudul '*Etika Pariwara Indonesia dan iklan televisi (Deskriptif Analisis Isi Etika Pariwara Indonesia Berkaitan dengan Iklan Televisi TRANS 7 Periode 1 – 15 Desember 2012 dan 1 – 15 Januari 2013)*'. Penelitiannya mengkaji masalah bagaimana pelanggaran Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang terjadi pada iklan televisi di

Trans 7 yang ditayangkan pada bulan Desember (1 – 15 Desember 2012) dan Januari (1 – 15 Januari 2013). Adapun hasil penemuannya menunjukkan bahwa iklan paling banyak melakukan pelanggaran dalam hal menggunakan kata – kata/istilah superlatif. Selain temuan di atas, dominasi pelanggaran EPI dilakukan oleh iklan niaga dan merupakan *Food and Food-Related*. Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama – sama menggunakan Etika Pariwisata Indonesia sebagai alat untuk meneliti. Sementara perbedaannya terletak pada subyek penelitian (Trans 7).

Selanjutnya peneliti melakukan peninjauan terhadap karya Chandra Wino Adhanunggar, mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul '*Pesan Kreatif dalam Iklan Lowongan Kerja (Analisis Isi Iklan Kolom di Rubrik Tokcer Harian Joglosemar Edisi 16 Agustus – 16 September 2011)*'. Penelitiannya berfokus pada kajian isi pesan kreatif sebuah iklan pada media massa cetak khususnya koran. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa iklan lowongan kerja di rubrik tokcer pada harian Joglosemar tergolong kreatif karena iklan yang dibuat adalah iklan komersial yang bertujuan untuk bisnis atau keuntungan bagi perusahaan pengiklan. Selain itu, penyajian visual iklan dengan teks dan frame tersampaikan dengan jelas dan lugas, menggunakan pemikat daya tarik komparatif tanpa menjatuhkan produk lain dan daya tarik emosional yang menggugah rasa emosi public untuk merespon iklan tersebut. Adapun

persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode analisis isi, sedangkan perbedaannya terletak pada subyek penelitian (koran Joglosemar) dan obyek penelitian (iklan lowongan kerja).

Penelitian ketiga yaitu karya Irma Suryani, mahasiswi fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul '*Nilai Profetik Dalam Media Massa (Analisis Isi Opini Harian Republika Periode Ramadhan 1434 H)*'. fokus kajian pada penelitian berbentuk skripsi tersebut adalah untuk mengetahui nilai profetik dalam opini harian Republika selama bulan Ramadhan 1434 H (Periode 8 Juli – 7 Agustus 2013). Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai-nilai profetik dalam opini harian Republika selama bulan Ramadhan 1434 H (Periode 8 Juli – 7 Agustus 2013) ternyata ada. Nilai-nilai profetik tersebut terwujud dalam tujuh unit yang terdapat dalam opini yaitu: nilai atau pesan yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist, penulis opini, tema opini, teknik pemilihan kata (Diksi), gambaran isi opini, target opini, serta pemilihan judul opini. Secara kuantitatif, unit 'Nilai atau pesan yang sesuai dengan Al-Quran dan hadist memperoleh jumlah poin tertinggi yaitu 47 poin atau 33% dari total 100% diantara keenam unit lainnya. Adapun persamaan dengan penilitan ini adalah metode analisis isi yang serupa. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek penelitian (Harian Republika) dan obyek penelitian (Rubrik Opini).

F. Landasan Teori

Teori tentunya sangat bermanfaat untuk mendukung konsep dan unit analisis serta mengkaji dan menginterpretasi data. Peneliti menggunakan beberapa kerangka teori yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

1. Etika

a. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata Bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “ethos” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas – asas akhlak (Mufid, 2009: 173).

Etika sering juga disebut filsafat moral. Etika merupakan cabang filsafat yang berbicara mengenai tindakan manusia dalam kaitannya dengan tujuan utama hidupnya. Etika membahas baik – buruk atau benar – tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus menyoroti kewajiban – kewajiban manusia. Etika mempersoalkan bagaimana manusia seharusnya berbuat atau bertindak (Mufid, 2009: 174).

b. Unsur Pokok dalam Etika

Wacana etika melibatkan perilaku dan sistem nilai etis etis yang dipunyai oleh setiap individu atau kolektif masyarakat. Oleh

sebab itu, wacana etika mempunyai unsur – unsur pokok. Unsur – unsur pokok itu adalah kebebasan, tanggung jawab, hati nurani, dan prinsip – prinsip moral dasar (Mufid, 2009: 181).

Kebebasan adalah unsur pokok dan utama dalam wacana etika. Etika menjadi bersifat rasional karena etika selalu mengandaikan kebebasan. Dapat dikatakan bahwa kebebasan adalah unsur hakiki etika. Kebebasan ekstensial adalah kemampuan manusia untuk menentukan dirinya sendiri. Ini berarti bahwa kebebasan ini bersifat positif. Ini berarti kebebasan ekstensial lebih menunjukkan kebebasan untuk. Tentu saja, kebebasan dalam praktek hidup sehari – hari mempunyai ragam yang banyak, yaitu kebebasan jasmani-rohani, kebebasan social, kebebasan psikologi, kebebasan moral (Mufid, 2009: 181).

Tanggung jawab adalah kemampuan individu untuk menjawab segala pertanyaan yang mungkin timbul dari tindakan – tindakan. Tanggung jawab berarti bahwa orang tidak boleh mengelak, bila diminta penjelasan tentang perbuatannya. Tanggung jawab mengandaikan penyebab. Orang bertanggung jawab atas segala sesuatu yang disebabkan olehnya. Pertanggung jawaban adalah situasi dimana orang menjadi penyebab bebas. Kebebasan adalah syarat utama dan mutlak untuk bertanggung jawab. Ragam tanggung jawab

terdiri dari tanggung retrospektif dan tanggung jawab prospektif (Mufid, 2009: 181 – 182).

Hati nurani adalah penghayatan tentang nilai baik atau buruk berhubungan dengan situasi konkret. Hati nurani yang memerintahkan atau melarang suatu tindakan menurut situasi, waktu, dan kondisi tertentu. Dengan demikian, hati nurani berhubungan dengan kesadaran. Kesadaran adalah kesanggupan manusia untuk mengenal dirinya sendiri dan karena itu berefleksi tentang dirinya. Hati nurani bisa sangat bersifat retrospektif dan prospektif. Dengan demikian, hati nurani juga bersifat personal dan adipersonal. Pada dasarnya, hati nurani merupakan ungkapan dan norma yang bersifat subyektif (Mufid, 2009: 182).

Prinsip kesadaran moral adalah beberapa tataran yang perlu diketahui untuk memosisikan tindakan individu dalam kerangka nilai moral tertentu. Etika selalu memuat unsur hakiki bagi seluruh program tindakan moral. Prinsip tindakan moral mengandaikan pemahaman menyeluruh individu atas tindakan yang dilakukan sebagai seorang manusia. Setidaknya ada tiga prinsip dasar dalam kesadaran moral. Prinsip – prinsip itu adalah prinsip sikap baik, keadilan dan hormat terhadap diri sendiri serta orang lain. Prinsip keadilan dan hormat pada diri sendiri merupakan syarat pelaksanaan sikap baik, sedangkan

prinsip sikap baik menjadi dasar mengapa seseorang untuk bersikap adil dan hormat (Mufid, 2009: 182).

2. Etika Pariwisata Indonesia

a. Pengertian

Berdasarkan yang tercantum dalam kitab yang dibuat oleh Dewan Periklanan Indonesia, Etika Pariwisata Indonesia (EPI) ialah ketentuan-ketentuan normatif yang menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaati, dan ditegakkan oleh semua asosiasi dan lembaga pengembannya.

Penyusunan dan penegakan etika periklanan yang tercantum dalam EPI dilakukan sejalan dengan prinsip – prinsip swakramawi (*self-regulation*) yang dianut oleh industri periklanan secara universal. Prinsip – prinsip dimaksud memberikan rujukan bahwa suatu etika periklanan akan lebih efektif justru kalau ia disusun, disepakati, dan ditegakkan oleh para pelakunya sendiri.

Prinsip tersebut juga mengakui bahwa meskipun telah disusun, disepakati, dan ditegakkan oleh para pelakunya sendiri, akan tetap terbuka kemungkinan ada saat – saat ia kurang diindahkan. Karena itu diperlukan upaya terus – menerus menyosialisasikan dan mengkoordinasikan gerak langkah penegakannya oleh segenap komponen industri periklanan.

b. Lingkup Etika Pariwisata Indonesia

Sebagaimana yang tercantum dalam kitab Etika Pariwara Indonesia, lingkup EPI terbagi atas tiga bagian yaitu tatanan, keberlakuan, serta kewenangan.

1) Tatanan

Pedoman etika (*code of ethics*) periklanan ini disusun dalam dua tatanan pokok, yaitu tata krama (*code of conducts*) atau tatanan etika profesi, dan tata cara (*code of practices*) atau tatanan etika usaha. Meskipun demikian, keduanya beserta semua yang terkandung pada bagian – bagian pendahuluan, mukadimah, ketentuan, penjelasan, penegakan, dan lampiran harus diperlakukan sebagai satu kesatuan utuh yang tak terpisahkan.

2) Keberlakuan

EPI ini berlaku bagi semua iklan, pelaku, dan usaha periklanan yang dipublikasikan atau beroperasi di wilayah hukum Republik Indonesia.

3) Kewenangan

EPI mengikat ke dalam dan ke luar.

Ke dalam, ia mengikat orang – perorang yang berkibrah dalam profesi apa pun di bidang periklanan, serta semua entitas yang ada dalam industri periklanan. Ke luar, ia mengikat seluruh pelaku

periklanan – baik sebagai professional maupun entitas usaha – terhadap interaksinya dengan masyarakat dan pamong.

Dalam pengertian pamong, termasuk semua lembaga resmi, baik di tingkat pusat maupun daerah.

c. Asas Etika Pariwara Indonesia

Iklan dan pelaku periklanan harus :

- 1) Jujur, benar, dan bertanggungjawab.
- 2) Bersaing secara sehat.
- 3) Melindungi dan menghargai khalayak, tidak merendahkan agama, budaya, negara, dan golongan, serta tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.

d. Isi Etika Pariwara Indonesia

Isi yang terdapat dalam kitab Etika Pariwara Indonesia meliputi pendahuluan, pedoman, ketentuan, penegakan, dan penjelasan.

Sementara itu bagian – bagian yang terdapat dalam ketentuan meliputi tata krama dan tata cara dalam beriklan. Tata krama erat kaitannya dengan norma – norma yang berlaku di masyarakat. Dengan dibuatnya iklan yang berlandaskan tata krama, diharapkan agar tidak ada dari salah satu pihak yang dirugikan, baik itu pihak pelaku periklanan maupun konsumen. Sedangkan tata cara berhubungan

langsung penerapan dalam membuat dan mengelola iklan serta pengawasannya dalam penayangannya di media.

Tata krama dalam Etika Pariwara Indonesia terbagi ke dalam empat sub lagi yaitu tata krama berdasarkan isi iklan, tata krama berdasarkan ragam iklan, tata krama berdasarkan pemeran iklan, dan tata krama berdasarkan wahana iklan.

Pada tata krama ditinjau dari segi isi iklan, berikut penjelasannya yang diadaptasi dari kitab Etika Pariwara Indonesia:

1) Hak Cipta

Penggunaan, penyebaran, penggandaan, penyiaran atau pemanfaatan lain materi atau bagian dari materi periklanan yang bukan milik sendiri, harus atas ijin tertulis dari pemilik atau pemegang merek yang sah. (*Lihat juga Penjelasan*).

2) Bahasa

a) Iklan harus disajikan dalam bahasa yang bisa dipahami oleh khalayak sasarannya, dan tidak menggunakan persandian (enkripsi) yang dapat menimbulkan penafsiran selain dari yang dimaksudkan oleh perancang pesan iklan tersebut.

b) Iklan tidak boleh menggunakan kata – kata superlatif seperti “paling”, “nomor satu”, ”top”, atau kata-kata berawalan “ter“, dan atau yang bermakna sama, tanpa secara khas menjelaskan keunggulan tersebut yang harus dapat dibuktikan dengan

pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik.

c) Penggunaan kata-kata tertentu harus memenuhi ketentuan berikut:

(1) Penggunaan kata "100%", "murni", "asli" untuk menyatakan sesuatu kandungan, kadar, bobot, tingkat mutu, dan sebagainya, harus dapat dibuktikan dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik.

(2) Penggunaan kata "halal" dalam iklan hanya dapat dilakukan oleh produk-produk yang sudah memperoleh sertifikat resmi dari Majelis Ulama Indonesia, atau lembaga yang berwenang.

(3) Pada prinsipnya kata halal tidak untuk diiklankan. Penggunaan kata "halal" dalam iklan pangan hanya dapat ditampilkan berupa label pangan yang mencantumkan logo halal untuk produk-produk yang sudah memperoleh sertifikat resmi dari Majelis Ulama Indonesia atau lembaga yang berwenang.

(4) Kata-kata "presiden", "raja", "ratu" dan sejenisnya tidak boleh digunakan dalam kaitan atau konotasi yang negatif.

3) Tanda Asteris (*)

- a) Tanda asteris pada iklan di media cetak tidak boleh digunakan untuk menyembunyikan, menyesatkan, membingungkan atau membohongi khalayak tentang kualitas, kinerja, atau harga. Sebenarnya dari produk yang diiklankan, ataupun tentang ketidakterediaan sesuatu produk.
- b) Tanda asteris pada iklan di media cetak hanya boleh digunakan untuk memberi penjelasan lebih rinci atau sumber dari sesuatu pernyataan yang bertanda tersebut.
- c) Tanda asteris pada iklan di media cetak hanya boleh digunakan untuk memberi penjelasan lebih rinci atau sumber dari sesuatu pernyataan yang bertanda tersebut.

4) Penggunaan Kata “Satu-satunya”

Iklan tidak boleh menggunakan kata-kata “satu-satunya” atau yang bermakna sama, tanpa secara khas menyebutkan dalam hal apa produk tersebut menjadi yang satu-satunya dan hal tersebut harus dapat dibuktikan dan dipertanggungjawabkan.

5) Pemakaian Kata “Gratis”

Kata “gratis” atau kata lain yang bermakna sama tidak boleh dicantumkan dalam iklan, bila ternyata konsumen harus membayar biaya lain. Biaya pengiriman yang dikenakan kepada konsumen juga harus dicantumkan dengan jelas.

6) Pencantuman Harga

Jika harga sesuatu produk dicantumkan dalam iklan, maka ia harus ditampakkan dengan jelas, sehingga konsumen mengetahui apa yang akan diperolehnya dengan harga tersebut.

7) Garansi

Jika suatu iklan mencantumkan garansi atau jaminan atas mutu suatu produk, maka dasar-dasar jaminannya harus dapat dipertanggungjawabkan.

8) Janji Pengembalian Uang (*Warranty*)

Jika suatu iklan menjanjikan pengembalian uang ganti rugi atas pembelian suatu produk yang ternyata mengecewakan konsumen, maka:

- a) Syarat-syarat pengembalian uang tersebut harus dinyatakan secara jelas dan lengkap, antara lain jenis kerusakan atau kekurangan yang dijamin, dan jangka waktu berlakunya pengembalian uang.
- b) Pengiklan wajib mengembalikan uang konsumen sesuai janji yang telah diiklankannya.

9) Rasa Takut dan Takhayul

Iklan tidak boleh menimbulkan atau mempermainkan rasa takut, maupun memanfaatkan kepercayaan orang terhadap takhayul, kecuali untuk tujuan positif.

10) Kekerasan

Iklan tidak boleh – langsung maupun tidak langsung – menampilkan adegan kekerasan yang merangsang atau memberi kesan membenarkan terjadinya tindakan kekerasan.

11) Keselamatan

Iklan tidak boleh menampilkan adegan yang mengabaikan segi-segi keselamatan, utamanya jika ia tidak berkaitan dengan produk yang diiklankan.

12) Perlindungan Hak-hak Pribadi

Iklan tidak boleh menampilkan atau melibatkan seseorang tanpa terlebih dahulu memperoleh persetujuan dari yang bersangkutan, kecuali dalam penampilan yang bersifat massal, atau sekadar sebagai latar, sepanjang penampilan tersebut tidak merugikan yang bersangkutan.

13) Hiperbolisasi

Boleh dilakukan sepanjang ia semata-mata dimaksudkan sebagai penarik perhatian atau humor yang secara sangat jelas berlebihan atau tidak masuk akal, sehingga tidak menimbulkan salah persepsi dari khalayak yang disasanya.

14) Waktu Tenggang (*EIapse Time*)

Iklan yang menampilkan adegan hasil atau efek dari penggunaan produk dalam jangka waktu tertentu, harus jelas mengungkapkan memadainya rentang waktu tersebut.

15) Penampilan Pangan

Iklan tidak boleh menampilkan penyia-nyiaan, pemborosan, atau perlakuan yang tidak pantas lain terhadap makanan atau minuman.

16) Penampilan Uang

- a) Penampilan dan perlakuan terhadap uang dalam iklan haruslah sesuai dengan norma-norma kepatutan, dalam pengertian tidak mengesankan pemujaan ataupun pelecehan yang berlebihan.
- b) Iklan tidak boleh menampilkan uang sedemikian rupa sehingga merangsang orang untuk memperolehnya dengan cara-cara yang tidak sah.
- c) Iklan pada media cetak tidak boleh menampilkan uang dalam format frontal dan skala 1:1, berwarna ataupun hitam-putih.
- d) Penampilan uang pada media visual harus disertai dengan tanda *“specimen” yang dapat terlihat jelas.*

17) Kesaksian Konsumen

- a) Pemberian kesaksian hanya dapat dilakukan atas nama perorangan, bukan mewakili lembaga, kelompok, golongan, atau masyarakat luas.
- b) Kesaksian konsumen harus merupakan kejadian yang benar – benar dialami, tanpa maksud untuk melebih-lebihkannya.

- c) Untuk produk-produk yang hanya dapat memberi manfaat atau bukti kepada konsumennya dengan penggunaan yang teratur dan atau dalam jangka waktu tertentu, maka pengalaman sebagaimana dimaksud dalam butir 1.17.2 di atas juga harus telah memenuhi syarat-syarat keteraturan dan jangka waktu tersebut.
- d) Kesaksian konsumen harus dapat dibuktikan dengan pernyataan tertulis yang ditanda tangani oleh konsumen tersebut.
- e) Identitas dan alamat pemberi kesaksian jika diminta oleh lembaga penegak etika, harus dapat diberikan secara lengkap. Pemberi kesaksian pun harus dapat dihubungi pada hari dan jam kantor biasa.

18) Anjuran (*Endorsement*)

- a) Pernyataan, klaim atau janji yang diberikan harus terkait dengan kompetensi yang dimiliki oleh penganjur.
- b) Pemberian anjuran hanya dapat dilakukan oleh individu, tidak diperbolehkan mewakili lembaga, kelompok, golongan, atau masyarakat luas.

19) Perbandingan

- a) Perbandingan langsung dapat dilakukan, namun hanya terhadap aspek-aspek teknis produk, dan dengan kriteria yang tepat sama.
- b) Jika perbandingan langsung menampilkan data riset, maka metodologi, sumber dan waktu penelitiannya harus diungkapkan secara jelas. Penggunaan data riset tersebut harus sudah memperoleh persetujuan atau verifikasi dari organisasi penyelenggara riset tersebut.
- c) Perbandingan tak langsung harus didasarkan pada kriteria yang tidak menyesatkan khalayak.

