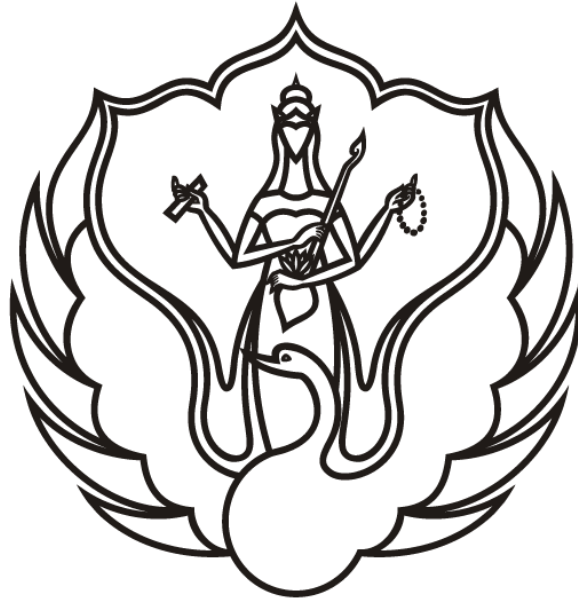


**KAJIAN TATA VISUAL BILLBOARD
PENERIMAAN MAHASISWA BARU KAMPUS SWASTA
DI YOGYAKARTA PERIODE TAHUN 2020-2021**



**TESIS
PENGKAJIAN SENI**

untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat magister
dalam bidang seni, minat utama Desain Komunikasi Visual

Meutia Braniwati

1921253412

**PROGRAM PENCIPTAAN DAN PENGKAJIAN SENI
PASCASARJANA INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022**

PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS
PENGAJIAN SENI

**KAJIAN TATA VISUAL BILLBOARD
PENERIMAAN MAHASISWA BARU KAMPUS SWASTA
DI YOGYAKARTA PERIODE TAHUN 2020-2021**

Oleh:

**Meutia Braniwati
1921253412**

Telah diuji pada tanggal 29 Juni 2022
Di Depan Dewan Penguji yang Terdiri dari

Pembimbing Utama,



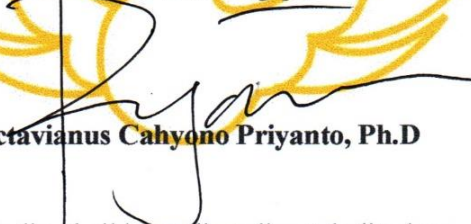
Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn

Penguji Ahli,



Dr. Suwarno Wisetrotomo, M.Hum

Ketua Tim Penguji,




Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, ... 22 JUL 2022

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta




**Dr. Fortunata Tyasrinesu, M.Si
NIP. 197210232002122001**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa tesis yang saya tulis ini belum pernah digunakan untuk memperoleh gelar akademik dari perguruan tinggi manapun. Keseluruhan isi dalam tesis ini merupakan hasil penelitian yang belum pernah dipublikasikan kecuali secara tertulis diacu dan disebutkan dalam kepustakaan.

Saya bertanggungjawab atas keaslian tesis ini serta bersedia menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Meutia Braniwati
1921253412



**KAJIAN TATA VISUAL BILLBOARD
PENERIMAAN MAHASISWA BARU KAMPUS SWASTA
DI YOGYAKARTA PERIODE TAHUN 2020-2021**

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Magister Seni Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2022

