

Ilmu Komunikasi UMY Kaji Literasi Iklan dengan Riset dan Publikasi

Rabu, 22-05-2019

IMUHAMMADIYAH.ID, YOGYAKARTA -- Keberadaan iklan di era disrupsi seringkali hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi yang sayangnya mengabaikan etika. Hal ini tentu sangat disayangkan, karena sudah ada Etika Pariwara Indonesia (EPI) yang menjadi pedoman dalam aktivitas periklanan. Berangkat dari hal ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) angkatan 2017 konsentrasi Advertising melakukan riset dan publikasi tentang periklanan. Hasil riset diterbitkan dalam empat buku yang diluncurkan pada Kamis (16/5) di Langgeng Art Foundation, Yogyakarta.

"Keempat buku yang diluncurkan merupakan hasil riset mahasiswa dalam dua mata kuliah Kajian Kritis Iklan dan Etika Periklanan yang disusun selama satu semester," jelas Filosa Gita Sukmono, Dosen Ilmu Komunikasi UMY, pengampu mata kuliah Kajian Kritis Iklan.

Ia menjelaskan, keempat buku tersebut ialah Lika-liku Luka Iklan : Menyembuhkan Luka Iklan dari Pelanggaran Etika, Front Pembela Iklan : Membela Iklan dari Pelanggaran Etika, Cermin Pariwara Indonesia dan Kritik Iklan.

"Buku-buku ini ditulis oleh mahasiswa dengan melalui pemantauan dan kajian terhadap iklan dengan menggunakan beragam perspektif teori dan etika," tambahnya.

Fajar Junaedi, pengampu mata kuliah Etika Periklanan UMY mengatakan, dua buku tentang etika periklanan berisi tentang kajian mahasiswa yang didasarkan pada pemantauan dan analisis pelanggaran etika periklanan pada iklan cetak, iklan radio dan televisi, iklan luar ruang dan iklan digital.

"Ada banyak temuan menarik yang sebelumnya mungkin publik tidak menyadarinya, seperti adanya penyebaran takhayul gaya baru dalam advetorial pengobatan tradisional di televisi dan iklan judi daring di internet," ujarnya.

Menurut Fajar, beragam pelanggaran etika periklanan seperti maraknya iklan judi online harus diwaspadai dan dikritisi, salah satunya melalui penerbitan buku ini. Juga penting untuk menghasilkan publikasi buku tentang periklanan agar kampus bisa berkontribusi pada pengembangan keilmuan dan praktek periklanan. (nisa)