20) Perbandingan harga

Hanya dapat dilakukan terhadap efisiensi dan kemanfaatan penggunaan produk, dan harus disertai dengan penjelasan atau penalaran yang memadai.

21) Merendahkan

Iklan tidak boleh merendahkan produk pesaing secara langsung maupun tidak langsung.

22) Peniruan

- a) Iklan tidak boleh dengan sengaja meniru iklan produk pesaing sedemikian rupa sehingga dapat merendahkan produk pesaing, ataupun menyesatkan atau membingungkan khalayak. Peniruan tersebut meliputi baik ide dasar, konsep atau alur

cerita, *setting*, komposisi musik maupun eksekusi. Dalam pengertian eksekusi termasuk model, kemasan, bentuk merek, logo, judul atau subjudul, slogan, komposisi huruf dan gambar, komposisi musik baik melodi maupun lirik, ikon atau atribut khas lain, dan properti.

- b) Iklan tidak boleh meniru ikon atau atribut khas yang telah lebih dulu digunakan oleh sesuatu iklan produk pesaing dan masih digunakan hingga kurun dua tahun terakhir.

23) Istilah Ilmiah dan Statistik

Iklan tidak boleh menyalahgunakan istilah-istilah ilmiah dan statistik untuk menyesatkan khalayak, atau menciptakan kesan yang berlebihan.

24) Ketiadaan Produk

Iklan hanya boleh dimediasikan jika telah ada kepastian tentang tersedianya produk yang diiklankan tersebut.

25) Ketakterediaan Hadiah

Iklan tidak boleh menyatakan “selama persediaan masih ada” atau kata-kata lain yang bermakna sama.

26) Pornografi dan Pornoaksi

Iklan tidak boleh mengeksploitasi erotisme atau seksualitas dengan cara apa pun, dan untuk tujuan atau alasan apa pun.

27) Khalayak dan Anak-anak

- a) Iklan yang ditujukan kepada khalayak anak-anak tidak boleh menampilkan hal-hal yang dapat mengganggu atau merusak jasmani dan rohani mereka, memanfaatkan kemudahpercayaan, kekurangpengalaman, atau kepolosan mereka. (*Lihat juga Penjelasan*).
- b) Film iklan yang ditujukan kepada, atau tampil pada segmen waktu siaran khalayak anak-anak dan menampilkan adegan kekerasan, aktivitas seksual, bahasa yang tidak pantas, dan atau dialog yang sulit wajib mencantumkan kata-kata “Bimbingan Orangtua” atau simbol yang bermakna sama.

3. Iklan

a. Pengertian Iklan

Otto Klepper, seorang ahli periklanan terkenal merupakan orang yang berjasa besar dalam merunut asal muasal istilah *Advertising*. Dalam bukunya berjudul *Advertising Procedure*, dituliskan bahwa istilah *Advertising* berasal dari Bahasa latin yaitu *ad – vere* yang berarti mengoperkan pikiran dan gagasan kepada pihak lain. Jadi pengertian seperti ini sebenarnya tidak ada ubahnya dengan pengertian komunikasi sebagaimana halnya dalam ilmu komunikasi (Jaiz, 2014: 1).

Istilah iklan juga sering dinamai dengan sebutan yang berbeda – beda. Di Amerika sebagaimana halnya di Inggris, disebut dengan

Advertising. Sementara di Perancis disebut dengan *reclamare* yang kemudian sering dikenal sebagai reklame. Reklame berasal dari Bahasa Spanyol yaitu *Re* dan *Clamos*. Sedangkan dalam Bahasa latin *Re* dan *Clame*. *Re* artinya berulang – ulang sedangkan *Clame* atau *Clamos* artinya berteriak, sehingga secara Bahasa reklame adalah suatu teriakan/seruan yang berulang – ulang, atau meneriakkan sesuatu secara berulang – ulang (Jaiz, 2014: 1).

Sementara Frank Jefkins dalam Rozak dkk (2008: 5) mengutarakan bahwa '*advertising aims to persuade people to buy*'. Dan sebagai bagian dari bauran pemasaran, bersama – sama dalam komponen lainnya dalam bauran komunikasi (*personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas) iklan bagaikan salah satu dari empat buah roda mobil. Ketiga roda lainnya adalah produk, harga, dan jalur distribusi. Jika salah satu produk tersebut kempis, maka ketiga roda lainnya pun akan kehilangan fungsinya sebagai penggerak strategi pemasaran.

b. Jenis – jenis Iklan

Beragam-macamnya tujuan dari sebuah iklan yang dibuat oleh sebuah perusahaan maka berdampak pada berbedanya jenis-jenis dari sebuah iklan. Iklan yang sering muncul diberbagai media dan

umumnya dibuat oleh perusahaan periklanan adalah sebagai berikut (Lwin & Aitchison. 2005):

1) Iklan Komersial

Iklan komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa. Iklan komersial ini sendiri terbagi menjadi beberapa macam, yaitu:

a) Iklan Strategis

Digunakan untuk membangun merek. Hal itu dilakukan dengan mengkomunikasikan nilai merek dan manfaat produk. Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar. Iklan ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

b) Iklan Taktis

Memiliki tujuan yang mendesak. Iklan ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan penawaran khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

2) Iklan *Corporate*

Iklan yang bertujuan membangun citra suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut

Iklan *Corporate* akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Iklan *Corporate* merupakan bentuk lain dari iklan strategis ketika sebuah perusahaan melakukan kampanye untuk mengkomunikasikan nilai-nilai korporatnya kepada publik.

c. Fungsi – fungsi Iklan

Lee & Johnson (2007: 10 – 11) mengklasifikasi fungsi – fungsi periklanan ke dalam tiga fungsi:

- a. Periklanan menjalankan sebuah fungsi “informasi”; ia mengomunikasikan informasi produk, ciri – ciri, dan lokasi penjualannya. Ia memberitahu konsumen tentang produk – produk baru.
- b. Periklanan menjalankan sebuah fungsi “persuasif”; ia mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek – merek

tertentu atau mengubah sikap mereka terhadap produk atau perusahaan tersebut.

- c. Periklanan menjalankan sebuah fungsi “peringat”; ia terus menerus mengingatkan para konsumen tentang sebuah produk sehingga mereka akan tetap membeli produk yang diiklankan tanpa memedulikan merek pesaingnya.

4. Fungsi Surat Kabar Harian

Wahyuni (2014: 48) menyebutkan, secara kontemporer surat kabar mempunyai tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utamanya adalah:

- 1) *To inform* (menginformasikan kepada pembaca secara obyektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, Negara, dan dunia)
- 2) *To coment* (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya dalam fokus berita)
- 3) *To provide* (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media)

Adapun fungsi sekundernya dari surat kabar adalah:

- 1) Untuk kampanye proyek – proyek yang bersifat kemasyarakatan, yang diperlukan sekali untuk membantu kondisi – kondisi tertentu.
- 2) Memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun dan cerita – cerita khusus.

3) Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

Namun dari empat fungsi utama media massa (informasi, edukasi, hiburan dan persuasif), fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Karenanya sebagian besar rubrik surat kabar terdiri dari berbagai jenis berita. Tetapi fungsi hiburan surat kabar pun tidak terabaikan karena tersedianya rubrik artikel ringan, *feature*, cerita bergambar dan cerita bersambung. Fungsi pendidikan dan mempengaruhinya bisa kita temukan pada artikel ilmiah, tajuk rencana, atau editorial dan rubrik opini. Dan satu lagi fungsi pers yaitu sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif yang tidak boleh terlupakan.

G. Metodologi Penelitian

Setiap penelitian tentunya menggunakan metode, dimana metode berfungsi untuk memudahkan sebuah penelitian yang akan dilakukan serta untuk memfokuskan kajian pada penelitian yang akan diteliti.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain riset Analisis Isi dengan metode deskriptif. Eriyanto dalam bukunya (2011: 47) menjelaskan bahwa analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk

menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan di antara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek – aspek dan karakteristik dari suatu pesan.

Eriyanto dalam bukunya (2011: 32) lebih lanjut menjelaskan bahwa dilihat dari tujuan analisis isi, peneliti harus menentukan apakah analisis isi hanya menggambarkan karakteristik dari pesan ataukah analisis isi lebih jauh ingin menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan tertentu. Kedua tujuan penelitian ini, akan membawa konsekuensi pada desain riset yang akan dibuat. Jika peneliti hanya ingin menggambarkan secara detail isi (*content*), maka peneliti hanya fokus pada variabel yang ada pada isi. Sementara jika peneliti ingin mengetahui penyebab dari suatu isi, maka peneliti harus memerhatikan faktor lain (mungkin di luar analisis isi) yang berdampak pada isi.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Pada penelitian ini, terdapat dua macam jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Sedangkan data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Jadi peneliti tidak langsung memperoleh informasi dari

sumbernya, namun menggunakan data yang sudah tersedia (Susanto, 2006: 125).

Mengenai sumber data dari penelitian ini, peneliti menggunakan iklan-iklan komersial yang dimuat oleh SKH Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015 sebagai data primer. Iklan – iklan komersial yang dijadikan data primer di sini adalah iklan yang memiliki *space* pada tiap – tiap halaman berita. Sederhananya, berdasarkan jenisnya yaitu iklan komersial, sementara berdasarkan bentuknya berupa iklan *display*. Adapun untuk data sekunder yang digunakan adalah sumber – sumber lain yang menjadi referensi pada penelitian ini. Buku – buku referensi, laporan hasil penelitian yang telah ada, serta literatur pendukung lainnya merupakan data sekundernya.

b. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua iklan komersial yang dimuat pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015. Adapun teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*, karena iklan komersial sangat bervariasi serta penayangan iklan yang sama dilakukan secara berulang – ulang. Maka peneliti memberikan batasan sampel yang diteliti, dimana sampel yang diambil adalah setiap penayangan iklan komersial yang berbeda yang

dimuat pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara teknik dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan semua iklan komersial pada SKH Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015 yang sesuai dengan lingkup permasalahan yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang lainnya berupa perhitungan koefisien reliabilitas dengan menggunakan formula Holsti untuk menguji reliabilitas kategori, lalu dilanjutkan dengan melakukan uji probabilitas melalui rumus *Scott*. Penjelasan formula holsti dan rumus *scott* akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian metode analisis data.

d. Unit analisis dan Kategorisasi

Klippendorf dalam Eriyanto (2011:59) mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas – batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Unit analisis secara sederhana dapat digambarkan sebagai bagian apa dari isi yang kita teliti dan kita pakai untuk menyimpulkan isi dari suatu teks.

Unit analisis yang akan dipakai peneliti di sini berdasarkan panduan dari buku analisis isi karya Eriyanto (2011) adalah unit tematik. Secara sederhana, menurut Eriyanto (2011: 90) menjelaskan

bahwa unit tematik melihat pada pragraf dari suatu teks atau babak/plot (Media Elektronik). Selain menggunakan paragraf atau plot, unit tematik ini kerap juga menggunakan isi teks secara keseluruhan. Misalnya, apakah sinetron lebih menyetengahkan unsur horror atau drama, tidak melihat bagian atau plot, tetapi melihat dan menggunakan isi sinetron secara keseluruhan.

Mengenai unit analisis, peneliti menggunakan tiga jenis unit analisis yang merupakan turunan dari dua konsep utama yaitu konsep Etika Pariwara Indonesia dan konsep iklan media cetak. Dalam konsep Etika Pariwara Indonesia hanya menggunakan satu jenis unit analisis yaitu pelanggaran Etika Pariwara indonesia, sedangkan konsep iklan media cetak menggunakan dua buah jenis unit anaalisis yaitu jenis iklan komersial dan jenis produk.

Pertama, unit analisis kategori pelanggaran Etika Pariwara Indonesia, dimana peneliti mengambil kategori ini berdasarkan tata krama isi iklan pada Etika Pariwara Indonesia. Dari sekian banyak jenis pelanggaran iklan, peneliti hanya menggunakan tujuh kategorisasi disebabkan ada beberapa jenis pelanggaran yang tidak sesuai dengan subyek penelitian yang digunakan. *Kedua*, unit analisis kategori jenis iklan komersial. Jenis iklan komersial ini diambil dari pendapat Lwin & Aitchison yang membagi atas dua jenis yaitu iklan

strategis dan iklan taktis. *Ketiga*, unit analisis kategori jenis produk yang diambil dari sumber www.topbrand-award.com.

Tabel 1:
Unit analisis dan Kategorisasi Pelanggaran

| Konsep | Unit Analisis | Kategorisasi |
|-------------------|--------------------------|--|
| Pelanggaran | Etika Pariwara Indonesia | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan kata superlatif • Penggunaan tanda asteris (*) • Orisinalitas • Pencantuman harga • Perbandingan/komparatif • Merendahkan • Pornoaksi/pornografi |
| Iklan Media Cetak | Jenis Iklan Komersial | <ul style="list-style-type: none"> • Iklan Strategis • Iklan Taktis |
| | Jenis Produk | <ul style="list-style-type: none"> • Makanan dan minuman • Perlengkapan pribadi • Otomotif • Properti • Transportasi • Telekomunikasi / IT • Produk rumah tangga • Obat – obatan / Farmasi • Bahan bangunan • Retail |

Sumber: Olahan Peneliti

e. Definisi Konsep

1) Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia

Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia (EPI) ialah bentuk perilaku menyimpang terhadap ketentuan-ketentuan normatif yang menyangkut profesi dan usaha periklanan yang telah disepakati untuk dihormati, ditaati, dan ditegakkan oleh semua asosiasi dan lembaga pengembannya.

2) Jenis Iklan komersial

Jenis iklan komersial merupakan ragam bentuk iklan komersial berdasarkan pendapat Lwin & Aitchinson dimana mereka membagi atas dua jenis iklan komersial yaitu iklan strategis dan juga iklan taktis.

3) Jenis Produk

Jenis produk merupakan ragam barang atau jasa yang ditawarkan kepada calon pembeli untuk dikonsumsi.

f. Definisi Operasional

Sumber dari definisi operasional di sini berdasarkan kepustakaan dan analisis berdasarkan bentuk iklan komersial yang terdapat pada SKH Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015. Berikut ini definisi operasional yang merupakan turunan dari definisi konsep yang dipakai:

1) Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia

a) Menggunakan kata superlatif

Superlatif yang dilarang di sini yang disebutkan dalam Etika Pariwara Indonesia adalah kata paling, nomor satu, top, kata – kata yang berawalan ter-, atau yang bermakna sama jika tidak secara khas menjelaskan keunggulan iklan yang harus dibuktikan dengan suatu pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik.

Awalan ter- yang termasuk sebuah pelanggaran adalah yang bermakna paling, bukan ter- yang bermakna di-. Contoh: kata ‘terbaik’ yang bermakna paling baik. Jika pengiklan tidak mampu memperlihatkan bukti pernyataan tertulis alasan dari kata terbaik tersebut berarti iklan tersebut melanggar.

b) Penggunaan tanda asteris (*)

Tanda asteris hanya boleh digunakan untuk memberi penjelasan atau sumber dari sebuah pernyataan dari tanda asteris tersebut. Tidak boleh digunakan untuk menyesatkan atau menyembunyikan konsumen tentang kualitas, kinerja, atau harga sebenarnya dari produk yang diiklankan, ataupun tentang ketidakterediaan hadiah suatu produk. Contoh:



Gambar 1
Iklan Surf

Sumber: marsatsuraya.blogspot.com

Iklan ini menggunakan tanda asteris pada harga yang tercantum, dengan pernyataan “*harga direkomendasikan untuk di pulau jawa”, karena hal ini membuat konsumen merasa kebingungan dengan harga yang dicantumkan dan maksud dari kata rekomendasi tersebut.

c) Orisinalitas

Apabila Pengiklan menggunakan ”100%”, “murni”, “asli”, untuk menyatakan sesuatu kandungan, kadar, bobot, tingkat mutu, dan sebagainya, tanpa membuktikannya dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik.

Adapun kata 100% yang tidak melanggar adalah 100% yang menunjukkan kuantitas dari nilai komposisi seperti

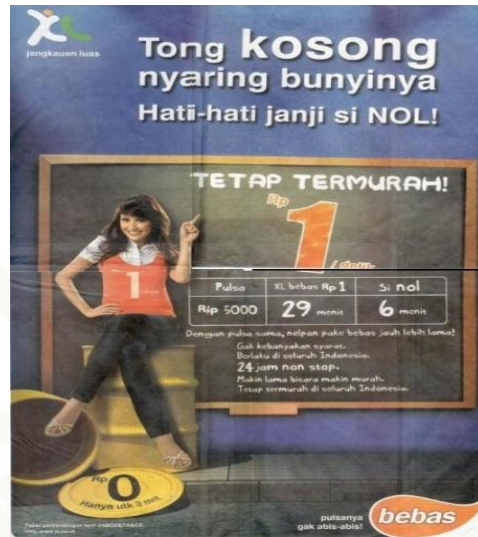
contoh berikut ini: “100% merica bubuk”, “100% susu sapi”, dan lain – lain yang serupa dengannya. Sedangkan penggunaan kata 100% yang melanggar yang tidak bisa dibuktikan dengan pernyataan tertulis dari otoritas terkait atau sumber yang otentik adalah 100% yang menunjukkan sebuah kualitas dari nilai produk. Contoh: “100% melindungi”, “100% membunuh kuman”, dan lain – lain.

d) Pencantuman harga

Pencantuman harga pada sebuah iklan harus ditampakkan dengan jelas, sehingga konsumen mengetahui apa yang akan diperolehnya dengan harga tersebut.

e) Perbandingan/Komparatif

Pengiklan membandingkan produknya dengan produk pesaing yang identik dengannya, dengan cara mengangung – agungkan produknya dan menyebutkan kelemahan produk pesaingnya. Meskipun secara tidak langsung menyebut merek produk pesaingnya, pengiklan tersebut menggunakan kata – kata maupun visual ke dalam bentuk sindiran. Contoh:



Gambar 2
Iklan XL
Sumber: bramrider.wordpress.com

Iklan di atas membandingkan harga Rp 1/detik dengan produk pesaingnya dengan harga Rp 0/detik, yang menyatakan bahwa produknya tetap yang termurah. Jika kita melihat headline “Tong kosong nyaring bunyinya hati – hati janji si NOL,” secara tidak langsung menyinggung merek lain yang menyatakan bahwa Rp 0 merupakan yang termurah.

f) Merendahkan

Merendahkan yang dimaksud di sini adalah semua pengiklan yang secara langsung maupun tidak langsung merendahkan produk pesaingnya demi membangun dan menciptakan *branding* di tengah – tengah para target

audiensnya, sebagai contoh pada sebuah iklan obat masuk angin berikut ini:



Gambar 3

Iklan Bintang Toedjoe

Sumber: nururbintari.wordpress.com

Iklan Bintang Toedjoe Masuk Angin versi bejo tersebut tersebut secara tidak langsung merendahkan produk pesaingnya yaitu merek 'Tolak Angin' yang memiliki *tagline* 'orang pintar minum tolak angin'.

g) Pornoaksi/Pornografi

Pengiklan menggunakan hal – hal yang memunculkan bayangan konsumen mengenai pornoaksi dan pornografi pada iklannya demi sampainya kepada konsumen yang membacanya. Contoh:



Gambar 4
Iklan Cat Tembok Avian
Sumber: **Olahan peneliti**

Pelanggaran pada iklan di atas adalah dengan menampilkan tayangan secara *Close Up* pada paha seorang *talent* wanita disaat *talent* pria memperlihatkan sebuah kertas yang tertulis "awas cat basah." Si *talent* wanita mengangkat roknya karena ingin melihat apakah roknya kena cat atau tidak setelah ia duduk dari kursi taman

2) Jenis iklan komersial

a) Iklan Strategis

Iklan strategis adalah iklan yang digunakan untuk membangun merek. Hal itu dilakukan dengan mengomunikasikan nilai merek dan manfaat produk.

b) Iklan Taktis

Iklan taktis merupakan iklan yang memiliki tujuan mendesak yang mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu.