Oleh : Meutia Braniwati

ABSTRAK

Kemajuan teknologi menggerakkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi secara *online* karena mudah dan cepat. Akan tetapi di era serba digital masih dijumpai media promosi yang sifatnya konvensional yaitu *billboard*. Selain penting, keberadaannya juga masih dibutuhkan sebagai bukti fisik dan sifatnya lebih meyakinkan serta menunjang keindahan kota. Namun terdapat beberapa permasalahan di antaranya dalam penataan maupun penyajian tata visual belum memperhatikan keindahan tata lingkungan. Keberadaan *billboard* tanpa standar penataan yang baik dapat mempengaruhi kualitas visual dan kenyamanan bagi yang melihat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta periode tahun 2020-2021 serta bagaimana keberadaan/ pemasangan *billboard* penerimaan mahasiswa baru terkait tata lingkungan di Yogyakarta. Beberapa teori yang digunakan pada penelitian ini disesuaikan dengan kebutuhan pada masing-masing pertanyaan penelitian. Teori desain digunakan untuk memahami perihal tata visual terkait media serta teori komunikasi wacana digunakan untuk memahami konteks pesan visual dan penyajian. Di sisi lain peraturan perundang-undang pemerintah kota Yogyakarta juga diperlukan untuk mengetahui kewenangan pemerintah kota Yogyakarta dalam mengatur regulasi penetapan lokasi dan pemasangan terkait estetika lingkungan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan *billboard* area eksternal tidak jauh dari peraturan perundang-undang dan sudah beroperasi dengan baik terkait perijinan, pajak, dan penempatan. Namun penyelenggara reklame perlu memperhatikan kawasan internal dalam hal penyajian penempatan desain agar keberadaan *billboard* dapat terorganisir dengan baik dan menciptakan kawasan yang indah dari sisi tatanan kota serta memberikan kenyamanan bagi masyarakat.

Kata kunci : *billboard*, tata visual, penyajian, tata lingkungan

*Visual Management Study of Billboard
Admission of New Students
Private Campus in Yogyakarta Period 2020-2021*

*Written Liability
Master of Arts Program Postgraduate Program
Indonesian Institute of the Arts Yogyakarta, 2022*

By : Meutia Braniwati

ABSTRACT

Technological advances are moving people to access various information online because it is easy and fast. However, in the all-digital era, there are still promotional media that are conventional in nature, namely billboards. Besides being important, its existence is also still needed as physical evidence and its nature is more convincing and supports the beauty of the city. However, there are several problems, including in the arrangement and presentation of the visual system, which has not paid attention to the beauty of the environmental system. The existence of billboards without good structuring standards can affect the visual quality and comfort for those who see.

This study aims to find out the visual layout of admission of new students billboards for private campuses in Yogyakarta for the 2020-2021 period and how the existence / installation of admission of new students billboards related to environmental systems in Yogyakarta. Some of the theories used in this study are adjusted to the needs of each research question. Design theory is used to understand the visual system related to media and discourse communication theory is used to understand the context of visual messages and presentations. On the other hand, the laws and regulations of the Yogyakarta city government are also needed to know the authority of the Yogyakarta city government in regulating the regulation of location determination and installation related to environmental aesthetics.

The results of this study show that the existence of external area billboards is not far from laws and regulations and has been operating well related to licensing, taxes, and placement. However, billboard organizers need to pay attention to the internal area in terms of presenting design construction so that the existence of billboards can be well organized and create a beautiful area in terms of city order and provide comfort for the community.

Keywords: billboard, visual layout, presentation, environmental management

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir berjudul Kajian Tata Visual Billboard Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus Swasta Di Yogyakarta Periode Tahun 2020-2021. Penelitian ini ditujukan sebagai syarat kelulusan Program Magister Seni Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Meski tata visual *billboard* sudah dikenal dan digunakan di bidang desain komunikasi visual namun pengetahuan tentang hal tersebut masih belum mendalam. Hal tersebut yang membuat peneliti berkeinginan untuk mendalami pengetahuan mengenai tata visual *billboard* PMB kampus swasta di Yogyakarta dari sisi desain komunikasi visual. Seluruh proses termasuk hambatan yang dialami peneliti sejak merancang, menjalankan, hingga melaporkan penelitian ini dijadikan sebagai pelajaran hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Harapannya semoga penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian bertema serupa dengan yang peneliti lakukan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, dan berkontribusi positif selama proses penyelesaian penelitian ini.

1. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si, selaku direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn, selaku dosen pembimbing yang telah berjasa dan sejak awal sabar dalam memberikan motivasi, pengetahuan, saran maupun kritikan. Terima kasih atas kerendahan dan ketulusan hati selalu bersedia membimbing dan berbagi waktu, tenaga, serta ilmu yang sangat bermanfaat
3. Dr. Suwarno Wisetotromo, M.Hum, selaku penguji ahli yang telah memberikan sudut pandang yang belum peneliti pahami terutama hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

