

swarakampus

Mahasiswa Advertising UMY Kritisi Iklan

Kondisi periklanan yang semakin lama semakin maju dengan berbagai bentuk kemasan yang kreatif unik serta menarik, memang sangat menguntungkan berbagai pihak. Tapi, bagaimana akibatnya jika ada iklan yang tidak memenuhi standar, tetap saja terpampang di layar kaca atau di sekitar pinggir jalan, dan tidak sesuai kaidah etika pariwisata.

Misalnya, seperti memberikan iming-iming besar dan berlomba-lomba menggaet konsumen dengan cara yang tidak sesuai kaidah etika pariwisata Indonesia. Tentu hal itu memprihatinkan.

Berawal dari persoalan itu, sekaligus sebagai tugas kuliah, mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Advertising UMY angkatan 2013, dibantu dosen pengampu, sepakat membuat



Suasana diskusi dan *launching* Buku "PELET" bersama Mahasiswa Advertising UMY.

sebuah buku tentang pelanggaran-pelanggaran iklan di Indonesia, baik yang berada di luar ruang ataupun tidak, yang tidak sesuai kaidah Etika Pariwisata Indonesia (EPI).

Alif Fakhrurozy, ketua panitia, mengatakan, "PELET" sendiri diambil dari singkatan Periklanan Langgar Etika, lalu muncullah sebuah gagasan untuk mengangkat tema acara *launching* buku dan diskusi dengan judul "PELET" disandingkan dengan dunia mistis "PELET". "Sebenarnya memang, Pelet itu hal-hal yang berbau mistik sehingga kami sandingkan tema acara ini dengan buku kami, dan itu menarik," tambahnya.

Acara diskusi serta *launching* buku pekan lalu ini mengundang tamu praktisi iklan Indra Triwahyudi dan akademisi iklan sekaligus dosen Ilmu Komunikasi UMY, Erwan Sudiwijaya. Acara dibuka oleh dosen Ilmu komunikasi, Zuhdan Aziz.

Iklan Erwan Sudiwijaya menjelaskan, Etika Pariwisata Indonesia sebagai lembaga tertinggi untuk urusan mengenai iklan tidak sama seperti KPI atau Komisi Penyiaran Indonesia yang dapat memberikan sanksi bagi siaran-siaran yang tidak sesuai pandangan mereka.

Etika Pariwisata Indonesia itu tidak sekuat hukum, tidak seperti lembaga KPI untuk penyiaran televisi maupun radio. Sedangkan praktisi iklan Indra Triwahyudi mengungkapkan, banyak sekali iklan tabu namun tidak ditampilkan secara vulgar, sehingga tidak bisa menjadi bahan evaluasi bagi kita untuk ke depan membuat iklan yang bermutu," pungkasnya.

Indra berpesan, mahasiswa yang ingin terjun di dunia iklan untuk bisa menjadi seorang *negosiabile*. "Saya berharap bila terjun ke dunia periklanan, jadilah seorang *negosiabile*. *Negosiabile* itu perlu, mengingat konsumen saat ini sangat kreatif," imbuhnya.