Iklan taktis biasanya dilakukan pengiklan karena produknya terbatas, ada penawaran special, maupun hal – hal yang dapat mempercepat produknya terbeli oleh konsumen. Contoh: Iklan swalayan/supermarket memberi penawaran spesial yaitu diskon 50% pada setiap pembelian produk apapun di hari ulang tahun swalayan/supermarket tersebut.

3) Jenis produk

- a) Makanan dan minuman; semua iklan yang produknya berupa makanan, minuman, dan yang berhubungan dengan bahan pangan.
- b) Perlengkapan pribadi; semua iklan yang produknya berupa pakaian, tas, sepatu, dan yang berhubungan dengan perlengkapan pribadi.
- c) Otomotif; semua kendaraan (roda dua dan roda empat) serta perlengkapannya.
- d) Properti; semua iklan yang menawarkan jasa konstruksi. Contoh: jasa pembuatan rumah, jasa pembuatan apartemen, dan lain – lain.

- e) Transportasi; semua iklan yang menawarkan jasa transportasi.
Contoh: maskapai penerbangan.
- f) Telekomunikasi / IT; semua produk teknologi, produk listrik, website, dan yang berhubungan dengan telekomunikasi dan teknologi. Contoh: *handphone*, radio, dan *notebook*.
- g) Produk rumah tangga; semua produk rumah tangga maupun peralatan rumah tangga. Contoh: mesin cuci, peralatan makan, detergen, pembersih lantai dan lain – lain.
- h) Obat – obatan / Farmasi; semua iklan yang produknya berupa obat – obatan. Contoh: tablet, vitamin, krim otot, minyak angin, dan lain – lain.
- i) Bahan bangunan; semua iklan yang produknya berupa bahan bangunan dan yang berhubungan dengan bahan bangunan.
Contoh: semen.
- j) Retail; semua yang berhubungan dengan penjualan sejumlah komoditas kepada konsumen. Contoh: *department store*, restoran, *skin care*, biro perjalanan ibadah, dan lain – lain.

3. Metode analisis data

Sebelum menganalisis data, data telah terkumpul terlebih dahulu ke dalam bentuk lembar koding (*coding sheet*) yang memuat unit analisa dan kategorinya. Selanjutnya direkap untuk mempermudah peneliti membaca data dan analisisnya.

Pertama – tama, peneliti akan melakukan uji reliabilitas dengan Formula Holsti. Formula Holsti adalah uji reliabilitas antar-coder yang banyak dipakai presentae persetujuan. Reliabilitas ini pada dasarnya hampir mirip dengan presentase persetujuan seperti sebelumnya. Reliabilitas ditunjukkan dalam presentase persetujuan – berapa besar presentase persamaan antar-coder ketika menilai suatu isi (Eriyanto, 2011: 289 – 290).

Adapun rumus untuk menghitung reliabilitas adalah:

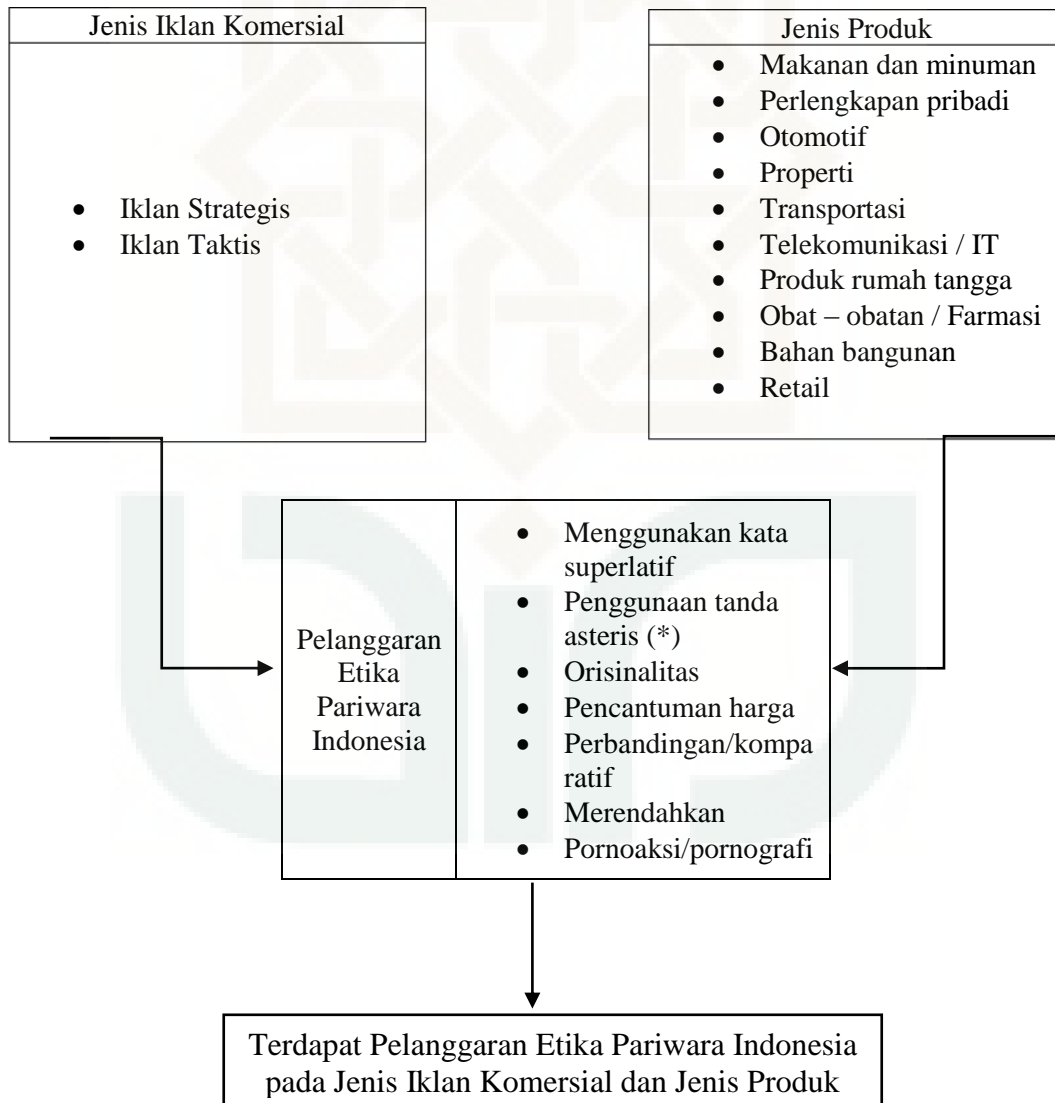
$$\text{Reliabilitas antar – koder} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Dimana M adalah jumlah coding yang sama (disetujui oleh masing – masing coder), N1 adalah jumlah coding yang dibuat oleh koder 1, dan N2 adalah jumlah coding yang dibuat oleh koder 2. Reliabilitas bergerak antara 0 hingga 1, dimana 0 berarti tidak ada satu pun yang disetujui oleh para koder dan 1 berarti persetujuan sempurna di antara para koder. Makin tinggi angka, makin tinggi pula angka reliabilitas. Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70%. Artinya, jika hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar –benar reliabel. Tetapi, jika di bawah angka 0,7, berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel. Sama dengan presentase

persetujuan, reliabilitas Holsti ini juga harus dipakai untuk semua kategori yang digunakan. Hasil dari reliabilitas dari masing – masing kategori ini ditampilkan dalam laporan (Eriyanto, 2011: 290).

H. Kerangka Pemikiran

Tabel 2 :
Kerangka Pemikiran



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan proses pengamatan terhadap 159 iklan komersial yang dimuat di Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015, peneliti menemukan bentuk – bentuk pelanggaran yang peneliti dapat memberi kesimpulan sebagai berikut:

1. Iklan media cetak, khususnya iklan komersial yang dimuat di Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015 melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia sebanyak 33 kali dengan persentase sebesar 20.75%, sedangkan iklan komersial yang tidak melakukan pelanggaran sebanyak 126 kali dengan persentase sebesar 79.24%.
2. Iklan komersial yang dimuat di Surat Kabar Harian Tribun Jogja periode 1 Maret – 31 Maret 2015 paling banyak melakukan pelanggaran menggunakan kata superlatif sebanyak 14 kali dengan persentase sebesar 42.42% dari keseluruhan jumlah iklan komersial yang melakukan pelanggaran.
3. Jenis iklan komersial yang paling banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia yaitu pada jenis iklan taktis sebanyak 17 kali dengan persentase sebesar 51.51% dari keseluruhan jumlah iklan komersial yang melakukan pelanggaran, sedangkan iklan strategis melakukan pelanggaran

sebanyak 16 kali dengan persentase sebesar 48.48% dari keseluruhan jumlah iklan komersial yang melakukan pelanggaran. Adapun pada iklan taktis paling banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada penggunaan kata superlatif dengan persentase sebesar 35.29% dari keseluruhan jumlah jenis iklan taktis yang dianalisis. Sedangkan iklan strategis juga paling banyak melakukan pelanggaran pada penggunaan kata superlatif dengan persentase sebesar 50% dari keseluruhan jumlah jenis iklan strategis yang dianalisis.

4. Jenis produk pada iklan komersial yang paling banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia yaitu jenis produk retail dengan persentase sebesar 42.42% dari keseluruhan jumlah iklan komersial yang melakukan pelanggaran. Sedangkan jenis produk retail paling banyak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia pada penggunaan kata superlatif dengan persentase sebesar 10.71% dari keseluruhan jumlah jenis produk retail.
5. Jenis produk yang tidak melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia adalah jenis makanan dan minuman, perlengkapan pribadi, dan bahan bangunan.

B. Saran

Kementerian/Lembaga, media massa serta masyarakat hendaknya bekerja sama melakukan pengawasan terhadap pelaku periklanan yang beriklan di berbagai media, khususnya pada media cetak karena masih ada

iklan yang melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia. Selain itu, pihak media juga hendaknya melakukan koordinasi terhadap pelaku periklanan dalam hal kelayakan pemuatan iklan agar dapat meminimalisir terjadinya pelanggaran Etika Pariwara Indonesia. Terakhir, masyarakat harus bersikap pro-aktif dalam pengaduan iklan yang terjadi di berbagai media massa_khususnya media cetak_apabila ternyata iklan tersebut terbukti melakukan pelanggaran Etika Pariwara Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab

Al-qur'an dan Terjemahannya. 2002. Departemen Agama RI. Semarang: Toha Putra

Buku

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu – ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Jaiz, Muhammad. 2014. *Dasar – Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga

Lee, Monle & Carla Johnson. 2007. *Prinsip – Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Madjadikara S, Agus. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan?*. Jakarta: PT.

Gramedia Pustaka

McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba

Humanika

Morrisan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Mufid, Muhammad. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada

Media Group

Rozak, Abd dkk. 2008. *Dasar – Dasar Advertising*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga

Suhandang, Kustadi. 2010. *Periklanan: Manajemen, Kiat, dan Strategi*. Bandung:

Nuansa

Wahyuni, Isti Nursih. 2014. *Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Skripsi

Adhanunggar, Chandra Wino. 2012. *Pesan Kreatif dalam Iklan Lowongan Kerja (Analisis Isi Iklan Kolom di Rubrik Tokcer Harian Joglosemar Edisi 16 Agustus – 16 September 2011)*. Yogyakarta: Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

Ryanurti, Reisha. 2013. *Etika Pariwisata Indonesia dan iklan televisi (Deskriptif Analisis Isi Etika Pariwisata Indonesia Berkaitan dengan Iklan Televisi TRANS 7 Periode 1 – 15 Desember 2012 dan 1 – 15 Januari 2013)*. Solo: Ilmu Sosial dan Politik Universitas Negeri Sebelas Maret

Suryani, Irma. 2014. *Nilai Profetik Dalam Media Massa (Analisis Isi Opini Harian Republika Periode Ramadhan 1434 H)*. Yogyakarta: Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

Internet

(<https://bincangmedia.wordpress.com/tag/monopoli-media-di-indonesia/>), diakses pada tanggal 19 Maret 2015 pukul 22.15 WIB

(<http://romeltea.com/komunikasi-islam-makna-dan-prinsip/>), diakses pada tanggal 28 Maret 2015 pukul 21.30 WIB

(http://marsaturaya.blogspot.com/2012/11/contoh-iklan-yang-melanggar-tata-krama_28.html) diakses pada tanggal 8 Agustus 2015 pukul 20.45 WIB

(<https://bramrider.wordpress.com/2007/10/09/dian-sastro-diserang-wanita-berlabel-1-rupiah/>) diakses pada tanggal 9 Agustus 2015 pukul 20.35 WIB

(<https://nururbintari.wordpress.com/2013/03/24/head-to-head-serangan-si-bejo-kepada-yang-pintar/>) diakses pada tanggal 10 Agustus 2015 pukul 20.55 WIB

(<http://putrithalita.blogspot.com/2012/11/tata-krama-iklan.html>) diakses pada tanggal 11 Agustus 2015 pukul 15.04 WIB

(http://www.academia.edu/3817830/MEDIA_PERIKLANANMedia Cetak Sebagai Media Iklan) diakses pada tanggal 29 September 2015 pukul 15.09 WIB

(http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014) diakses pada tanggal 14 Agustus 2015 pukul 19.50 WIB

(http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014_fase_2) diakses pada tanggal 14 Agustus 2015 pukul 20.00 WIB

Lain – lain

Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI). 2005. *Etika Pariwara Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia)*. Jakarta: Dewan Periklanan Indonesia

LEMBAR KODING

PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK

(Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia terhadap Iklan Komersial pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015)

Nama Koder : *umar jhazki (Koder 1)*

| No | Unit analisis | Kategorisasi | Jumlah |
|-------------------------------|--|------------------------------|--------|
| 1 | Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia | Menggunakan kata superlatif | 14 |
| | | Penggunaan tanda asteris (*) | 4 |
| | | Orisinalitas | 2 |
| | | Pencantuman harga | 5 |
| | | Perbandingan/Komparatif | 1 |
| | | Merendahkan | 2 |
| | | Pornografi/Pornoaksi | 2 |
| 2 | Jenis Iklan Komersial | Iklan strategis | 102 |
| | | Iklan taktis | 57 |
| 3 | Jenis produk | Makanan dan minuman | 2 |
| | | Perlengkapan pribadi | 1 |
| | | Otomotif | 31 |
| | | Properti | 1 |
| | | Transportasi | 7 |
| | | Telekomunikasi/IT | 33 |
| | | Produk rumah tangga | 5 |
| | | Obat – obatan/Farmasi | 3 |
| | | Bahan bangunan | 1 |
| | | Retail | 46 |
| Tidak melakukan pelanggaran | | | 129 |
| Jenis produk non kategorisasi | | | 39 |

LEMBAR KODING


PELANGGARAN ETIKA PERIKLANAN PADA IKLAN MEDIA CETAK


(Analisis Isi Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia terhadap Iklan Komersial pada Surat Kabar Harian Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015)




Nama Koder : *fuanjani (koder 2)*

| No | Unit analisis | Kategorisasi | Jumlah |
|-------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|--------|
| 1 | Pelanggaran Etika Pariwara Indonesia | Menggunakan kata superlatif | 12 |
| | | Penggunaan tanda asteris (*) | 6 |
| | | Orisinalitas | 2 |
| | | Pencantuman harga | 5 |
| | | Perbandingan/Komparatif | 2 |
| | | Merendahkan | 2 |
| | | Pornografi/Pornoaksi | 2 |
| 2 | Jenis Iklan Komersial | Iklan strategis | 106 |
| | | Iklan taktis | 53 |
| 3 | Jenis produk | Makanan dan minuman | 2 |
| | | Perlengkapan pribadi | 1 |
| | | Otomotif | 21 |
| | | Properti | 1 |
| | | Transportasi | 7 |
| | | Telekomunikasi/IT | 23 |
| | | Produk rumah tangga | 5 |
| | | Obat – obatan/Farmasi | 3 |
| | | Bahan bangunan | 1 |
| | | Retail | 54 |
| Tidak melakukan pelanggaran | | | 128 |
| Jenis produk non kategorisasi | | | 39 |


Data print Ad Iklan Komersial pada SKH Tribun Jogja Periode 1 Maret – 31 Maret 2015