4. Octavianus Cahyono Priyanto, Ph.D, selaku ketua tim penilai yang telah memberikan saran dan bantuannya dalam pelaksanaan ujian akhir sehingga berjalan lancar.
5. Seluruh jajaran dosen Pascasarjana ISI Yogyakarta yang telah berbagi banyak pengetahuan semoga kedepannya peneliti dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut dengan baik.
6. Seluruh pengelola dan staf Program Pascasarjana ISI Yogyakarta yang telah bekerja keras menyediakan layanan dan fasilitas bagi seluruh mahasiswa dikala situasi pandemi Covid-19 sampai *new normal*.
7. Narasumber dalam penelitian ini yang dengan senang hati meluangkan waktu dan memberikan bantuan yang dibutuhkan oleh peneliti.
8. Bapak Subroto & Ibu Sumarni selaku Orang Tua yang sudah mendoakan, mendidik dan mendukung saya sampai bisa ditahap saat ini.
9. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des & Bapak Fx. Widyatmoko, M.Sn, terimakasih sudah berbaik hati memberikan saran dan meminjamkan buku yang sangat bermanfaat.
10. Orang yang berarti dikehidupan saya, Wahyudi Mulyono, Dyah Nurhayati, Aditya Lutfi, Harris Situmeang, Mbak Kiki, Mas Lian, Aira & Aina. Terimakasih sudah sabar menemani peneliti sampai di tahap seperti sekarang dan sabar memberikan motivasi serta dukungan.
11. Seluruh rekan seangkatan 2019 maupun kakak kelas yang dikenal di Pascasarjana ISI Yogyakarta terimakasih atas waktunya, canda tawa, dukungan maupun motivasi serta keluh kesahnya.

Akhir kata semoga penelitian ini memberikan manfaat sehingga dapat mengembangkan pengetahuan yang didapat dan digunakan untuk saling berbagi serta berkontribusi demi kemajuan kedepannya.

Yogyakarta, 22 Juli 2022

Meutia Braniwati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	11
B. Landasan Teori	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	32
B. Populasi & Sampel	33
C. Metode Pengumpulan Data	35
D. Metode Penyajian Data	39
E. Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Billboard Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus Swasta Di Yogyakarta Tahun 2020-2021	43
B. Pembahasan	
B.1. Tata Visual Billboard Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus Swasta di Yogyakarta 2020-2021	52

