

**ABSTRAK**

- (A) RIA OCTAVANI (915150038)  
(B) TINJAUAN ETIKA PERIKLANAN DALAM KONTEN KREATIF  
(ANALISIS SEMIOTIK IKLAN SHOPEE VERSI *BLACKPINK*)  
(C) 61 Halaman, 2019, 1 Tabel, 13 Gambar  
(D) *ADVERTISING*

**Abstrak:** : Seiring perkembangan zaman dan juga teknologi yang semakin canggih, iklan sudah dapat kita lihat di berbagai macam media. Ada media televisi, *billboard*, media sosial, dan lain sebagainya. Banyak perusahaan dari berbagai bidang yang memasang iklan sekreatif mungkin untuk menarik perhatian khalayak agar khalayak membeli atau menggunakan produk yang diiklankan. Shopee salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang *e-commerce* juga mengiklankan brand Shopee itu sendiri. Shopee pun juga memiliki ide kreatifnya tersendiri untuk membuat khalayak semakin sering berbelanja *online* melalui Shopee. Sehingga pada bulan November 2018, Shopee memilih Blackpink sebagai pemeran pada iklan Shopee. Namun pada akhirnya iklan tersebut harus diturunkan karena dianggap telah melanggar kode etik penyiaran di Indonesia. Tapi terlepas dari kode etik penyiaran, adapula tentang etika periklanan yang harus dipatuhi bagi setiap pengiklan. Dalam penelitian ini, peneliti membahas penerapan prinsip etika periklanan pada iklan Shopee versi Blackpink ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendalami etika periklanan terhadap iklan Shopee versi Blackpink. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dengan menggunakan analisis isi dan untuk validitas data yang diamati, peneliti mencari beberapa referensi yang mendukung penelitian ini. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ada beberapa hal yang dilanggar dalam iklan Shopee versi Blackpink ini, yaitu dari segi budaya dan syarat dan ketentuan. Tetapi ada juga beberapa hal yang diperbolehkan dalam iklan tersebut.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, Shopee, Etika Periklanan

- (E) Daftar Pustaka : (2006-2017) 16 Buku, 4 Website

(F) Sinta Paramita, SIP., MA