| No | Nama iklan | Tampilan Print Ad |
|----|--------------------------|--|
| 1 | Superball |  |
| 2 | Indojaya motor group (1) |  |
| 3 | Indojaya motor group (2) |  |
| 4 | Univ. Proklamasi 45 |  |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|--|-------------------------|--------|-------------------------|--------|-----------------------------|--------|--------------------------|--------|-----------------------|--------|-----------------------------|--------|---|--------|---|--------|--|--------|
| 5 | Politeknik PKPP (1) |  <p>Kuliah Singkat : Umum, Karyawan & Week-end</p> <p>DIPLOMA III <small>Angi, Flot / Bin</small></p> <table border="1"> <tr><td>Akuntansi Keuangan (AK)</td><td>225 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Bisnis (MBIS)</td><td>225 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Informatika (MIF)</td><td>275 rb</td></tr> <tr><td>Teknik Informatika (TIK)</td><td>275 rb</td></tr> <tr><td>Teknik Otomotif (TOM)</td><td>300 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Rumah Sakit (MRS)</td><td>325 rb</td></tr> </table> <p>DOUBLE DEGREE (2 Jurusan Sekaligus) D.III DAN D.IV/S-1</p> <table border="1"> <tr><td>Akuntansi Keuangan (AK) - Komputerisasi Akuntansi (KAT)</td><td>400 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Bisnis (MBIS) - Komputerisasi Akuntansi (KAT)</td><td>400 rb</td></tr> <tr><td>Teknik Informatika (TIK) - Manajemen Informatika (MIF)</td><td>450 rb</td></tr> </table> <p>Gel.II : 17 Feb s.d 13 April 2015 BEBAS BIAYA : Kuliah per Semester, Gedung, Perlindungan Kesehatan, SKS dan Seragam</p> <p>Brosur dikirim GRATIS Ketik : #Yogya#Nama<spasi>Alamat Lengkap SMS Ke: 081 5623 7110</p> <p>POLITEKNIK PKPP YOGYAKARTA SK. MENDIKNAS RI NO. 152/D/O/2000</p> <p><small>Kampus 1 : Jl. Janti No. 331 Gedongkuning, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 453530, 585835 (Depan Jogja Expo Center) Kampus 2 : Jl. Prof. Dr. Sardjito No. 4-A Yogyakarta 55233 ☎ (0274) 555750, 555751 (300 mtr utara Perempatan Tugu/500 mtr barat RS. Sardjito-UGM 30 mtr timur Perempatan Jatiselatan SMA 11/50 mtr timur SMK 2,3) www.kampus-indonesia.com</small></p> | Akuntansi Keuangan (AK) | 225 rb | Manajemen Bisnis (MBIS) | 225 rb | Manajemen Informatika (MIF) | 275 rb | Teknik Informatika (TIK) | 275 rb | Teknik Otomotif (TOM) | 300 rb | Manajemen Rumah Sakit (MRS) | 325 rb | Akuntansi Keuangan (AK) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | Manajemen Bisnis (MBIS) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | Teknik Informatika (TIK) - Manajemen Informatika (MIF) | 450 rb |
| Akuntansi Keuangan (AK) | 225 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Bisnis (MBIS) | 225 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Informatika (MIF) | 275 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teknik Informatika (TIK) | 275 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teknik Otomotif (TOM) | 300 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Rumah Sakit (MRS) | 325 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Akuntansi Keuangan (AK) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Bisnis (MBIS) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teknik Informatika (TIK) - Manajemen Informatika (MIF) | 450 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Politeknik PKPP (2) |  <p>Kuliah Singkat : Umum, Karyawan & Week-end</p> <p>DIPLOMA III <small>Angi, Flot / Bin</small></p> <table border="1"> <tr><td>Akuntansi Keuangan (AK)</td><td>225 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Bisnis (MBIS)</td><td>225 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Informatika (MIF)</td><td>275 rb</td></tr> <tr><td>Teknik Informatika (TIK)</td><td>275 rb</td></tr> <tr><td>Teknik Otomotif (TOM)</td><td>300 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Rumah Sakit (MRS)</td><td>325 rb</td></tr> </table> <p>DOUBLE DEGREE (2 Jurusan Sekaligus) D.III DAN D.IV/S-1</p> <table border="1"> <tr><td>Akuntansi Keuangan (AK) - Komputerisasi Akuntansi (KAT)</td><td>400 rb</td></tr> <tr><td>Manajemen Bisnis (MBIS) - Komputerisasi Akuntansi (KAT)</td><td>400 rb</td></tr> <tr><td>Teknik Informatika (TIK) - Manajemen Informatika (MIF)</td><td>450 rb</td></tr> </table> <p>Pendataan Gel.II : 17 Feb s.d 13 April 2015 BEBAS BIAYA : Kuliah per Semester, Gedung, SKS, Perlindungan Kesehatan dan Seragam</p> <p>Brosur dikirim GRATIS Ketik : #Yogya#Nama<spasi>Alamat Lengkap SMS Ke: 081 5623 7110</p> <p>POLITEKNIK PKPP YOGYAKARTA SK. MENDIKNAS RI NO. 152/D/O/2000</p> <p><small>Kampus 1 : Jl. Janti No. 331 Gedongkuning, Yogyakarta 55281 ☎ (0274) 453530, 585835 (Depan Jogja Expo Center) Kampus 2 : Jl. Prof. Dr. Sardjito No. 4-A Yogyakarta 55233 ☎ (0274) 555750, 555751 (300 mtr utara Perempatan Tugu/500 mtr barat RS. Sardjito-UGM 30 mtr timur Perempatan Jatiselatan SMA 11/50 mtr timur SMK 2,3) www.kampus-indonesia.com</small></p> | Akuntansi Keuangan (AK) | 225 rb | Manajemen Bisnis (MBIS) | 225 rb | Manajemen Informatika (MIF) | 275 rb | Teknik Informatika (TIK) | 275 rb | Teknik Otomotif (TOM) | 300 rb | Manajemen Rumah Sakit (MRS) | 325 rb | Akuntansi Keuangan (AK) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | Manajemen Bisnis (MBIS) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | Teknik Informatika (TIK) - Manajemen Informatika (MIF) | 450 rb |
| Akuntansi Keuangan (AK) | 225 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Bisnis (MBIS) | 225 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Informatika (MIF) | 275 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teknik Informatika (TIK) | 275 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teknik Otomotif (TOM) | 300 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Rumah Sakit (MRS) | 325 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Akuntansi Keuangan (AK) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Manajemen Bisnis (MBIS) - Komputerisasi Akuntansi (KAT) | 400 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teknik Informatika (TIK) - Manajemen Informatika (MIF) | 450 rb | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Ebad wisata (1) |  <p>Ebadwisata Uin resmi Haji khusus D/562, Umroh D/574 th 2013</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haji Plus 2015 usd 8500 (ada BPIH) • Umroh plus masjid Aqsho tgl 25 maret • Umroh landing Madinah 10 hr 24 Maret usd 2050 • Umroh plus dubai tgl 26 maret • Umroh Arbain 15 hari tgl 15 April usd 2220 • Umroh plus calro tgl 20 mei • Umroh Full Ramadhan tgl 17 Juni usd 4500 • Umroh plus Eropa tgl 2 Juni • Umroh plus Istanbul tgl 26 April • Eropa Moeslim tgl 2 Juni • Cina Moeslim tgl 5 Juni <p>Jl. Kaliurang 7.7 no 66 Sleman telp 0274-885542, hp/sms. 085743032244, hotline WA/SMS 0822.3111.2878 www.umrohoke.com</p> <p><small>sertifikat haji Yogyakarta</small></p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|----|-----------------|--|
| 8 | Ebad wisata (2) |  <p>Ebadwisata Ijin resmi Haji Khusus D/562, Umroh D/574 th 2013</p> <p>PROMO HAJI DAN UMROH MURAH HAJI PLUS 2015 USD 8500 SUDAH ADA BPIH</p> <p>UMROH MURAH USD 1750 BY GARUDA</p> <p>Jl. Kaliurang 7.7 No 66 Sleman YK Telp. 0274-885542, HP/SMS. 0857 4303 2244 Hotline WA/SMS 0822 3111 2878 www.umrohoke.com</p> |
| 9 | An nahl (1) |  <p>an-nahl UMROH & HAJI Penyelenggara Umroh dan Haji Khusus Ijin Umroh D - 624</p> <p>PROMO UMROH APRIL 2015 \$ 1.760 Harga Sudah Termasuk Jogja to Jogja</p> <p>OFFICE :</p> <p>YOGYAKARTA Jl. Magelang No. 51 km 2 0274. 553322 / 6699903 / 081333032525</p> <p>SOLO Jl. Kapten Mulyadi No. 229 Pasar Kliwon 0271. 632961 / 2300333 / 08180440559</p> <p>HARGA SEWAKTU - WAKTU BISA BERUBAH TANPA MENGURANGI NILAI ibadah</p> |
| 10 | Na nahl (2) |  <p>an-nahl UMROH & HAJI Penyelenggara Umroh dan Haji Khusus Ijin Umroh D - 624</p> <p>UMROH HEMAT \$ 1.810</p> <p>UMROH PLUS TERSEK \$ 2.650</p> <p>UMROH PLUS DAURAH \$ 2.099</p> <p>UMROH AWAL RAMADHAN \$ 2.050</p> <p>UMROH FULL RAMADHAN \$ 2.899</p> <p>Hotel Paket Ekonomi : Makkah - Grand Dar Al Eiman *4 Madinah - Al Eiman Tabah *4</p> <p>Hotel Paket VIP : Makkah - Safaa Orthid / Grand Zam-zam *5 Madinah - Al Harim *5 / El Eiman Riyad *5</p> <p>OFFICE YOGYAKARTA Jl. Magelang km 2 (Daerah Borobudur Plaza) Tlp. 0274 - 55 33 22</p> <p>OFFICE SOLO Jl. Kapten Mulyadi No. 229 Pasar Kliwon Tlp. 0271 - 63 29 61</p> <p>HOTLINE 24 JAM : 0274-6699903 / 081333032525 / 081804450559</p> <p>KAMI BERSEDIA MADIR KE TEMPAT ANDA UNTUK MENERANGKAN PERHAL PROGRAM UMROH</p> |

11 Huawei (1)



Global Smartphone
HONOR 3C
 5" LTPS DISPLAY FOR DYNAMIC COLOR
 5 MP FRONT CAMERA FOR BETTER SELFIE
 ROUND EDGE DESIGN FOR COMFORTABLE HOLDING
 2 GB RAM FOR BETTER EXPERIENCE
 FREE 16GB SD Card
 Rp. 2.299.000
 GRATIS SD CARD 16 GB

12 Huawei (2)



Global Smartphone
Y520
 4.5" SCREEN FOR CLEAR VIEW
 5 MP CAMERA WITH LED FLASH
 WITH DUAL SIM FOR EASY COMMUNICATION
 ANDROID KITKAT FOR BETTER PERFORMANCE
 FREE 8 GB SD Card
 Rp. 1.199.000
 Rp. 200.000
 GRATIS SD Card 8 GB
 Weekend Promo

13 Yuasa battery



YUASA BATTERY
 Menghemat Lebih Banyak
For Yuasa Lovers & Loyalty
GOSOK & DAPATKAN HADIAHNYA !!!
 di toko atau bengkel kesayangan Anda
 Dapatkan potongan langsung sampai dengan
 Ratusan Ribu Rupiah setiap pembelian
 Aki Mobil Yuasa
 Mulai Martinggo, Perbaikan, dan Servis
 mobil-mobil di YUASA
 Sertinya Anda memarkir mobil yang penting
 di bengkel mobil Anda.

14 Javan (1)






AWAS
 PIRAZHE TRIBUAN
 Moda bekas ompol bayi
 Moda bekas tumpahan susu
 Sebelum itu terjadi Lindungi kasur anda
 dengan **JAVAN** spray anti ompol
 All New materials
 MADE IN USA
 * tersedia warna putih, biru, hijau dan krem
 * Series Gold: 1 30 cm * Series Platinum: 1 45 cm
DICARI RESELLER SELURUH INDONESIA

| | Latex | Flamingo | Tinggi | Harga |
|-----------------|--------|----------|------------|----------------------|
| STANDARD LUTIN | 100 cm | 100 cm | 30 - 40 cm | mula dari Rp. 200 rb |
| STANDARD MEDIUM | 120 cm | 120 cm | 30 - 40 cm | mula dari Rp. 280 rb |
| EXTRA LONG | 180 cm | 180 cm | 30 - 40 cm | mula dari Rp. 280 rb |
| EXTRA WIDE | 200 cm | 200 cm | 30 - 40 cm | mula dari Rp. 300 rb |
| EXTRA LONG WIDE | 200 cm | 200 cm | 30 - 40 cm | mula dari Rp. 350 rb |




YOGYAKARTA: Pura Jaya B.S. 0274 - 8321926 | Bumi Cemerlang B.S. 0274 - 8419931 | Mitra B.S. 0274 - 511943 | Wijaya B.S. Sragen 0274 - 317931
 Mitra B.S. Solo 0274 - 282576 | Mitra B.S. Gedong 0274 - 380450 | Wijaya B.S. Adisucipto 0274 - 348960 | Mitra B.S. Sragen 0274 - 317931
 Mitra B.S. Sragen 0274 - 347370 | Mitra B.S. Karanganyar 0274 - 583250 | SOLO: Mitra B.S. Solo 0274 - 302495 | Mitra B.S. Sukoharjo 0274 - 645460
 Mitra B.S. Sukoharjo 0274 - 653443 | MAGELANG: Mitra B.S. Magelang 0271 - 633277 | PERALONGAN: Mitra B.S. Peralongan 024 - 42285 - 42286
 CILACAP: Mitra 0251 - 2671577 | SEMARANG: Mitra Mitra B.S. 024 - 841356 | Mitra B. Candi B.S. Semarang 024 - 8416296
 Mitra B.S. 024 - 318811 | Mitra B.S. 024 - 3441289 | Mitra B.S. 024 - 3102990 | Mitra B.S. 024 - 8117661
 Mitra B.S. 024 - 3146076

Untuk informasi hubungi kami di (021) 586 8668 / (0838) 7355 1000
 www.javangroup.com | www.facebook.com/javangroup.com | @javangroup | 23375146

| 15 | Javan (2) |  <p>AWAS Membuat Nyamuk Takut</p> <p>INOVASI TERBARU KELAMBU MODERN No.1 di Indonesia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anti nyamuk • Dapat menahan lalat jatuh anak dari ranjang • Dapat dilipat • Dapat dicuci <p>NATURAL SERIES KING RP170.000</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Lebar</th> <th>Panjang</th> <th>Tinggi</th> <th>berat</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BAWU</td> <td>130 cm</td> <td>200 cm</td> <td>130 cm</td> <td>130 gram</td> </tr> <tr> <td>SIKIL</td> <td>140 cm</td> <td>200 cm</td> <td>140 cm</td> <td>140 gram</td> </tr> <tr> <td>KING</td> <td>150 cm</td> <td>200 cm</td> <td>150 cm</td> <td>150 gram</td> </tr> <tr> <td>SIKIL KING</td> <td>200 cm</td> <td>200 cm</td> <td>180 cm</td> <td>180 gram</td> </tr> <tr> <td>SIKIL 2 IN 1</td> <td>80 cm</td> <td>110 cm</td> <td>80 cm</td> <td>80 gram</td> </tr> </tbody> </table> <p>KELAMBU KASUR BANTAL BASISNYA ENI RP350.000</p> <p>DIKURI AREN BAKAR</p> <p>YOGYAKARTA Hotel Javan B.S. 0274 - 5501920 Kuli Cemer B.S. 0274 - 381487 Winika B.S. 0274 - 817883 Winika B.S. Jember 0274 - 312000 Winika B.S. Jaka 0274 - 363313 Winika B.S. Gedean 0274 - 540995 Winika B.S. Adisugra 0274 - 360903 Winika B.S. Lingsar 0274 - 367174 Winika B.S. Tidar 0274 - 587373 Mabatla Furniture 0274 - 582540 SOLD: Winika B.S. Solo 0274 - 307693 Winika B.S. Candi 0274 - 307693 Winika B.S. Solo Square 0274 - 7621343 MAGELANG Winika B.S. Magelang 0274 - 363377 PEKALONGAN Candi B.S. 0274 - 307693 DIKURI Hotel Javan 0274 - 28775071 SEMARANG Buaran Pura, B.S. 024 - 8478780 Main & Child B.S. Jember 024 - 8444270 The Top B.S. 024 - 5500711 Javan B.S. 024 - 8434299 8444299 Gudek B.S. 024 - 35370900 Ngagran B.S. 024 - 3579966 Banyu B.S. Banyu 024 - 3294214</p> <p>Untuk informasi hubungi kami di [021] 586 8688 / [0838] 7355 1000</p> <p>www.javangroup.com www.facebook.com/javangroup.com @javangroup 22795146</p> | | Lebar | Panjang | Tinggi | berat | BAWU | 130 cm | 200 cm | 130 cm | 130 gram | SIKIL | 140 cm | 200 cm | 140 cm | 140 gram | KING | 150 cm | 200 cm | 150 cm | 150 gram | SIKIL KING | 200 cm | 200 cm | 180 cm | 180 gram | SIKIL 2 IN 1 | 80 cm | 110 cm | 80 cm | 80 gram |
|--------------|---------------------------|---|--------|----------|---------|--------|-------|------|--------|--------|--------|----------|-------|--------|--------|--------|----------|------|--------|--------|--------|----------|------------|--------|--------|--------|----------|--------------|-------|--------|-------|---------|
| | Lebar | Panjang | Tinggi | berat | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BAWU | 130 cm | 200 cm | 130 cm | 130 gram | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SIKIL | 140 cm | 200 cm | 140 cm | 140 gram | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| KING | 150 cm | 200 cm | 150 cm | 150 gram | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SIKIL KING | 200 cm | 200 cm | 180 cm | 180 gram | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SIKIL 2 IN 1 | 80 cm | 110 cm | 80 cm | 80 gram | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | Decolith |  <p>decolith cat tembok</p> <p>PT. WARNA AGUNG</p> <p>MILIH OJO NGOYO-NGOYO decolith NÈNG ENDI-ENDI ONO</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | Delta fm |  <p>103.7 Delta FM TRUSMI</p> <p>Asri Steny in the morning senin - Jumat 6 - 10 pagi WIB</p> <p>www.deltafm.net</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Air supply 40 anniv. Tour |  <p>Air Supply 40th ANNIVERSARY TOUR</p> <p>TENTREM BALLROOM HOTEL TENTREM, YOGYAKARTA</p> <p>11 MARET 2015 20.00 WIB OPEN GATE 19.00 WIB</p> <p>0822 4271 8000 @SAJALINDO</p> <p>HTM RESIDUE PULPIT 0274 - 557687 JOKO 0274 - 557687</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | |
|---|--|---|---|--|
| 19 | Citos |  <p>HAPPY 7TH ANNIVERSARY MOVING ON SEVENTH</p> <p>CITOS CITY TICKETING ONLINE SYSTEM www.citoscorporation.com</p> <p>PT. CITOS CONNECTION Jl. Wakhid Hasyim No. 95-97 Notoprajan Ngampilan Yogyakarta Telp. (0274) 31 56789</p> <p>BANK BRI Melayani Dengan Sentuhan Hati Kawan Sibang Ngampilan Indonesia</p> <p>BPR MIA Kredit, Simpanan, Tabung</p> <p>Belfa Kredit, Simpanan, Tabung, Asuransi</p> <p>travconx Indonesia Travel Support System Call Center : (0274) - 31 56789</p> <p>BNI Melayani Negeri, Kebanggaan Bangsa</p> <p>RESERVASI TIKET PESAWAT SISTEM ONLINE</p> | | |
| 20 | Sinema yogyakarta |  <p>sinema YOGYAKARTA DIPLOMA 3</p> <p>KESEMPATAN TERBATAS GRATIS BATA BELANGKANG LALU BABI YANG BERPRESTASI Penjualan Berakhir 11 Mei 2015</p> <p>KULIAH PERFILMAN "HOLLYWOOD TASTE" SATSU SATUJUTA di INDONESIA Featuring: Public Relations & TV Journalismist Telefonist TV Presenter E - Business Secretary</p> <p>JADWAL PENDAFTARAN</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>Gelombang Khusus 2 Januari - 30 April 2015</p> <p>1 Mei - 10 Juni 2015</p> <p>11 Juni - 31 Juli 2015</p> <p>1 Ags - 20 Sept 2015</p> </td> <td> <p>Bebas Test Wawancara Selain Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Wawancara Bebas Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> </td> </tr> </table> <p>Kampus: A. Bantol No. 77 Yogyakarta, Telp. : 0274 382106 SMS Center: 0274 9127439 email: abasinema@abasinema.ac.id www.abasinema.ac.id</p> | <p>Gelombang Khusus 2 Januari - 30 April 2015</p> <p>1 Mei - 10 Juni 2015</p> <p>11 Juni - 31 Juli 2015</p> <p>1 Ags - 20 Sept 2015</p> | <p>Bebas Test Wawancara Selain Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Wawancara Bebas Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> |
| <p>Gelombang Khusus 2 Januari - 30 April 2015</p> <p>1 Mei - 10 Juni 2015</p> <p>11 Juni - 31 Juli 2015</p> <p>1 Ags - 20 Sept 2015</p> | <p>Bebas Test Wawancara Selain Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Wawancara Bebas Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> <p>Test Tertulis Beasiswa Pendidikan</p> | | | |
| 21 | Seminar entrepreneurship Yk 2015 |  <p>SEMINAR ENTREPRENEURSHIP YOGYAKARTA 2015 CARA MUDAH & SUKSES JADI PENGUSAHA</p> <p>RESERVASI/INFO: Sabtu, 7 Maret 2015 SMS : Nama/Kota/Pekerjaan Jan 14.00 WIB s/d Selesai Kiri/Kan : 0852.6698.5956 Hotel Novotel, Jl. Jend. Sudirman Pin BB : 5420A8AD No. 89 Yogyakarta</p> <p>KIAT SUKSES BISNIS TOUR & TRAVEL</p> <p>SAAT ini perkembangan dunia Bisnis dan Internet kian ketat. Bahkan Bisnis yang bisa menghasilkan jutaan rupiah tersebut hanya dijalankan dari rumah dengan memanfaatkan handphone. Meski demikian, banyak orang belum tahu kiat atau cara memulai bisnis tersebut. Terkait hal itu, Smile Entrepreneur akan menggelar seminar bertema "Rahasia Sukses & Kaya Bisnis Tour & Travel" di Hotel Novotel Jalan Jenderal Sudirman Yogyakarta, Sabtu (7/3) mulai pukul 14.00.</p> <p>Menurut panitia seminar Ade Satria Kurniawan kepada Tribun Jogja, Jum'at (26/2), peserta akan mendapat kiat-kiat yang mudah memulai Bisnis/usaha, meningkatkan profit dan meminimalkan resiko, membuka ratusan cabang dengan system franchise serta menjadi pengusaha tanpa meninggalkan pekerjaan utama. Dalam</p> <p>seminar ini juga akan dibarengi rahasia kaya dengan Menabung di bank syariah. "Bermodal laptop, smartphone atau handphone, siapapun dan dimanapun bisa dengan mudah menjalankan usaha ini dengan sistem reservasi 24 jam dan dapat digabung usaha lain di rumah atau kantor" ujarnya seraya menjelaskan nara-sumber seminar ialah H. Chandra Wijaya, pembicara & motivator nasional, pendiri Smile Entrepreneur dan Direktur Smile Tour & Travel.</p> <p>Bagi peserta yang berminat dapat mendaftarkan via 0852 6698 5956 / add Pin BB 5420A8AD ketik Nama/Kota/Pekerjaan Dalam seminar nanti juga akan dibagikan software tiket pesawat, kereta api, PPOB listrik, pulsa HP dan bonus tabungan bank OCBC NISP atau Sinamas Syariah Rp. 400.000,-.</p> | | |