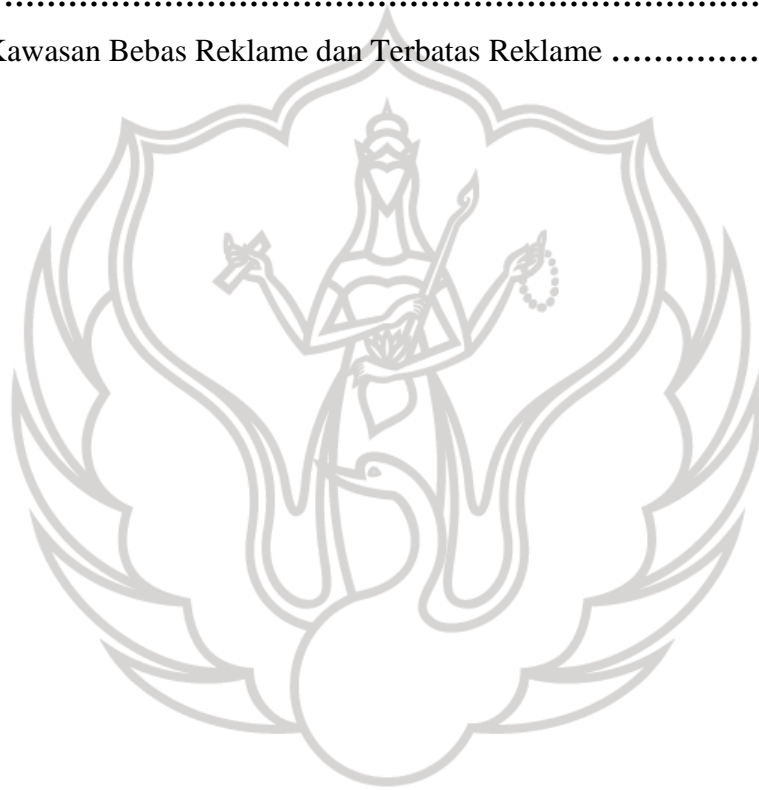
B.1.1. Tata Visual Terkait Media, Pesan & Penyajian	54
B.2. Regulasi Penetapan Lokasi Billboard Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus Swasta di Yogyakarta	75
B.2.1. Regulasi Area Eksternal	77
B.2.2. Regulasi Area Internal	77
B.3. Kewenangan Pemerintah Kota Yogyakarta Terkait Pemasangan Billboard Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus Swasta	78
B.4. Relasi Keberadaan Billboard Penerimaan Mahasiswa Baru Ketiga Kampus Swasta Di Yogyakarta Terkait Tata Lingkungan	82
B.5 Dampak Keberadaan <i>Billboard</i> Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus Swasta Di Yogyakarta Terkait Tata Lingkungan	85
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN TRANSKRIPSI	97
LAMPIRAN DOKUMENTASI	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Billboard</i> Kampus Swasta Amikom Yogyakarta	5
Gambar 2. <i>Billboard</i> Kampus Swasta Universitas Janabadra Yogyakarta	5
Gambar 3. <i>Taxonomy Space</i>	16
Gambar 4. <i>Billboard</i> Kampus Swasta Akprind Yogyakarta	18
Gambar 5. <i>Billboard</i> Kampus Swasta Universitas Jendral Achmad Yani Yogyakarta	18
Gambar 6. <i>Billboard</i> Kampus Swasta Universitas Sanata Dharma Yogyakarta	19
Gambar 7. <i>Billboard</i> Kampus Swasta STIE YKP	19
Gambar 8. <i>Billboard</i> Kampus Swasta Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta	20
Gambar 9. Grafik <i>Billboard</i> Penerimaan Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2020-2021	39
Gambar 10. Tahapan Analisis Data	41
Gambar 11. <i>Billboard</i> Kampus Swasta UKDW Tahun 2020	56
Gambar 12. <i>Billboard</i> Kampus Swasta STIE Widya Wiwaha Tahun 2021.....	62
Gambar 13. <i>Abstract Representational</i>	65
Gambar 14. Transformasi Bentuk Tanda Panah	66
Gambar 15. <i>Billboard</i> Kampus Swasta UNJANI Tahun 2021	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel informasi isi pesan pada <i>billboard</i> kampus UKDW Yogyakarta tahun 2020	54
Tabel 4.2 Tabel informasi isi pesan pada <i>billboard</i> kampus STIE Widya Wiwaha Yogyakarta	62
tahun 2021	
Tabel 4.3 Tabel informasi isi pesan pada <i>billboard</i> kampus UNJANI Yogyakarta tahun 2021	69
Tabel 4.4 Kawasan Bebas Reklame dan Terbatas Reklame	81



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan jaman kebutuhan akan media semakin beragam dan berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan tersebut terletak pada perkembangan teknologi media komunikasi. Salah satu media komunikasi yang telah banyak dijumpai adalah iklan. Iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang penempatannya ada pada media konvensional maupun digital/ *online*. Media komunikasi iklan merupakan hal yang penting khususnya berpotensi dalam melaksanakan promosi. Dalam penerapannya, media promosi iklan dapat dilakukan di mana saja termasuk di media luar ruang. Salah satu pemanfaatan promosi media luar ruang adalah *billboard*. Media promosi di ruang publik memiliki beraneka ragam jenis salah satunya terdapat *billboard* yang melibatkan lembaga pendidikan di mana pendidikan merupakan prioritas penting dan menjadi investasi untuk masa depan. Pendidikan yang berkualitas akan menentukan karir seseorang di dunia kerja sehingga hal ini yang menyebabkan banyak perguruan tinggi mengatur strategi promosi untuk menarik minat mahasiswa.

Kota Yogyakarta sebagai kota pendidikan dipandang sebagai tempat strategis dalam melakukan kegiatan periklanan dilihat dari faktor psikografis, geografis maupun demografis. Hal tersebut menyebabkan banyak iklan di tempatkan di wilayah Kota Yogyakarta khususnya pada media luar ruang. Diera saat ini banyak strategi pemasaran iklan dalam wujud digital namun beberapa media konvensional masih tetap dipergunakan dan memberikan informasi salah satunya