| | | |
|----|----------------------------|--|
| 22 | PT. Sumber buana motor (1) |  |
| 23 | PT. Sumber buana motor (2) |  |
| 24 | PT. Sumber buana motor (3) |  |

| | | |
|----|----------------------------|--|
| 25 | PT. Sumber buana motor (4) |  <p>Saksikan Launching Kawasaki Kawasaki & Photography Contest ke 30 Versys 650 & Vulcan S</p> <p>▶ Sabtu & Minggu 28 - 29 Maret 2015 di Plaza Ambarukmo lantai 3</p> <p>Kawasaki Photography Contest ▶ Sabtu 28 Maret jam 16.00 - 21.00 WIB Minggu 29 Maret jam 12.00 - 16.00 WIB</p> <p>Pendaftaran Gratis saat acara berlangsung Raih Hadiah : Juara I : 750 Ribu + Trophy Juara II : 250 Ribu + Trophy</p> <p>PT. SUMBER BUANA MOTOR YOGYAKARTA • Jl. Magelang No. 135-B ☎ 624618 • Jl. Bantul Km. 8,5 Pendowoharjo Bantul ☎ 6466221 • Jl. Gejayan CT IV Pelem Kecil ☎ 544500 • Jl. Godean Km. 4 No. 18 ☎ 543555 • Jl. RE. Martadinata No. 50 ☎ 378003 • Jl. Yogya Soko Km. 14 ☎ 498477 • MAGELANG • Jl. A. Yani No. 77 ☎ 364888 • Jl. AI Arhas No. 72 A-B ☎ 3146888 PURWOKERTO • Jl. S. Pannan No. 375 ☎ 643191 • Jl. Jend. Sudirman Timur No. 878 ☎ 642731 • CILACAP • Jl. Galat Sudarto No. 353 ☎ 540555 www.sumberbuangroup.com Facebook : kawasaki@igacommunity</p> |
| 26 | PT. Sumber buana motor (5) |  <p>Kawasaki PT. Sumber Buana Motor</p> <p>17th Anniversary Nothing like us, we are the Legend of Ninja from Yogyakarta</p> <p>Sabtu, 04 April 2015 Jam : 09.00 - selesai Tempat : MAGUWO INTERNATIONAL STADIUM</p> <p>Contact Person : ALEX PRATAMA 0857 2993 2386</p> <p>ACARA : CITY TOURING FREE SERVICE LIVE MUSIC DANGDUT LIVE MUSIC BAND FREESTYLE MODIFICATION CONTEST SEXY DANCER & LADIES BIKE WASH FEMALE DJ FOOD COURT WELCOME FOOD</p> <p>PT. SUMBER BUANA MOTOR Jl. Magelang 135B Yogyakarta Telp. 624618</p> |
| 27 | PT. Sumber buana motor (6) |  <p>Saksikan Grand Launching Kawasaki ZX10R, Kawasaki Vulcan S, Kawasaki Versys 650 & Kawasaki Photography Contest ke - 30</p> <p>▶ Sabtu & Minggu 28 - 29 Maret 2015 di Plaza Ambarukmo lantai 3</p> <p>Pendaftaran Gratis saat acara berlangsung</p> <p>Kawasaki Photography Contest ▶ Sabtu 28 Maret jam 16.00 - 21.00 WIB Minggu 29 Maret jam 12.00 - 16.00 WIB</p> <p>Hadiah : Juara I : 750 Ribu + Trophy Juara II : 250 Ribu + Trophy</p> <p>PT. SUMBER BUANA MOTOR YOGYAKARTA • Jl. Magelang No. 135-B ☎ 624618 • Jl. Bantul Km. 8,5 Pendowoharjo Bantul ☎ 6466221 • Jl. Gejayan CT IV Pelem Kecil ☎ 544500 • Jl. Godean Km. 4 No. 18 ☎ 543555 • Jl. RE. Martadinata No. 50 ☎ 378003 • Jl. Yogya Soko Km. 14 ☎ 498477 • MAGELANG • Jl. A. Yani No. 77 ☎ 364888 • Jl. AI Arhas No. 72 A-B ☎ 3146888 PURWOKERTO • Jl. S. Pannan No. 375 ☎ 643191 • Jl. Jend. Sudirman Timur No. 878 ☎ 642731 • CILACAP • Jl. Galat Sudarto No. 353 ☎ 540555 www.sumberbuangroup.com Facebook : kawasaki@igacommunity</p> |

28




Soe we

29

Aizza computer (1)

30

Aizza computer (2)

| | | |
|-----------|--------------------------|--|
| <p>31</p> | <p>Alnect center (1)</p> |  |
| <p>32</p> | <p>Alnect center (2)</p> |  |
| <p>33</p> | <p>Alnect center (3)</p> |  |

34

Trinity mobile (1)



35

Trinity mobile (2)



36

Trinity mobile (3)



37

Sony mobile shop



38

Iradio



39

Jiz fm



40 Yamaha nmax



41 Clandy's



42 Mitsubishi fuso (1)



43

Mitsubishi fuso (2)

TRUK MITSUBISHI
NO.1
DI INDONESIA

FUSO

Rasakan Leganya
Rasakan **Colt Diesel ESPASIO**

ESPASIO
COMPLETE BUS

110PS 4 BAN

LONG

SEGERA HUBUNGI DEALER MITSUBISHI TERDEKAT DI KOTA ANDA

ANDALAN BISNIS SEJATI

PT. KRAMA YUDHA Tiga Berlian Motor
www.kramayudha.com

TRUCK CENTER
SINERGI BOOKING
PARTS DEPOT

SEGERA HUBUNGI DEALER MITSUBISHI TERDEKAT DI KOTA ANDA

TRUK MITSUBISHI
NO.1
DI INDONESIA

Detailed description: This is a vertical advertisement for the Mitsubishi Fuso Espasio van. At the top, it features the text 'TRUK MITSUBISHI NO.1 DI INDONESIA' and the FUSO logo. The main headline reads 'Rasakan Leganya Rasakan Colt Diesel ESPASIO'. Below this is a large image of a white Espasio van parked on a road. At the bottom, it specifies 'ESPASIO COMPLETE BUS' and '110PS 4 BAN'. There are several small inset images showing interior details like the steering wheel and seats, with labels like 'LONG'. The bottom of the ad includes the slogan 'ANDALAN BISNIS SEJATI' and contact information for PT. KRAMA YUDHA Tiga Berlian Motor, along with logos for TRUCK CENTER, SINERGI BOOKING, and PARTS DEPOT.

44

Mitsubishi fuso (3)

FUSO

FJ2523
230 PS • 4x2 • Super Long

FJ2528
230 PS • 4x2 • Super High

NEW FI 1217
170 PS • 4x2 • Light Off-Road

Andalan Baru
Bisnis Semakin Melaju

Didukung oleh jaringan dealer dan layanan purna jual Mitsubishi yang luas dan lengkap di seluruh Indonesia.

ANDALAN BISNIS SEJATI

TRUK MITSUBISHI
NO.1
DI INDONESIA

PT. KRAMA YUDHA Tiga Berlian Motor
www.kramayudha.com

TRUCK CENTER
SINERGI BOOKING
PARTS DEPOT

SEGERA HUBUNGI DEALER MITSUBISHI DI KOTA ANDA

Detailed description: This is a horizontal advertisement for Mitsubishi Fuso trucks. It features three trucks: an orange tanker truck (FJ2523), an orange concrete mixer truck (FJ2528), and a yellow dump truck (NEW FI 1217). The background shows an industrial or port setting. The FUSO logo is in the top right. The trucks are labeled with their models and specifications. The main headline is 'Andalan Baru Bisnis Semakin Melaju'. Below it, a sub-headline states 'Didukung oleh jaringan dealer dan layanan purna jual Mitsubishi yang luas dan lengkap di seluruh Indonesia.' The bottom of the ad includes the slogan 'ANDALAN BISNIS SEJATI' and contact information for PT. KRAMA YUDHA Tiga Berlian Motor, along with logos for TRUCK CENTER, SINERGI BOOKING, and PARTS DEPOT. A 'TRUK MITSUBISHI NO.1 DI INDONESIA' badge is in the bottom right corner.

| | | |
|----|--------|--|
| 45 | Nakita | |
|----|--------|--|

| | | |
|----|------------|--|
| 46 | Harfa tour | |
|----|------------|--|

| | | |
|----|---------|--|
| 47 | Aqualis | |
|----|---------|--|

48

Rakosa



49

Sindotrijaya



50

Phone market ambarrukmo



| | | |
|----|-----------------|--|
| 51 | Honda verza 150 | |
| 52 | Lenovo (1) | |
| 53 | Lenovo (2) | |
| 54 | Lenovo (3) | |

| | | |
|-----------|----------------------|---|
| <p>55</p> | <p>Mencap</p> |  <p>minum 1 kapsul tahan 2 jam</p> <p>khasiat mengatasi impotensi disfungsi ereksi ejakulasi dini</p> <p>MENCAP</p> <p>Beli Di Apotek Terdekat : YOGYAKARTA : Ap. Wisnu Jl. Jend. Sudirman, Ap. Sumber Sehat Jl. Gejayan No. 31, TO. Engal Waras Jl. Parang Tritis No. 113, Ap. Kusuma Nata Jl. Kusuma Negara 33, Ap. Sanitas Jl. MT Haryono, Ap. Wipa Jl. Mantri Gawen No. 30, Ap. Ratna Jl. Parangtritis, Ap. Ardi Mulya Farma Jl. Monggangan Ambaruko, Ap. Ardi Farma Jl. Gejayan No.5, Ap. Eka Manunggal Jl. Mentri Supena No.15A, Ap. Satria Jl. Parang Tritis No.104, Ap. Merapi Jl. Mangkubung, TO. Jamu Perkasa Jl. Gejayan, Ap. Umbul Harjo Jl. Perintis Kemerdekaan, Ap. Artanti Jl. LaksDa Adi Suoipto km8, Ap. Mentari Jl. Imogiri Bantul, BANTUL : Ap. Mulia Farma Jl. Raya Bantul km.10 Melikan Lor, MAGELANG : Ap. Waras Jl. Pemuda, Ap. Bahtera Farma Jl. Pemuda 97, Ap. Karunia MayJend. Bambang Soeeng, PRAMBANAN : Ap.K-24 Jl. YogyaSolo km17, SLEMAN : Ap. Ashar Farma Jl. Magelang km.15 Medari, KLATEN : Ap. Asri Jl. Pemuda Utara No.25, Ap. Sehati Jl. Pemuda Utara, TO. Rejo Jl. Pemuda No.167, Ap. Sydowayah Pemuda 1 No.56, TO. 75 Jl. Pemuda.</p> <p>Khusus Agen : 085313648524, 085313648543</p> <p>dengan MENCAP suamiku lebih mantap....!!</p> |
| <p>56</p> | <p>Megaswara fm</p> |  <p>6th Anniversary Tetap Brisik dengan Musik Hits!</p> <p>93.8FM megaswara YOGYAKARTA</p> <p>The Soul of Jogja</p> <p>Jl. AM Sangaji No. 49-51 Yogyakarta</p> |
| <p>57</p> | <p>Hotel santika</p> |  <p>Hotel Santika JOGJA</p> <p>Special In MARCH</p> <p>LAMB FEST</p> <p>Sink your teeth into the assorted lamb dishes with its unique flavors in the each recipe that will satisfy your appetite.</p> <p>START FROM Rp. 60.000,-/meal</p> <p>J. Jend. Sudirman No.19, Yogyakarta 55233 Ph. 0274 563036, 562743, Fax: 0274 563669 E-mail: jogjaprom@sanatika.com, marketing@jogjaprom.santika.com www.santika.com</p> |

58

Pyrenees



59





Citradream hotel





60

Royal ambarrukmo



| | | |
|-----------|-------------------------|--|
| <p>61</p> | <p>New saphir hotel</p> |  |
| <p>62</p> | <p>Bale ayu</p> |  |
| <p>63</p> | <p>Baksobethesda</p> |  |
| <p>64</p> | <p>RM handayani</p> |  |

| | | |
|-----------|----------------------------------|--|
| <p>65</p> | <p>Mirota bakery & resto</p> |  <p>The advertisement for Mirota Bakery & Resto features a counter with several trays of Indonesian home-cooked dishes. The text 'Indonesian "Home Cooking"' is written in a stylized font at the top. A red starburst graphic on the left says 'NO PORK'. The Mirota logo, which includes a cartoon character wearing a red hat and a white apron, is positioned in the bottom left. The text 'Mirota BAKERY & RESTO' is in the bottom right, along with the address 'JL. FM NOTO 7 KOTABARU YOGYAKARTA' and the phone number '513384'.</p> |
| <p>66</p> | <p>Liquid (ang pao)</p> |  <p>The advertisement for Liquid Intek is for a 'Paket Menu' priced at 199,000 for 30 people. The menu items listed are: WONTON SOUP, BEBEK PANGGANG SOYA PEKING DUCK, FRIED NOODLE SEAFOOD, BROCCOLI GARLIC, and BROWN BANANA WITH ICE CREAM. A 'FREE ANGPOW' is offered with every order. The restaurant is located at Jl. Madi Arah 4, Suro 104, Yogyakarta. The phone number is 0274-3820180 and the website is www.liquidclub.com. The restaurant is open daily from 11 AM to 3 AM.</p> |
| <p>67</p> | <p>Liquid (2)</p> |  <p>The advertisement for Liquid Karaoke features a 35% discount on food. The text 'Liquid Karaoke' is prominently displayed. Below the discount, there is an image of a plate of food. The restaurant is open daily from 11 AM to 3 AM. The address is Jl. Madi Arah 4, Suro 104, Yogyakarta. The phone number is 0274-3820180 and the website is www.liquidclub.com. The restaurant is open daily from 11 AM to 3 AM.</p> |

68

Papa ron's pizza



69


Kampung labasan









70




Kedai kanjeng mami


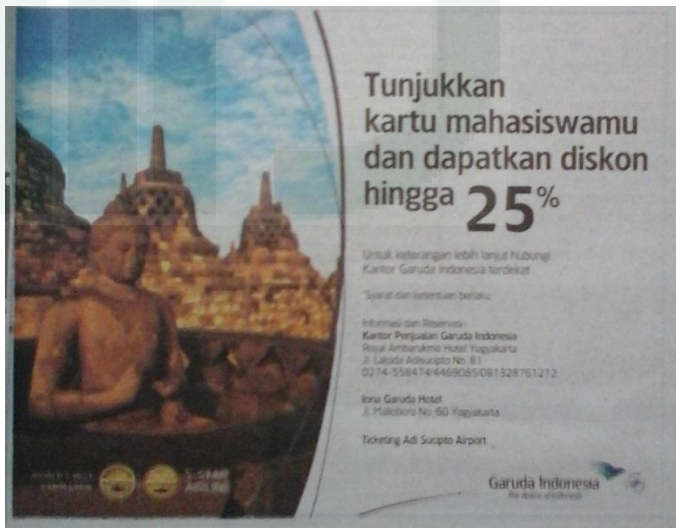


| | | |
|-----------|-----------------------|--|
| <p>71</p> | <p>Gudeg yu narni</p> |  <p>GUDEG Yu Narni</p> <p>Pusat : Jl. Kallurang Km. 4,5 Karangasem CT III/19 Telp. (0274) 589687 - 085643219111 Warung : Jl. Margo ulom, Kebondalem, Telp. (0274) 943713 HP: 08123118825 Cabang 1 : Jl. Patengan Tantara Pagar 102, Telp. (0274) 861231 HP: 08122719613 Cabang 2 : Jl. Magelang Km. 11 Benar Lor Tridadi Sleman Telp. (0274) 867240 HP: 08124201102</p> |
| <p>72</p> | <p>Lotus hotel</p> |  <p>CR 50.000,- MONDAY - SATURDAY 08.30 - 10.30 AM Buffet all you can eat by Food & Beverage Manager www.crystalotushotel.com Breakfast Menu 0274 - 6429 799</p> |
| <p>73</p> | <p>Trucoffee</p> |  <p>DAY LIGHT OF TRUCOFFEE DRINK IT BLACK Paket Berdua♥..... 1 BURGER 1 HODOG 2 Soft Drink* Hanya 20 ribu TRUCOFFEE OLA BAKERY & PEDAAN BARU No 12 KOMPLEK POLRI GOROK SELATAN ANPLAZ INFO 0274 8681 ATAU 0822 302 328</p> |





| | | | | | | | | |
|---|--------------------------|---|--|--------------------------|--|--------------------------|---|--------------------------|
| <p>74</p> | <p>Rawit merah</p> |  <p>DISKON 20% ALL ITEM</p> <p>Juara Murahny. Juara Enakny. Dijamin Kamu Ketagihan!!!!!!</p> <p>Rawit Merah</p> <table border="0"> <tr> <td>Ayam Goreng/Bakar • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh</td> <td>Rp 9.500,- Rp 7.600,-</td> </tr> <tr> <td>Lele Goreng/Bakar • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh</td> <td>Rp 7.500,- Rp 6.000,-</td> </tr> <tr> <td>Telur Dadar Isi Tahu • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh</td> <td>Rp 7.500,- Rp 6.000,-</td> </tr> </table> <p>Alamat: Jl. Nologaten 333, Depok, Sleman, Yk (Sebelum Amplaz ke Utara) ☎ 0274-488725, 0813 9243 2222 📠 27b93861</p> <p>..... BAWA POTONGAN IKLAN INI</p> | Ayam Goreng/Bakar • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh | Rp 9.500,- Rp 7.600,- | Lele Goreng/Bakar • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh | Rp 7.500,- Rp 6.000,- | Telur Dadar Isi Tahu • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh | Rp 7.500,- Rp 6.000,- |
| Ayam Goreng/Bakar • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh | Rp 9.500,- Rp 7.600,- | | | | | | | |
| Lele Goreng/Bakar • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh | Rp 7.500,- Rp 6.000,- | | | | | | | |
| Telur Dadar Isi Tahu • Nasi • Sambal • Lalapan • Es Teh | Rp 7.500,- Rp 6.000,- | | | | | | | |
| <p>75</p> | <p>Ulu bundar (1)</p> |  <p>1 Like MONDAY</p> <p>"Ulu Bundar" PEMPEK ALL TALEMBANG</p> <p>Disc 30%</p> <p>Pempek Model <i>Sesuai Model Anda</i></p> <p>Ulu Bundar Kallierang Jl. Kallierang Km. 2, Yogyakarta Telp. (0274) 850730</p> <p>Ulu Bundar Simanungkaruk Jl. C. Simanungkaruk Yogyakarta Telp. (0274) 727344</p> <p>Ulu Bundar Gunung Jati Jl. Gunung Jati, Surabaya Telp. (0274) 2819079</p> <p>Ulu Bundar Sleman Jl. Gunung Kidul No. 126 Yogyakarta Telp. 0274 - 815512</p> | | | | | | |
| <p>76</p> | <p>Ulu bundar (2)</p> |  <p>"Ulu Bundar" PEMPEK ALL TALEMBANG</p> <p>Ulu Bundar Kallierang Rp 5.500 Rp 6.000 Rp 6.500 Rp 7.000</p> <p>Ulu Bundar Simanungkaruk Rp 5.500 Rp 6.000 Rp 6.500 Rp 7.000</p> <p>Ulu Bundar Gunung Jati Rp 5.500 Rp 6.000 Rp 6.500 Rp 7.000</p> <p>Ulu Bundar Kallierang Jl. Kallierang Km. 2, Yogyakarta Telp. (0274) 850730</p> <p>Ulu Bundar Simanungkaruk Jl. C. Simanungkaruk Yogyakarta Telp. (0274) 727344</p> <p>Ulu Bundar Gunung Jati Jl. Gunung Jati, Surabaya Telp. (0274) 2819079</p> | | | | | | |

| | | |
|----|----------------|---|
| 77 | Develo |  <p>HOT DELIVERY REAL TIME 081296129757</p> <p>18 K</p> <p>DEVELO Garang Asem Kudus</p> <p>GARANG ASEM KUDUS GARANG ASEM AYAM KAMPUNG GARANG ASEM TELAK IKAN KAKAP MENU IKAN HIDUP SEGAR DENGAN SAMBAL KHAS KUDUS</p> <p>Jl. Laksono Adinucipto km.8 No.21 Jogja Timur Carrefour Maguwo/ Depan Hotel Grand Quality Buka: Senin - Sabtu (09.00 - 21.00 WIB) www.Develogorangesem.com</p> |
| 78 | Banyu mili |  <p>10.00 22.00</p> <p>Banyu Mili</p> <p>Jl. Godean Km 4,5, Perum Griya Mahkota Yk ☎ 545143 ☎ 087739011462 PIN 📎: 288DEC43 @banyumiliresto1 www.banyumiliresto.com banyumiliresto1@yahoo.co.id</p> |
| 79 | Bale bebakaran |  <p>citarasa bebakaran</p> <p>Nila Bakar Bale Spesial</p> <p>bale bebakaran</p> <p>589886</p> <p>Jin. Affandi (Gejayan) Gg Guru No.12 (Utara Toko Merah) f bale bebakaran resto @bale_bebakaran www.balebebakaran.com</p> |

| | | |
|-----------|-----------------------------|--|
| <p>80</p> | <p>Gudeg yu jum</p> |  |
| <p>81</p> | <p>The sahid rich hotel</p> |  |
| <p>82</p> | <p>Garuda (1)</p> |  |

| | | |
|-----------|-------------------|--|
| <p>83</p> | <p>Garuda (2)</p> |  <p>Nikmati Penawaran Spesial Setiap Selasa, Rabu dan Kamis Yogyakarta - Jakarta Mulai dari IDR 577.900*</p> <p><small>Reservasi melalui www.garuda-indonesia.com, Call Center 24 jam non-stop 0 804 1 807 807, Kantor penjualan Garuda Indonesia cabang Yogyakarta di 0274-558474-4469085 atau agen perjalanan Anda.</small></p> <p><small>*Surat dan ketentuan berlaku</small></p> <p>Sampai dengan 31 Maret 2015</p> <p>Garuda Indonesia The Airline of Indonesia</p> |
| <p>84</p> | <p>Garuda (3)</p> |  <p>Maskapai lain</p> <p>Bekas termasuk biaya:</p> <ul style="list-style-type: none"> Airline Airport tax Extra baggage Bagasi perbekalan utra-raga Meal Pharmacy Contact Us Audio Video on Demand <p>Garuda Indonesia Value+</p> <p>Dapat yang lain-lain, Tanpa Biaya Lain-lain.</p> <p>Nikmati semua layanan, kenyamanan kami tanpa ada biaya tambahan. Semua ini merupakan pengalaman Garuda Indonesia yang tidak akan Anda dapat dari penerbangan lainnya. Kini semuanya terbungkus bersama salah satu maskapai terbaik dunia.</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskon hingga 50% dengan boarding pass Anda Garuda Miles mileage Gratis makanan dan minuman Gratis bagasi <p>Satu Harga. Banyaknya. Semesta.</p> <p>Garuda Indonesia The Airline of Indonesia</p> <p>WORLD'S BEST ECONOMY CLASS WORLD'S BEST CABIN CREW</p> <p>Kantor Penjualan: Royal Ambarukmo Yogyakarta Hotel Jl. Laksda Adi Sucipto No. 81, Yogyakarta 55281 Tel. 558474, 4469085 Inna Garuda Hotel Jl. Maliboro No. 60 Yogyakarta</p> <p>Ticketing Garuda Bandara Adisucipto Yogyakarta Agen penjualan terdekat</p> <p>0 804 1 807 807 www.garuda-indonesia.com</p> <p>Garuda Indonesia The Airline of Indonesia</p> |
| <p>85</p> | <p>Garuda (4)</p> |  <p>Tunjukkan kartu mahasiswamu dan dapatkan diskon hingga 25%</p> <p>Untuk keterangan lebih lanjut hubungi Kantor Garuda Indonesia terdekat</p> <p><small>*Surat dan ketentuan berlaku</small></p> <p>Informasi dan Reservasi: Kantor Penjualan Garuda Indonesia Royal Ambarukmo Hotel Yogyakarta Jl. Laksda Adisucipto No. 81 0274-558474-4469085/081328761212</p> <p>Inna Garuda Hotel Jl. Maliboro No. 60 Yogyakarta</p> <p>Ticketing Adisucipto Airport</p> <p>Garuda Indonesia The Airline of Indonesia</p> |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|--|
| <p>86</p> | <p>Garuda (5)</p> |  <p>Garuda Indonesia TravelFair</p> <p>Kunjungi GATF 3-5 April 2015 Plaza Ambarukmo Yogyakarta</p> <p>Dapatkan banyak penawaran harga special serta diskon terbaik, beragam hadiah langsung dan doorprize yang diundi setiap hari</p> <p>5-STAR AIRLINE</p> <p>Garuda Indonesia The Airline of Indonesia</p> <p>Best Partner BCA</p> | | | | |
| <p>87</p> | <p>Garuda (6)</p> |  <p>Garuda Indonesia TravelFair FLY WITH STYLE</p> <p>Plaza Ambarukmo Yogyakarta 3-5 April 2015</p> <p>Dapatkan Diskon Special ke Destinasi Impian</p> <table border="0"> <tr> <td>Yogyakarta – Kuala Lumpur Start from USD 135 net*</td> <td>Yogyakarta – Singapura Start from USD 151 net*</td> </tr> <tr> <td>Yogyakarta – Amboedam Start from USD 901 net*</td> <td>Yogyakarta – Hong Kong Start from USD 354 net*</td> </tr> </table> <p>5-STAR AIRLINE</p> <p>Garuda Indonesia The Airline of Indonesia</p> <p>BCA</p> | Yogyakarta – Kuala Lumpur Start from USD 135 net* | Yogyakarta – Singapura Start from USD 151 net* | Yogyakarta – Amboedam Start from USD 901 net* | Yogyakarta – Hong Kong Start from USD 354 net* |
| Yogyakarta – Kuala Lumpur Start from USD 135 net* | Yogyakarta – Singapura Start from USD 151 net* | | | | | |
| Yogyakarta – Amboedam Start from USD 901 net* | Yogyakarta – Hong Kong Start from USD 354 net* | | | | | |
| <p>88</p> | <p>Plaza ambarrukmo</p> |  <p>PLAZA AMBARRUKMO ULTIMATE A NINEVERSARY KIRIM PLAZA AMBARRUKMO 5 - 8 MARCH 2015</p> <p>JOGIA FASHION FESTIVAL 2015 URBAN ULTIMATE 5-7 MARCH 2015 ATRIUM PLAZA AMBARRUKMO</p> <p>JOGIA FASHION FESTIVAL 2015 PLAZA AMBARRUKMO LATENTE SALE of brand sale - start up to 50% KIDS MODELING COMPETITION - STREET STYLE PHOTO CONTEST</p> | | | | |

| | | |
|-----------|--------------------------|--|
| <p>89</p> | <p>Uty fm</p> |  |
| <p>90</p> | <p>Bata</p> |  |
| <p>91</p> | <p>Mirota kampus (1)</p> |  |
| <p>92</p> | <p>Mirota kampus (2)</p> |  |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| <p>93</p> | <p>Yamaha mio m3 (1)</p> |  <p>YAMAHA NEW MIO M3 TANPA KOMPROMI</p> <p>SENDIRIAN TAPI BERDUAAN</p> <p>Lompat Air</p> <p>1" STYLE HEAD LAMP BLUE CORE TECHNOLOGY LED LAMP INDICATOR BLUE CORE</p> | | | |
| <p>94</p> | <p>Yamaha mio m3 (2)</p> |  <p>YAMAHA NEW MIO M3 TANPA KOMPROMI</p> <p>SPECIAL BUILT KAMU, DARI NEW MIO M3 125</p> <p>PERFORMA BLUE CORE</p> <p>Mesin dengan teknologi Blue Core membuat performa maksimal tanpa kompromi!</p> <p>EFISIEN BERTENAGA HANGAL</p> | | | |
| <p>95</p> | <p>Acer (1)</p> |  <p>acer explore beyond limits™</p> <p>NOTEBOOK & TABLET JADI SATU</p> <p>Acer One 10, produksi sempurna Notebook Touchscreen 10" dengan 4 fungsi: gadget hiburan, sosial media untuk produktivitas dan hiburan Anda.</p> <p>go explore Acer One 10 (S100K)</p> <p>Work, easy. Play, hard. Windows</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 3.999.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> </td> <td> <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 4.099.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> </td> <td> <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 4.149.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> </td> </tr> </table> <p>20% DISKON 10% DISKON 100% GARANSI</p> <p>Acer Certified Center 1500-155 SUNDAY OPERATION</p> | <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 3.999.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> | <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 4.099.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> | <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 4.149.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> |
| <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 3.999.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> | <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 4.099.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> | <p>3 Tahun Garansi Terdapat 3 Pilihan</p> <p>Acer One 10 (S100K)</p> <p>Price: Rp 4.149.000</p> <p>RAM: 4GB / 8GB / 16GB</p> <p>Storage: 32GB / 64GB / 128GB</p> | | | |

96

Acer (2)



acer
explore beyond limits™

BELI ACER LIQUID SMARTPHONE MENANGKAN MOBIL

Liquid Jade Rp 2.599.000
Liquid Z500 Rp 1.899.000

Raih Impianmu
www.raihimpianmu.com
Periode Promo Hingga 30 April 2015

Liquid Jade Stylishly Slim
Liquid Z500 Power through life™

Liquid E700 Liquid E3 Liquid Z205

go explore

1500-155

97

Acer (3)



acer
explore beyond limits™

Raih Impianmu
Pilih Notebookmu dan Menangkan Mobil




www.raihimpianmu.com
Periode promo: 28 Januari - 30 April 2015

Agree 11-111 Agree 11-111

Agree 11-411 Agree 11-411

go explore

1500-155

| | | |
|------------|----------------------------------|---|
| <p>98</p> | <p>Acer (4)</p> |  <p>The poster is for an Acer projector promotion. At the top, it says 'Acer explore beyond limits™' and 'Projector'. Below that, it says 'Raih impianmu' and 'Pilih Projector mu dan Menangkan Mobil'. It lists four projector models with their specifications and prices: Projector F7215 (Rp. 11.900.000), Projector S1720 (Rp. 17.800.000), Projector S1720 (Rp. 17.800.000), and Projector S1720 (Rp. 17.800.000). It also features images of a car, a motorcycle, and a smartphone, suggesting prizes. At the bottom, it says 'go explore' and 'Acer Contact Center 1500-155'.</p> |
| <p>99</p> | <p>Buku pengantar jurus kaya</p> |  <p>The advertisement is for a book titled 'PENGANTAR JURUS KAYA' by DR. H. MASYHARI, SE., MM. The main headline is 'Miliki BUKU JURUS Kaya Orang Muslim untuk menjadi pengusaha muslim sukses'. The text describes the book as a practical guide for Muslim entrepreneurs, covering business concepts, financial management, and Islamic perspectives. It also mentions a second book, 'AMOS Model Pemahaman Struktur', which is available for purchase. Contact information for the distributor, HARFAMEDIA, is provided at the bottom.</p> |
| <p>100</p> | <p>Furnimart</p> |  <p>The advertisement is for Furnimart, featuring a 'Promo Maret 2015'. It lists contact information: website (www.furnimart.co.id), phone (021-8319365), and social media handles. It highlights a 'FREE Goodie Bag' offer. The main part of the ad shows various furniture items with prices: a 'Bed Set Birdnest' for Rp. 833.200, a 'Sofa L. Reath' for Rp. 541.300, a 'Praktis 6 Set Lemari Pakaian' for Rp. 224.450, and a '2 in 1 Esukam Paper' for Rp. 249.000. The ad also features the Furnimart logo and the slogan 'BEST PRODUCT BEST PRICE'.</p> |

101

Santi mebel



102

Kotaperak



103

Pie susu (1)



| | | |
|-----|--------------|--|
| 104 | Pie susu (2) | |
| 105 | Evolution | |
| 106 | Kompas tv | |

| | | |
|------------|---|--|
| <p>107</p> | <p>Mitsubishi delica</p> |  |
| <p>108</p> | <p>Pameran komputer</p> |  |
| <p>109</p> | <p>Strategi sukses bisnis gesek tunai</p> |  |

110

Yamaha soul GT



111

Yamalube

An advertisement for Yamalube Power Matic Motor Oil. The central focus is a large black bottle of oil with a yellow label that reads 'YAMALUBE POWER MATIC MOTOR OIL'. Above the bottle, the text 'YAMAHA MOTORNYA YAMALUBE OLINYA' and 'POWER UP YOUR MATIC' are displayed. Below the bottle, there are four bullet points in Indonesian describing the oil's benefits: stability at high temperatures, prevention of carbon deposits, reduction of friction, and smoother circulation. At the bottom, there are images of motorcycle helmets in various colors (yellow, pink, blue, white) and the text 'GUNAKAN GELAS GENUINE PRODUK YAMAHA' and 'DAPATKAN DI DEALER RESMI YAMAHA DI KOTA ANDA'. The website 'www.yamaha-motor.co.id/spare-parts/yamalube/' is also provided.

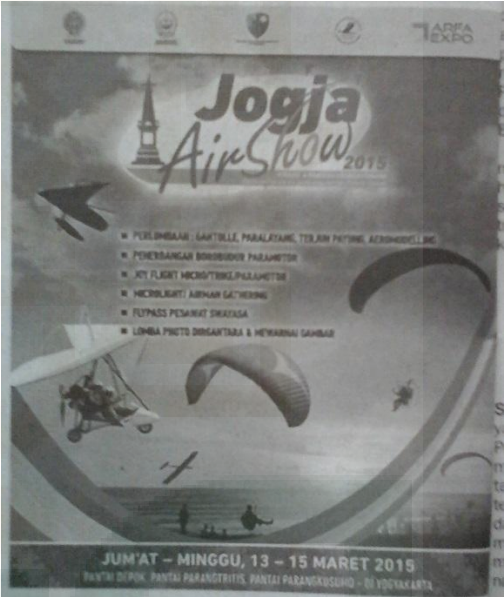
112

Mbs fm



113

Jogja air show



114

Suzuki indojoya vaganza (1)



| | | |
|-----|-----------------------------|--|
| 115 | Suzuki indojoya vaganza (2) | <p>Rajane Productions Present</p> <p>Suzuki Indojoya Vaganza</p> <p>PROGRAM SPESIAL BANKIR HADAM</p> <p>X-TRA BONUS bisa pilih</p> <p>UM 500-14</p> <p>CP: 0274-402523 08132904333</p> <p>10 MOBIL TOYOTA AVANZA 100 PIKET YAMAHA HOLYLAND 125 SEPEDA MOTOR 150 EMAS 20gr 200 MODAK TURUN @ 5gr</p> <p>PHOTOCONTEST with Suzuki address ini hadiahnya..!</p> <p>1 UNIT SUZUKI BURGMAN 1 UNIT SATRIA FU 1 UNIT SUZUKI ADDRESS 1 UNIT SUZUKI NEX</p> <p>By Flood Fotoan bersama Suzuki address for SuzukiFinanceIndonesia maret 30 April 2015</p> <p>Konser CJR Djogjakarta "Terlebih Baik" The sabid Rich Hotel jogja 30 Mei 2015 Pukul 17.00 - selesai</p> <p>Dapatkan Tiket hanya di: Seluruh Cab.Suzuki indojoya cp: 08132904333 Yogyakarta (0274) 9402523</p> <p>supported by: INDOJAYA MOTOR GROUP</p> |
| 116 | Sumber baru mobil (1) | <p>SERVICE GRATIS HANGAR 50.000 KM</p> <p>SUZUKI Way of Life</p> <p>SUZUKI GREAT BONUS 2015</p> <p>HADIAH LANGSUNG SUZUKI ADDRESS SUZUKI SATRIA SUZUKI SHOGUN AZELE SUZUKI SHOGUN SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO</p> <p>DP MURAH 7 JUTA-an</p> <p>CASH BACK 14,5 JUTA</p> <p>CICILAN RINGAN 60 Ribu-an /hari</p> <p>MAIN DEALER SUZUKI MOBIL YOGYA - KEDU - BANYUMAS SUMBER BARU MOBIL</p> <p>Jl. Magelang Km. 8 Wati Sleman Yogyakarta (0271) 85707, 855058 - Jl. Laksa Adisucipto Km. 7,5 Yogyakarta (0274) 493338 - 487758 Jl. A. Yani No. 278 A Magelang (0293) 267333 - Jl. Sentot Tunas No. 21 Purwokerto Telp. (0281) 822777-822788 - Jl. Gatot Subroto No. 36 Cilacap (0284) 5214222 Jl. Letjen Supriatno No. 121 Banyuwangi (0333) 834344 - Jl. Kertosono No. 17 Kertosono (0271) 316233</p> <p>Saksikan Pameran di Indogrosir dan Lotte Mart</p> |
| 117 | Sumber baru mobil (2) | <p>DATANG DAN SAKSIKAN Pukul : 09.00 - 21.00 WIB</p> <p>Suzuki Auto Expo 2015 14 - 15 Maret 2015</p> <p>HADIAH LANGSUNG SUZUKI ADDRESS SUZUKI SATRIA SUZUKI SHOGUN AZELE SUZUKI SHOGUN SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO SUZUKI SANYO</p> <p>DP MURAH 7 JUTA-an</p> <p>CASH BACK 14,5 JUTA</p> <p>CICILAN RINGAN 60 Ribu-an /hari</p> <p>HADIAH PENJUALAN SUZUKI NEX LED LG 32" HOME THEATRE LG</p> <p>Door Price PAMERAN TV LED 20" DVD PLAYER RICE COOKER</p> <p>Tempat Pameran: MAIN DEALER SUZUKI MOBIL SUMBER BARU MOBIL</p> <p>Jl. Magelang Km. 8 Wati Sleman Yogyakarta Telp. (0274) 857077 Jl. Laksa Adisucipto Km. 7,5 Yogyakarta Telp. (0274) 493338 Jl. A. Yani No. 278 A Magelang Telp. (0293) 267333 Jl. Sentot Tunas No. 21 Purwokerto Telp. (0281) 822777-822788 Jl. Gatot Subroto No. 36 Cilacap Telp. (0284) 5214222 Jl. Letjen Supriatno No. 121 Banyuwangi Telp. (0333) 834344 Jl. Kertosono No. 17 Kertosono Telp. (0271) 316233</p> <p>Ikuti Test Drive dengan membawa potongan iklan ini dan dapatkan Souvenir Cantik</p> |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|----------------------|--|-----------|----------------------|---------------|--|--------|---------------|-----------|----------------------|---------------|--|--------|---------------|
| 118 | Singapore airlines |  <p>Asia's most awarded regional airline</p> <p>Sekarang kami terbang 4x dalam seminggu ke Singapura dan menghubungkan ke lebih dari 100 tujuan penerbangan. Itulah sebuah penerbangan yang menyenangkan!</p> <table border="1"> <tr> <td>JOG - SIN</td> <td>Selasa, Kamis, Jumat</td> <td>10.15 - 13.30</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Minggu</td> <td>17.50 - 21.00</td> </tr> <tr> <td>SIN - JOG</td> <td>Selasa, Kamis, Jumat</td> <td>08.00 - 09.30</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Minggu</td> <td>15.40 - 17.05</td> </tr> </table> <p> silkair.com  </p> | JOG - SIN | Selasa, Kamis, Jumat | 10.15 - 13.30 | | Minggu | 17.50 - 21.00 | SIN - JOG | Selasa, Kamis, Jumat | 08.00 - 09.30 | | Minggu | 15.40 - 17.05 |
| JOG - SIN | Selasa, Kamis, Jumat | 10.15 - 13.30 | | | | | | | | | | | | |
| | Minggu | 17.50 - 21.00 | | | | | | | | | | | | |
| SIN - JOG | Selasa, Kamis, Jumat | 08.00 - 09.30 | | | | | | | | | | | | |
| | Minggu | 15.40 - 17.05 | | | | | | | | | | | | |
| 119 | STIEBBANK (1) |  <p>SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BISNIS & PERBANKAN STIEBBANK KAMPUS PENCETAK PENGUSAHA</p> <p>Kuliah Sambil Bisnis? YA STIEBBANK!</p> <p>PILIHAN KELAS: KELAS REGULER /KELAS MALAM!</p> <p>ST Manajemen • Manajemen Perbankan • Manajemen Bisnis dan UKM • Manajemen Pemasaran</p> <p>ST Akuntansi • Akuntansi Perbankan • Akuntansi Bisnis dan UKM • Akuntansi Audit dan Pajak</p> <p>www.KampusPencetakPengusaha.com 0813 2869 7009 PIN: 284574A3 @STIEBBANK FB: Kampus Pencetak Pengusaha Kampus Terpadu, Jl. Magelang Km 8 - Yogyakarta 55282 0274 866800</p> | | | | | | | | | | | | |
| 120 | STIEBBANK (2) |  <p>SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BISNIS & PERBANKAN STIEBBANK KAMPUS PENCETAK PENGUSAHA</p> <p>Kuliah Sambil Bisnis? YA STIEBBANK!</p> <p>Testimoni</p> <p>"STIEBBANK membekali saya ilmu marketing, SDM dan manajemen keuangan secara seimbang antara teori dan praktik yang sangat bermanfaat ketika terjun di dunia usaha"</p> <p> Teddy Hidayat (Alumni STIEBBANK) Pengusaha - Owner CV Widya Kusuma</p> <p>0813 2869 7009 #284574A3 www.KampusPencetakPengusaha.com @STIEBBANK Kampus Pencetak Pengusaha Kampus Terpadu, Jl. Magelang Km 8 - Yogyakarta 55282 0274 866800</p> | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|------------|---------------------------|--|
| <p>121</p> | <p>Jogja eat free day</p> |  |
| <p>122</p> | <p>Yamaha xeon 125</p> |  |
| <p>123</p> | <p>Honda vario 150</p> |  |
| <p>124</p> | <p>Nova</p> |  |