papan iklan atau yang disebut papan reklame. Papan reklame dapat dijumpai di setiap lokasi seperti area jalan raya, gedung perkantoran, dan lain sebagainya. Papan reklame merupakan media luar ruang yang berperan sebagai alat komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat melalui visualisasi yang ditampilkan. Beberapa kawasan di Kota Yogyakarta didapati papan reklame yang menunjukkan kepemilikan, barang, jasa, dan lain sebagainya (Lynch, 1987: 139). Kategori iklan luar ruang beraneka ragam dan setiap kategori iklan luar ruang memiliki karakter yang berbeda begitu juga dengan dampak yang dihasilkan seperti tingkat bahaya dari tata visual maupun dari segi lingkungan. Media luar ruang memiliki berbagai macam jenis salah satunya yang sering digunakan adalah *billboard*. *Billboard* merupakan media luar ruang yang sampai saat ini secara fisik masih mendominasi kawasan Yogyakarta.

Billboard merupakan media luar ruang yang berukuran besar dan berisi informasi yang cukup memadai. Media *billboard* bertujuan untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Pemasangan *billboard* dilakukan di ruang terbuka dan strategis. Hal tersebut bertujuan agar dapat dijangkau oleh semua orang. Media *billboard* merupakan salah satu bentuk komunikasi yang berisi pesan dan tidak terbatas pada kata-kata namun mencakup bentuk, warna dan tipografi. Media *billboard* hampir dibutuhkan dikarenakan dengan cara memasang iklan di papan *billboard* maka penyampaian informasi cukup efektif. Di sisi lain, *billboard* harus mempunyai fungsi jelas dan efisien. Perkembangan teknologi digital sangat mempengaruhi dan melahirkan hal baru di antaranya penggunaan lcd untuk menunjukkan performa visual melalui gerakan, salah satu contohnya adalah videotron. Hal tersebut jelas memiliki satu tujuan agar

pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian dan dengan mudah diterima oleh semua kalangan atau pengguna jalan yang melihat.

Perguruan tinggi negeri memang lebih unggul dari tahun ke tahun dengan jumlah mahasiswa terbanyak dibanding dengan kampus swasta. Hal tersebut ditinjau dari kualitas, biaya yang terjangkau, akreditasi, dan pemasaran. Oleh karenanya kampus swasta dari tahun sebelum penerimaan mahasiswa baru sudah gencar melakukan promosi untuk menarik minat calon mahasiswa. Kampus swasta yang sudah besar dalam artian memiliki nama maupun masih merintis sudah gencar melakukan promosi melalui media konvensional *billboard*. Di sisi lain, mahasiswa yang gagal atau tidak lolos masuk kampus negeri berpeluang besar dan terserap ke sejumlah perguruan tinggi swasta. Beberapa perguruan tinggi swasta mempromosikan kampus dengan gaya visual yang menarik serta penempatan yang strategis baik di lingkup internal maupun eksternal kampus.

Diera digital media *billboard* masih dipergunakan khususnya bagi kampus swasta yang belum dikenal masyarakat. Keberadaan *billboard* bagi perguruan tinggi swasta yang belum dikenal masyarakat merupakan suatu *high light* untuk menarik mahasiswa di lingkup internal maupun eksternal dan menjadi sumber pendapatan agar kampus masih dapat bertahan. Beberapa kampus di Yogyakarta yang belum berkembang harus mampu mempertahankan eksistensi di mana terdapat beberapa kampus dengan kondisi yang tidak terawat, cat gedung mengelupas, *billboard* kampus nyaris tertutupi pepohonan dan didapati *billboard* bertuliskan 'penerimaan mahasiswa baru' terpampang tanpa ada keterangan tahun ajaran. Bahwasanya tidak semua perguruan tinggi swasta memiliki performa yang baik jika ditinjau dari segi tata visual, hal tersebutlah yang membuat pihak kampus

harus menyadari bahwa persaingan antar kampus swasta cukup ketat di antara kampus swasta lain.

Di sisi lain, perguruan tinggi swasta berbeda dengan perguruan tinggi negeri yang mendapatkan subsidi dari pemerintah dan memungut biaya pendaftaran relatif lebih murah. Perbedaan tersebut yang menyebabkan perguruan tinggi swasta menjalankan otonomi sendiri dan dihadapkan pada pembiayaan operasional yang ditanggung sepenuhnya oleh perguruan yang bersangkutan. Hal tersebut menyebabkan berbagai upaya dilakukan oleh pihak terkait yaitu kampus swasta untuk mempromosikan citra lembaga pendidikan baik melalui menjual *image* kampus, menjual tenaga pengajar melalui aspek media ruang publik yang bertujuan untuk membidik target audiens. Menyikapi hal tersebut sejumlah perguruan tinggi swasta melakukan promosi dengan media konvensional *billboard* di mana dapat menjangkau mahasiswa khususnya di Yogyakarta. Promosi yang efisien dan efektif perlu dipertimbangkan sebaik-baiknya lantaran hidup mati perguruan tinggi swasta mengandalkan pemasukan utama dari biaya mahasiswa.

Kemajuan jaman dan semakin bervariasinya teknologi memicu orang untuk bersikap kritis dan kreatif dalam beriklan melalui media yang dijangkau oleh publik. Hal tersebut berlaku pada iklan pendidikan perguruan tinggi yang dituntut lihai untuk mempromosikan kampus kepada masyarakat. Sebagai mana contoh beberapa iklan perguruan tinggi swasta di Yogyakarta menggunakan media promosi iklan luar ruang. Promosi tersebut berbentuk informasi pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru. Promosi pendidikan dilakukan di ruang terbuka melalui media *billboard* yang memiliki daya jangkauan luas tidak hanya mengarah pada segmen tertentu. Pemasangan *billboard* yang dijumpai di Kota Yogyakarta

dilakukan di titik strategis jalan provinsi maupun di area instansi lembaga pendidikan yang bersangkutan sebagai informasi penerimaan mahasiswa baru. Beberapa perguruan tinggi kampus swasta telah menerapkan media promosi *billboard* baik dari tingkatan jenjang pendidikan Akademi, Sekolah Tinggi, Institut, dan Universitas. Dapat dilihat seperti contoh di bawah ini:



Gambar 1. *Billboard* kampus Amikom area eksternal penempatan di perempatan Jalan Wates km 6 Gamping Yogyakarta
(Sumber Foto: Meutia Braniwati, 10 November 2020)



Gambar 2. *Billboard* kampus Janabadra berlokasi di area internal kampus Janabdra Jalan Tentara Rakyat Mataram Bumijo Jetis Yogyakarta
(Sumber Foto: Dokumentasi Pribadi, 10 November 2020)

Billboard di atas didapati teks pada gambar pertama yang mendominasi *headline* yang berbunyi ‘RATING TERBAIK PTS DI INDONESIA’, ungkapan dalam *billboard* tersebut merupakan bentuk promosi lembaga pendidikan swasta yang ingin menginformasikan kepada masyarakat bahwa Universitas Amikom Yogyakarta merupakan kampus terbaik di Indonesia. Sedangkan pada contoh gambar kedua terlihat teks pada gambar dengan *headline* ‘KAMPUS KEBANGGAN BERKUALITAS DAN KOMPETITIF’ yang juga merupakan ungkapan dari pembuat *billboard* yang ingin menginformasikan kepada masyarakat bahwa Universitas Janabadra merupakan kampus kebanggaan berkualitas di Yogyakarta. Melalui tayangan media *billboard*, kampus dicitrakan sedemikian rupa sehingga calon mahasiswa baru dapat melihat gambaran akan informasi penerimaan mahasiswa baru kampus swasta tersebut.

Di sisi lain, keberadaan *billboard* penerimaan mahasiswa baru tersebar di beberapa kawasan ruang publik di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat pada keberadaan pemasangan *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta Yogyakarta mendominasi wajah kawasan Kota Yogyakarta sehingga hal tersebut jelas menyita perhatian di mana keberadaan *billboard* berukuran besar dan memanfaatkan ruang milik publik baik internal maupun eksternal. Tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta Kota Yogyakarta memiliki media pendukung yang menunjang masyarakat dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan sendirinya karena informasi yang diberikan cukup mendukung. Media *billboard* memiliki arti penting bagi masyarakat dan pihak kampus serta kehadiran papan reklame dinilai dapat memberikan kontribusi positif bagi pendapatan daerah. Di sisi lain, papan reklame memiliki peranan penting bagi

masyarakat awam dalam menyajikan sebuah informasi dan sebagai sarana komunikasi visual. Penyajian papan reklame merupakan hal penting yang harus diperhatikan dikarenakan pengadaan *billboard* perguruan tinggi swasta dari tahun ke tahun berpotensi bertambah tanpa ada campur tangan dari pemerintah sehingga banyak papan reklame yang kurang tepat dan tidak terkonsep.