125

Mmtc

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA RI
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN SDM

PENERIMAAN MAHASISWA BARU 2015 2016

SEKOLAH TINGGI MULTI MEDIA "MMTC" YOGYAKARTA

PROGRAM DIPLOMA IV (5 Prodi)

- Manajemen Produksi Siaran (Manaprodisi)
- Manajemen Produksi Pemberitaan (Manarita)
- Manajemen Teknik Studio Produksi (Matekstosi)
- Animasi
- Desain Teknologi Permalnan

PROGRAM STRATA I (1 Prodi)

- Manajemen Informasi & Komunikasi

JADWAL PENERIMAAN MAHASISWA BARU
PROGRAM DIPLOMA IV DAN STRATA I TAHUN AKADEMIK 2015-2016
GELONGBANG I Tahap 1 & 2

| KEDAHIRAN | TAHAP 1 | TAHAP 2 |
|--|----------------------------------|---|
| Penerimaan Online - Verifikasi | 03 Februari - 20 Maret 2015 | 22 Maret - 5 Mei 2015 |
| Computer Based Test - Interview | 20 Maret 2015 24 Maret 2015 | 7 April 2015 23 April 2015 3 Mei 2015 |
| Pengumuman Kelulusan - Pengambilan Uang GELONGBANG I | 30 Maret 2015 1-10 April 2015 | 12 Mei 2015 13-22 Mei 2015 |

GELONGBANG I Bisa dilihat di www.mmtc.ac.id

Informasi
Setelah Penerimaan
Mahasiswa Baru
Pendaftaran Online www.mmtc.ac.id

THE REAL BROADCASTING AND MULTIMEDIA CAMPUS
Sekolah Tinggi Multi Media "MMTC" Yogyakarta
Jl. Magelang Km. 0 Yogyakarta 55284 Indonesia
Telp. 0274 - 562513
Fax. 0274 - 586561, 623537, 623460
e-mail: info@mmtc.ac.id

126

Buyung upik

BARU
dari buyung upik

buyung upik
Snack Masuk Angin Anak

- TIDAK PEDES
- MAKNI ALAMI
- TIDAK MENGANDUNG KEMENTHOL
- BASA JERUK

JAMU JAGO REKOMENDASI **kuma farms** **Carrefour**
SINERGI JUKA BERKONTRIBUSI
Membantu 1000.000.000.000
www.buyungupik.com kuma@carrefour.co.id

127

Mazda cx-5

SKYACTIV
TECHNOLOGY

UNBEATABLE PERFORMANCE
2.5 LITER ENGINE CAPACITY

New Mazda CX-5 - The stylish SUV with greater power and features.
Mazda CX-5 lebih tangguh dengan mesin 2.5L serta kemampuan manuver, pilihan desain dan fitur yang lebih banyak. Dengan teknologi SKYACTIV, Mazda CX-5 menawarkan performa yang lebih baik dengan konsumsi bahan bakar yang lebih rendah. Dengan fitur seperti ABS, ESP, dan Lane Change Assist, Mazda CX-5 menawarkan keamanan yang lebih tinggi. Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi www.mazda.co.id atau hubungi dealer Mazda terdekat.

SKYACTIV Technology. Performance. Agility. Fuel Efficiency. All in One Car.
AGAK-AGAK ADA TING AT ANJONG DEALER NEAR YOU

Autonomous Mazda Dealer
Mazda Dealer di seluruh Indonesia: www.mazda.co.id

128

Seminar bisnis dan property

Strategi Investasi Rumah Kost dan Kontrakan Tanpa Modal

Seminar Bisnis & Property

Jalur Cepat Meraih Kekayaan Financial dari Bisnis & Property

Bagaimana dalam sekejap Property menggilingi anda. Di sini anda juga akan mengetahui dan belajar:

1. Bagaimana menaikkan Harga Property Hingga 400%
2. Bagaimana Angsuran Rumah 10 - 15 Tahun, bisa lunas dalam hitungan bulan
3. Bagaimana beli rumah tiap tahun
4. Bagaimana bisnis macet tapi Aset malah bertambah
5. Bagaimana membuat Trik Jaminan bisa cair 100% - 200%
6. Bagaimana jaminan harus di Take Over

Bersama ANNE ROSNIAWATI, S.E THE QUEEN OF CASHBACK

Beli property tanpa hutang tidak salah, tapi peluangnya kecil sekali. Energi anda akan sia-sia jika berusaha beli property tanpa hutang. Akan lebih banyak bahkan beli property dengan KPR untungnya berlipat-lipat dibandingkan dengan cash. Setelah ikut seminar ini kami jamin anda tidak akan pernah beli property lagi tanpa hutang. Ibu Anne Rosniawati, SE pemilik 30 rumah kontrakan dan 38 rumah kost dalam waktu 30 bulan tanpa modal, akan berbagi ilmu dan trik Cara memperoleh MODAL dan Properti.

Cara meningkatkan PROFIT berlipat dengan Properti, bisnis Properti tanpa Meninggalkan pekerjaan. Beli Properti Tanpa Uang Tanpa Modal. Meng jadikan Properti sebagai Tambang Mencari Modal. Memiliki Banyak Properti dari Bisnis, Mengatasi Hutang Properti Bermasalah, Bisnis Untung Properti Untung. Cara Baru Mempercepat Angsuran agar cepat Lunas.

JOGIA
Hotel Horizon Ultima Riss
Jl. Gervang Kidal No. 33 - 49
Kamis, 19 Maret 2015
Sesi 1 : Jam 10.00 Wib - Selesai
Sesi 2 : Jam 17.00 Wib - Selesai
Tiket Box: TR. GRAMEDIA Sudirman

SOLO
Hotel Aston Solo
Jl. Briged. Slamet Riyadi No. 273
Jumat, 20 Maret 2015
Jam 16.30 Wib - Selesai
Tiket Box: TE. GRAMEDIA Sultan Sepul

Tiket normal 200 Ribu, Tiket promo 100 Ribu (sisa transfer)

Transfer ke BCA: 3270470802 an. Amin Tri Widhi
Daftar SMS: NAMA LENGKAP#BISPRO#KOTA
Kirim ke 085228935222

INFO: 085 228 935 222

ASTON | Trans Media | GRAMEDIA

129

Honda vario launching (raisa)

EXCLUSIVE VIP

VARIO IS PERFECT LAUNCHING

SPECIAL PERFORMANCE

Raisa

SABTU, 21 MARET 2015

BATIK - FREEDOM BAND - DOG FUSIONISM
FOU ROSE VANILLA - OZORA DANCER

GRATIS

One HEART.

130

Transmart carrefour

Carrefour Carrefour **Transmart** Carrefour

Promo Berlaku 17 - 19 Maret 2015

DISKON HEBOH

Berlaku hanya 16-17 Maret 2015

DISKON 20%

INDOMILK

Rp 66.500

Sedaap Mie Goreng 90g

DISKON 25%

BELI 2 GRATIS 1

131

Seminar a-z sukses

TRIBUN JOGJA & MINDIARTO DJUGORAHARJO
(Konsultan Pengajaran & Penulis Buku)

PRESENT
ARIEF BUDI SANTOSO
(Kepala Perwakilan Bank Indonesia Yogyakarta)
Moderator : AA. Kunto & MC Lucy Laksita

Rabu, 8 April 2015, 12.00 - 16.30 WIB
Crystal Lotus Hotel,
Jl. Magelang Km 5,2 Yogyakarta

Pendaftaran :
• Adinda Ayu 08564373769
• Citra Tunjungari 085743144142
• Sismartanto 082328216447
atau Kantor Tribun Jogja, Jl Jend Sudirman 52, (0274) 227687

HARGA TIKET :
Rp 199.000,-
EARLY BIRD
Rp 159.000,-
Lokasi Pembelian
18 Maret 2015 - 22 Maret 2015

Fasilitas Peserta :
Sertifikat, Coffee Break,
Lunch, Seminar Kit
Buku A-Z Sukses Dongkrak Penjualan

Supported by
CRYSTAL LOTUS

132

Suzuki karimun wangon R

Lebih dari cukup

BELI KARIMUN WAGON R[®] GRATIS SAMSUNG GALAXY NOTE 4

Periode Pembelian Maret 2015
Segera kunjungi dealer Suzuki terdekat di kota Anda & dapatkan hadiahnya!

TEST DRIVE YUUK!

SUZUKI Way of Life

133

Pameran perhiasan berlian

Pameran Perhiasan Berlian

MEMBERS OF F.C. ONE **Miss MONDIAL**




HOTEL MELIA PUROSANI
JUMAT - SENIN, 20 - 23 MARET 2015
Jl. Mayor Suryotomo No. 31, Yogyakarta




Special Price
Rp 3.599.000*

Discount Up to
40%

* Nikmati fasilitas cicilan 0% hingga 12 bulan
* Cuci perhiasan Anda serumah GRATIS di lokasi kami

| | | |
|------------|-------------------------------------|---|
| <p>134</p> | <p>Mitsubishi</p> |  <p>KINI HADIR DALAM WAKTU DEKAT UNTUK ANDA DENGAN</p> <h1>7 LOKASI DEALER BARU</h1> <p>JAKARTA BARAT, DOS PENGLUMBIH JAKARTA TIMUR, KALIMANG / JAKARTA TIMUR, CIBURUH JAWA BARAT, SUKABUMI / TANGERANG, BSD BALI, DENPASAR / RIAU, PEKANBARU</p> <p>UNTUK MELINDINGI TOTAL 241 JARINGAN DEALER MITSUBISHI YANG SELALU SIAP MELAYANI ANDA.</p> <p>Adalah komitmen kami untuk selalu memberikan pelayanan terbaik untuk Anda dengan layanan 5S (Sales, Service, Spare parts) yang kini hadir bersama diikut dengan Anda pelanggan setia Mitsubishi.</p> <p>Service quick part, ONLINE BOOKING, MITSUBISHI FINANCIAL, MITSUBISHI WARRANTY, MITSUBISHI ASSISTANCE, MITSUBISHI ASSISTANCE, MITSUBISHI ASSISTANCE</p> <p>PT. Astra Mitra Tiga Andon Motor www.ami-mitsubishi.com.id</p> |
| <p>135</p> | <p>Atraksi kesenian tradisional</p> |  <p>Atraksi Kesenian Tradisional di TAHURA Taman Hutan Raya</p> <p>Sekilas Tentang TAHURA</p> <p>TAHURA (Taman Hutan Raya) yang merupakan kawasan konservasi keanekaragaman hayati berupa flora dan fauna yang dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian, penangkaran, pendidikan, maupun rekreasi. TAHURA ini terletak di kawasan hutan Bundar, Gunungkidul, diresmikan bulan november tahun 2012 Oleh Gubernur DIY</p> <ul style="list-style-type: none"> • 21 Maret 2015 • 22 Maret 2015 • 5 April 2015 • 19 April 2015 • 26 April 2015 • 3 Mei 2015 • 10 Mei 2015 • 16 Mei 2015 • 17 Mei 2015 <p>Info. Ahmad 081904215573</p> |
| <p>136</p> | <p>UNRIYO</p> |  <p>UNRIYO Universitas Respati Yogyakarta</p> <p>Memberikan BEASISWA kepada Siswa yang berminat melanjutkan ke Perguruan Tinggi</p> <p>PROGRAM BEASISWA - Beasiswa Selama Kuliah - Beasiswa Subsidi Pendidikan</p> <p>Syarat: 1. Fotocopy Rapor Semester 3-5 2. Surat Pengantar dari Sekolah 3. TEMPAT TERBATAS</p> <p>Pendaftaran : s/d. 28 Maret 2015 CP: Farida 0813 2817 1778 • Iwan 081904287172</p> <p>Info & Pendaftaran : Kampus 1 - Jl. Laksda Adisucipto Km. 4,3 Depok, Sleman, Yogyakarta Telp. 0274-488781, 489780, 489453 Fax. 0274-489780 website: www.respati.ac.id email: info@unriyo@gmail.com</p> <p>FAKULTAS ILMU KESEHATAN • S-1 KESEHATAN MASYARAKAT • S-1 ILMU GIZI • S-1 ILMU KEPERAWATAN PROGRAM PROFESI NERS • D-IV BIDAN PENDIDIK • D-III KEBIDANAN</p> <p>FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKONOMI • S-1 HUBUNGAN INTERNASIONAL • S-1 ILMU KOMUNIKASI • S-1 SASTRA INGGRIS • S-1 AKUNTANSI</p> <p>FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI • S-1 TEKNIK ELEKTRO (Peminatan: Elektromedik) • S-1 TEKNIK INFORMATIKA • S-1 SISTEM INFORMASI • D-III MANAJEMEN INFORMATIKA</p> <p>• BEKUM PROGRAM STUDI TERAKREDITASI DAN PT •</p> <p>One Day Service</p> |

| | | |
|------------|---------------------------------|--|
| <p>137</p> | <p>Seminar bisnis aplikatif</p> |  <p>Seminar Bisnis Aplikatif MUDAHNYA IMPORT BARANG MURAH DARI CHINA</p> <p>Bersama: Mr. Arif Nugroho</p> <p>Tiket Rp 150.000,- Rp 250.000,-</p> <p>Informasi: 0811 377 5857 085 790 846 516 53663960</p> <p>SOLO Selasa, 24 Maret 2015 Pukul 18.15 WIB Hotel ASTON</p> <p>YOGYAKARTA Rabu, 25 Maret 2015 Pukul 18.15 WIB Hotel DAMAN FORTUNA MALINDO</p> |
| <p>138</p> | <p>Bj home</p> |  <p>B.J Home SUPERMARKET BANGUNAN</p> <p>EXPO MULAI 20 MARET 2015</p> <p>DISC upto 80% 100 jutaan</p> <p>JI. RAYA JANTI RING ROAD TIMUR NO.96, JOGJA PHONE. 0274 493 22 88</p> |
| <p>139</p> | <p>Bluerun with paramex</p> |  <p>Tribun Jogja Spirit Baru DIY - Jateng</p> <p>THE COLOR FUN RUN SERIES BLUE RUN with Paramex</p> <p>DOORPRIZE 2 TOUR PACKAGE UNIVERSAL STUDIO SINGAPORE & GADGETS</p> <p>TICKET PRICE Rp 30.000 T-SHIRT, COLOR PACKS, DRINKS, INSURANCE</p> <p>TICKET AVAILABLE KANTOR TRIBUN JOGJA Jl. JEND. SUDIRMAN NO 52 YK WEDNESDAY, 25 MARCH 2015</p> <p>TICKET BOX CAFE RADIO</p> <p>SCHEDULE SUNDAY, 12 APRIL 2015 @Mandala Krida 08.00 AM - 11.00 AM</p> <p>For Partner Jogja: 0856 0100 457 4 (ESHA) 0274 - 557687</p> <p>TICKET BOX CAFE RADIO</p> <p>Dixie • Legend Cafe • Jogja Paradise • District Cafe • Lincak Cafe • Secret Garden • Rest Vira Jawa Swargama FM • Geromino FM • Sonora FM & Elnira FM • Jazz FM • Radio Q • J - Radio • UTR FM</p> |

| | | |
|-----|----------------|--|
| 140 | Hari air dunia |  |
| 141 | Suzuki ertiga |  |
| 142 | Jalan santai |  |