Billboard penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta merupakan salah satu media luar ruang sebagai elemen pendukung kota yang harus diatur atau dirancang sedemikian rupa agar tetap terjaga dan tertata dimata publik. Setiap *billboard* memiliki kriteria yaitu harus mampu menarik perhatian serta mendapat respek dari masyarakat. Desain *billboard* perguruan tinggi swasta harus memperhatikan kualitas baik dari segi ukuran, keserasian dan harus mampu mengurangi dampak negatif dalam lingkup lingkungan. Di sisi lain unsur informasi, penataan, dan penyajian menjadi hal penting sehingga harus terkonsep secara hirarkis dan terorganisir sehingga tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan daerah namun dapat memberikan akses yang tepat sasaran khususnya pada masyarakat yang melihat informasi penerimaan mahasiswa baru pada papan *billboard* kampus swasta di Yogyakarta terkait dengan kondisi sosial dan regulasi kota.

Penelitian ini menggali mengenai tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta periode 2020-2021. Pembahasan ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif menggunakan teknik *purposive sampling* dan ditinjau menggunakan perspektif teori media dan desain untuk mengetahui bagaimana tata visual *billboard* perguruan tinggi swasta di Yogyakarta periode tahun 2020-2021. Periode *billboard* penelitian ini dalam jangka

waktu yang dipilih yaitu 1 tahun pada tahun 2020-2021. Hal tersebut didasari pada *billboard* yang mengalami perkembangan dilihat dari bentuk maupun konten yang menarik dengan adanya tampilan yang berwarna dan ilustrasi beberapa tokoh penting serta terdapat informasi pesan, makna dan simbol yang menarik dari segi tata visual serta penyampaian informasi yang sederhana namun dikemas secara menarik. Dari latar belakang di atas, peneliti tergerak untuk menelisik bagaimana tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta periode 2020-2021 serta bagaimana relasi terhadap tata lingkungan dan mengapa keberadaan *billboard* masih dimanfaatkan terkait dengan kemajuan teknologi, regulasi kota, dan masyarakat sosial, untuk itu dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk dapat menjawab pertanyaan tersebut. Dalam kajian ini teori desain, media dan strategi komunikasi wacana dalam konteks visual akan digunakan untuk menambah referensi pengetahuan terkait tata visual *billboard* yang baik dan benar ketika berinteraksi dengan lingkungan serta membedah tata visual *billboard* kampus swasta di Yogyakarta ditinjau dari sisi visual, penataan, penyajian sebagai produk desain komunikasi visual dan sebagai upaya interpretasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta periode tahun 2020-2021?
2. Bagaimana keberadaan/ pemasangan *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta terhadap tata lingkungan di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus-kampus swasta di Yogyakarta periode 2020-2021
2. Untuk mengetahui keberadaan *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta masih dimanfaatkan terkait dengan tata lingkungan di Yogyakarta?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

Manfaat Teoretis :

1. Menambah referensi pengetahuan terkait tata visual *billboard* yang baik dan benar ketika berinteraksi dengan lingkungan.

Manfaat Praktis :

1. Institusi

Hasil dari penelitian ini memiliki manfaat dalam bidang akademik khususnya desain. Institusi mempunyai dokumentasi ilmiah mengenai tata visual *billboard* dan fenomena *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta.

2. Industri

Hasil dari penelitian ini mengenalkan wawasan terbaru tentang estetika dalam membangun citra lembaga pendidikan (kampus sebagai pengguna jasa desain) ditinjau dari aspek bermedia di luar ruang atau di ruang publik.

3. Pemerintah

Hasil dari penelitian ini berhubungan dengan peraturan, undang-undang dan kebijakan tata visual *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta di mana pemerintah memiliki peran dalam pengembangan dan sebagai regulator yang menghasilkan kebijakan serta sebagai perencana kota untuk mengembangkan *billboard* penerimaan mahasiswa baru kampus swasta di Yogyakarta yang nantinya memberikan kondisi optimal terhadap tata lingkungan di ruang publik.