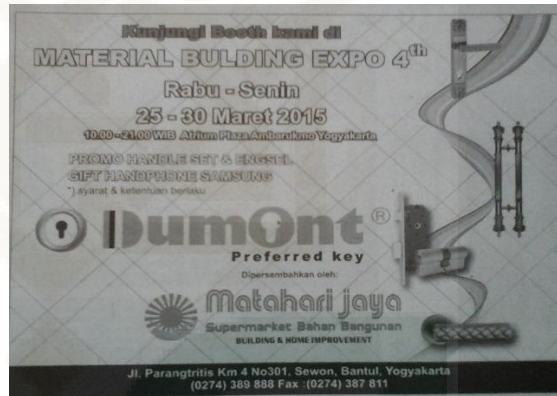
143

Mitsubishi strada triton



144




Material building expo 4th



145

Majestic grand bale



| | | |
|------------|---------------------------------|--|
| <p>146</p> | <p>Diana music</p> |  <p>Diana Musik <i>Terminal Para Musik</i> Jl. Paksiingraton 51 Yogyakarta ☎ (0274) 584304, 585857 Hotline : 081325704343</p> <p>FUN WEEK SALE 27 Maret 2015 2 April 2015</p> <p>Disc Up to 50%</p> <p>Fender, Cort, Schecter, Gillmore, Takamine, Ibanez, Spirit, Roland, CASIO, MACKIE, TAMA Pearl, RCF, Behringer</p> |
| <p>147</p> | <p>Alishba oriental carpets</p> |  <p>Alishba Oriental Carpets DISC UP TO 60%</p> <p>Special Price size 200 x 300cm 1.700.000</p> <p>SOLE DISTRIBUTOR CARPET TURKEY</p> <p>Jl. Laksda Adisucipto No. 96 (Depan Hotel Ambarukmo), Yogyakarta 55281, Telp. : (0274) 486199</p> |
| <p>148</p> | <p>Pameran jam antik</p> |  <p>KUNJUNGILAH PAMERAN JAM ANTIK SINAR DJAKARTA <i>Grandfather Clock Collection</i></p> <p>PAMERAN JAM ANTIK BERKELAS DUNIA HANYA 5 HARI SAJA</p> <p>ATRIUM AMBARUKMO PLAZA JOGJA 26-30 Maret 2015</p> <p>DISCOUNT 20% + 5% Cash Back</p> <p>PAMERAN LANGSUNG DARI JAKARTA (AGEN TUNGGAL INDONESIA) Hanya setahun sekali di Jogja Jangan lewatkan kesempatan yang baik ini Nikmatilah Cicilan Kredit Bunga 0%</p> <p>MAJLIS HARIAN TERBUKA!</p> <p>BARUKAN KOLEKSI TERBARU</p> <p>CICILAN 12 BULAN BUNGA 0%</p> <p>HOTLINE : 0813 1033 8259, 0812 8556 542</p> <p>SHOWROOM & SERVICE CENTER: Jogjakarta: TOKO "TAN", Jl. A. Yani no. 87 Malioboro Telp.0274-562 255 Jakarta: Toko Pura Indonesia Lt.2 Telp. 08174010889 Surabaya: Toko INTERNASIONAL, Jl. Blambangan no.51</p> |

| | | |
|-----|--------------------|---|
| 149 | Yamaha mx king 150 |  <p>YAMAHA RACING POWER SEMALIN DI DEPAN</p> <p>SEMALIN JAUH MELESAT</p> <p>MX KING 150</p> <p>Yamaha Indonesia</p> |
| 150 | Flight 1061 |  <p>FLIGHT1061 DJ MIX COMPETITION 2015</p> <p>MENANGKAN KESEMPATAN TAMPIL DI FLIGHT 1061 ANNUAL DANCE EVENT & DAPATKAN HEADPHONE V-MODA</p> <p>Upload mixtape dengan durasi maks. 30 menit ke mixcloud.com Beri tag dengan format: "Flight 1061 DJ Competition - nama DJ" Cantumkan tag: "Flight 1061 DJ Competition" Gandakan cover (artwork) yang tersedia di www.geronimo.fm Upload mixtape kamu sebelum 19 April 2015 Info lengkap: www.geronimo.fm</p> <p>vmoda 106.1FM GERONIMO SENITSE Tribun Jogja</p> |
| 151 | Donor darah |  <p>DONOR DARAH</p> <p>Tribun Jogja Charity</p> <p>Bersama</p> <p>Hope, Love, Life blood for humanity</p> <p>Sabtu 4 April 2015 Pukul 09.00 - 14.00</p> <p>Grand Puri Water Park Jl. Parangtritis Km 9,5 Gabusan Sewon Bantul, Yogyakarta</p> <p>50 pendonor yang lolos mendapatkan langganan gratis Tribun Jogja selama 1 bulan (khusus domisili Bantul dan dibuktikan dengan identitas) Dan dapatkan 2 tiket GRATIS Grand Puri Water Park bagi para pendonor yang lolos</p> <p>Info & Cpt Hotline 081802750871</p> <p>Tribun Jogja Palang Merah Indonesia</p> |

152

Suzuki carry pick up

PICK-UP No.1
INDONESIA

SUZUKI Way of Life!

BELI SUZUKI CARRY PICK-UP LANGSUNG DAPAT MOTOR AXELO*

PERIODE: MARET 2015

Beli Suzuki Carry Pick-Up tipe apa saja sekarang Anda bisa langsung mendapatkan 1 unit sepeda motor Suzuki Axelo!

CARRY PICK-UP
LEBIH BANYAK LEBIHNYA!

BEST PICK-UP 2011 BEST PICK-UP 2012 SIMBOL KEBANGKITAN BANGSA

0890 1190 800 www.suzuki.co.id PT SUZUKI INDOMOBIL MOTOR PT SUZUKI INDOMOBIL SALES

153

NMW skin care

nmw SKIN CARE

Datang segera dan jadikan kulitmu lebih bersih dan sehat !!!

Hot News

Starter Kit Package
untuk kulit Berminyak dan Jerawat
hanya **Rp. 175.000**

Facial Acne Peel Off (Voucher Disc 30%) + 4 produk Acne

- Acne Foaming Cleanser
- Acne Lotion / LA
- Krim M2A (Series)
- Sunblock Acne

Jam Operasional:
Senin - Jumat : 09.00 - 21.00
Sabtu - Minggu : 09.00 - 17.00

FREE KONSULTASI DOKTER

MEMBER GET DISC 10%

Follow us :

- @skincare_nmw
- NMW SkinCare Jakarta
- @nmwskincare

www.nmwclinic.com
Jl. Paksiempayan No.100 Cikamahi Bogor, 16151

154

HP (1)

HP merekomendasikan Windows.

Tanpa tower, tetap handal.



Desktop PC hanya 5cm
HP Pavilion Mini 300-012d

| | |
|--|---|
| <p>HP Pavilion Mini 300-012d Rp 4.700.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Intel® Core™ i3-4012U Processor 3M Cache, 1.80 GHz Windows 8.1 2GB DDR3L 1333MHz SDRAM Bisa dipasangkan hingga dua monitor | <p>HP Pavilion 500-331x Rp 8.100.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Intel® Core™ i5-4160 Processor 6M Cache, up to 3.40 GHz Ubuntu Linux OS 4GB DDR3L 1333MHz SDRAM NVIDIA GeForce GT 720 1GB 20" HD IPS |
| <p>HP Pavilion Slimline 400-113d Rp 12.500.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Intel® Core™ i5-4210U Processor 3M Cache, up to 4.00 GHz Windows 8.1 4GB DDR3L 1333MHz SDRAM NVIDIA GeForce GT 710 2GB 20" HD IPS | <p>HP 120-020L Rp 5.650.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Intel® Core™ i3-4160 Processor 3M Cache, 3.40 GHz FreeDOS 2GB DDR3L 1333MHz SDRAM 15.6" monitor dan dua layar diintegrasikan ke 15.4" 2GB memory, 20" 1366x768 dengan Intel® Core™ i3-3240 Processor 3M Cache, 2.80 GHz |
| <p>HP Pavilion 500-132x Rp 6.800.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Intel® Core™ i3-4160 Processor 3M Cache, 3.50 GHz Ubuntu Linux OS 2GB DDR3L 1333MHz SDRAM NVIDIA GeForce GT 700 1GB 19.4" IPS | <p>HP 110-400L Rp 4.450.000</p> <ul style="list-style-type: none"> Intel® Pentium® Processor J2800 dual core 2M Cache, up to 2.67 GHz FreeDOS 2GB DDR3L 1333MHz SDRAM 15.6" monitor dan bisa juga diintegrasikan ke 15.4" |

Lebih produktif dengan Keyboard Combo dan Mouse (93C33AA) atau Adapter HDMI untuk VGA (H4F03AA)

Tersedia juga HP Wireless Speaker, Tablet HP, Hubungi kami di Contact Center **00180342046** 24 jam nonstop. Atau via Twitter @Data_Engineer, Service @LayananDokter, 300 kata, nomor daftar pulau 0800-111-2-111

Solo

Tersedia juga HP Wireless Speaker, Tablet HP, Hubungi kami di Contact Center **00180342046** 24 jam nonstop. Atau via Twitter @Data_Engineer, Service @LayananDokter, 300 kata, nomor daftar pulau 0800-111-2-111

HP Indonesia di **Hardworking** HP adalah yang terbaik di seluruh Indonesia, juga tersedia di seluruh dunia. Kami bangga dengan kualitas produk kami. Untuk informasi lebih lanjut, hubungi **0800-111-2-111** (bebas pulsa). Contact Center **00180342046**, 24 jam nonstop. Atau via Twitter @Data_Engineer, Service @LayananDokter, 300 kata, nomor daftar pulau 0800-111-2-111

www.hp.com/id | www.facebook.com/hpindonesia | @hpindonesia



155

HP (2)

Kenapa harus pilih printer laser No.1 di Indonesia?



Printer No.1 paling lama di dunia dan Indonesia selama 13 tahun berturut-turut

Handal dan dipercaya lebih dari 30 tahun

Layanan Onsite di 300 kota

HP Color LaserJet Pro MFP M177fw
Cetak | Scan | Fotokopi | Fax

Tersedia juga printer **HP LaserJet Pro P1102w** untuk hasil cetak yang lebih profesional.

- Bebas mencetak secara wireless dengan tablet dan smartphone.
- Mencetak menjadi lebih cepat dengan teknologi HP Instant-on.
- Kecepatan cetak hingga 19 halaman/menit.

Yogyakarta (0274): ELS Computer 566569, Prima Computer 515230, Channel Computer 550101, Rizka Computer 624640 | **Solo (0271)**: Hartono Bergawan, Jaya 727852

Untuk info lebih lanjut, hubungi **0800-111-2-111** (bebas pulsa).

HP adalah merek, merek dagang dan/atau merek terdaftar. Model No. 1 selama 13 tahun berturut-turut berdasarkan IDC Worldwide Printer Total Shipments yang menunjukkan Tahun 2009-2013 di antara lain Indonesia. Kecepatan cetak berdasarkan HP Instant-on. Waktu tunggu awal untuk mencetak. © 2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P.

156

HP (3)

HP merekomendasikan Windows.

Make some noise.



3 tahun berturut-turut

HP ENVY 23-n105d
persediaan dalam warna brilliant red.

Special Edition All-in-One

HP ENVY 23-n105d Beats AIO
Rp 13.999.000

- Intel® Core™ i5-4460T Processor (6M Cache, up to 2.70 GHz)
- Windows 8.1
- 4GB DDR3, 1TB SATA HDD, 8GB SDRAM
- 23" Full HD Multi-touch IPS with 4 speakers and 4 sub-woofer Beats Special Edition

HP 20-2212d
Rp 8.650.000

- Intel® Core™ i5-4460T Processor (6M Cache, up to 2.70 GHz)
- Windows 8.1
- 4GB DDR3, 1TB SATA HDD
- 19.45" Full HD with built-in microphones and webcam

HP 20-2215d
Rp 5.400.000

- Intel® Pentium® Processor J2900 (3M Cache, up to 2.67 GHz)
- Windows 8.1
- 2GB DDR3, 500GB SATA HDD
- 19.45" Full HD with built-in microphones and webcam
- Juga tersedia Pavilion 20-2210d with Intel® Core™ i3-3240 Processor (3M Cache, 3.40 GHz)

HP 22-2001d
Rp 11.000.000

- Intel® Core™ i5-4460T Processor (6M Cache, up to 2.70 GHz)
- Windows 8.1
- 4GB DDR3, 1TB SATA HDD, 8GB SDRAM
- 21.5" Full HD Multi-touch IPS

HP 20-2211d
Rp 7.600.000

- Intel® Core™ i3-4130T Processor (3M Cache, 3.10 GHz)
- Windows 8.1
- 2GB DDR3, 500GB SATA HDD
- 19.45" Full HD with built-in microphones and webcam

HP 18-2116
Rp 4.650.000

- AMD Dual Core E1-6010 1.95G
- Windows 8.1
- 2GB DDR3, 500GB SATA HDD
- 19.5" Full HD with built-in microphones and webcam
- Juga tersedia HP 18-2114 with E1-2500 Dual Core processor

Lebih keren dengan headset HP HZ800. Tersedia dalam 3 warna pilihan.

Baru Tersedia juga HP ProLogie Service: Sifat: HP Hubungi Layanan Contact Center: 02180246264 atau HP Print & Return & Data Recovery Service • Layanan Onsite di 300 kota nomor hotline: 0800-111-2-111.

Belilah sekarang di hopping.id gratis pengiriman ke seluruh Indonesia. Juga tersedia di toko partner kami berikut ini:
Jakarta (0274) L.L. Computer 56550819/17222, Campa Computer Center 563936, Azca Computer 624952.
Solo (0271) Sudojaya 7418551, Karna Computer 503111.

www.hp.com/id [HP Indonesia](#) [@hoanyPuntaku](#)

Untuk informasi lebih lanjut dan penawaran spesial hubungi kami di nomor layanan pelanggan HP Indonesia: 021-80246264 atau kunjungi www.hp.com/id. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.hp.com/id. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.hp.com/id. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.hp.com/id.

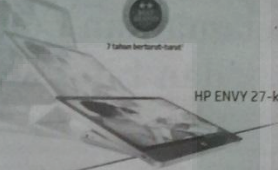
Work easy. Play hard. 

157

HP (4)

HP merekomendasikan Windows.

Pengalaman touch yang paling seru.



3 tahun berturut-turut

HP ENVY 27-k400d

HP ENVY 23-n105d
Rp 13.999.000

- Intel® Core™ i5-4460T Processor (6M Cache, up to 2.70 GHz)
- Windows 8.1
- 4GB DDR3, 1TB SATA HDD, 8GB SDRAM
- 23" Full HD Multi-touch IPS with 4 speakers and 4 sub-woofers Beats Special Edition

HP 20-2001d
Rp 11.000.000

- Intel® Core™ i5-4460T Processor (6M Cache, up to 2.70 GHz)
- Windows 8.1
- 4GB DDR3, 1TB SATA HDD
- 21.5" Full HD Multi-touch

HP 20-2215d
Rp 5.400.000

- Intel® Pentium® Processor J2900 (3M Cache, up to 2.67 GHz)
- Windows 8.1
- 2GB DDR3, 500GB SATA HDD
- 19.45" HD and webcam with built in microphones

HP Pavilion 23-p206d
Rp 13.100.000

- Intel® Core™ i5-4460T Processor (6M Cache, up to 2.70 GHz)
- Windows 8.1
- 4GB DDR3, 1TB SATA HDD
- NVIDIA GeForce B104 2GB
- 23" Full HD with IPS Panel

HP 20-2210d
Rp 6.700.000

- Intel® Core™ i3-4130T Processor (3M Cache, 3.10 GHz)
- Ubuntu Linux OS
- 2GB DDR3, 500GB SATA HDD
- 19.45" HD and webcam with built in microphones
- Juga tersedia HP Pavilion 20-2217d
- Intel® Core™ i3-3240 Processor (3M Cache, 3.40 GHz)
- Ubuntu Linux OS


Lebih keren dengan Headset HP HZ800 atau Speaker S6000 hadir dengan berbagai warna pilihan.

Baru Tersedia juga HP ProLogie Service: Sifat: HP Hubungi Layanan Contact Center: 02180246264 atau HP Print & Return & Data Recovery Service • Layanan Onsite di 300 kota nomor hotline: 0800-111-2-111.

Belilah sekarang di hopping.id gratis pengiriman ke seluruh Indonesia. Juga tersedia di toko partner kami berikut ini:
Jakarta (0274) L.L. Computer 56550819/17222, Campa Computer Center 563936, Azca Computer 624952.
Solo (0271) Sudojaya 7418551, Karna Computer 503111.

www.hp.com/id [HP Indonesia](#) [@hoanyPuntaku](#) [HP Indonesia](#)

Untuk informasi lebih lanjut dan penawaran spesial hubungi kami di nomor layanan pelanggan HP Indonesia: 021-80246264 atau kunjungi www.hp.com/id. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.hp.com/id. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.hp.com/id. Untuk informasi lebih lanjut kunjungi www.hp.com/id.



158

HP (5)

hp

**Fitur hebat,
warna ceria,
hadiah berlimpah.**

Beli notebook HP dari 10 Maret-19 April 2015,
gratis* hadiah menarik senilai Rp 1 juta!
*Membeli laptop + Speaker wireless + Powerbank

HP merekomendasikan Windows.

HP Pavilion 14-v043TX
HP Pavilion 14-v043TX
HP Pavilion 14-v043TX

Makin keren dengan:

- HP H2800 Headset
- HP Z1600 Mouse

HP Pavilion 14-v043TX Rp 5.335.000

- prosesor Intel® Core™ i5-3210 Processor (3M Cache, up to 3.10GHz)
- memori 4 GB
- hard drive 1 TB SATA6
- media penyimpanan DVD RW/DL
- 14.0 inch diagonal HD

HP Pavilion 14-v039TX Rp 5.325.000

- prosesor Intel® Core™ i5-3210 Processor (3M Cache, up to 3.10GHz)
- memori 4 GB
- hard drive 1 TB SATA6
- media penyimpanan DVD RW/DL
- 14.0 inch diagonal HD Touchscreen

HP 14-c011TU-204TU Rp 3.999.000

- prosesor Intel® Core™ i3-3110 Processor (3M Cache, up to 3.10GHz)
- memori 4 GB
- hard drive 500 GB SATA6
- 14.0 inch diagonal HD brightness 150 nits

HP Pavilion 14-v043TX

Tertarik juga HP Privilege Service? Sebati HP melalui layanan Contact Center 168-888-8888
Sampai di: PCK Up Station & Caka Recovery Service • Layanan Onsite di 300 kota, nomor
toll-free 0800-111-2-111

Beli sekarang di hpshopping.id gratis pengiriman ke seluruh Indonesia*.

www.hp.com/id | HP Indonesia | @hpindonesia | @hpindonesia

Untuk lokasi HP reseller di kota Anda, kunjungi hpshopping.id/hotspots

* Bonus dan syarat lain berlaku. Kadang persediaan terbatas. Untuk informasi lebih lanjut, hubungi layanan pelanggan HP di nomor 168-888-8888. © 2015 Hewlett-Packard Development Company, L.P. HP adalah merek dagang dari HP Inc. atau anak perusahaannya. Intel, Intel Core, Intel Core i3, Intel Core i5, Intel Core i7, Intel Core i9, Intel Xeon, Intel Xeon Phi, and Xeon Phi are trademarks or registered trademarks of Intel Corporation or its subsidiaries in the United States and other countries. Microsoft, Windows, Windows 8, and Windows RT are either registered trademarks or trademarks of Microsoft Corporation in the United States and/or other countries. HP, the HP logo, and the HP logo are trademarks of Hewlett-Packard Development Company, L.P. in the United States and other countries. HP, the HP logo, and the HP logo are trademarks of Hewlett-Packard Development Company, L.P. in the United States and other countries. HP, the HP logo, and the HP logo are trademarks of Hewlett-Packard Development Company, L.P. in the United States and other countries.

159

Honda astra motor

ASTRA MOTOR

TERBUKTI MAU HARGA BBM NAIK, HONDA TETAP PALING IRIT!

HONDA... IRITNYA BUKAN JANJI

1L = 61,8 KM

1L = 62,2 KM

1L = 63 KM

1L = 62,9 KM

One HEART.

