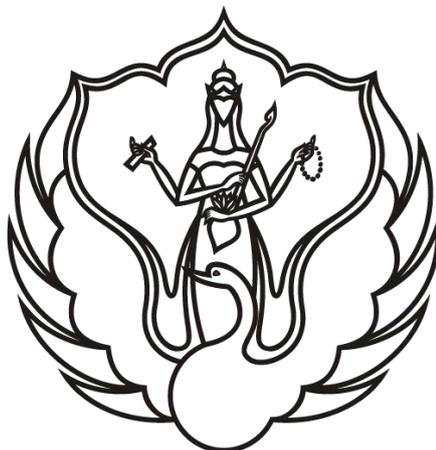


**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN ISI YOGYAKARTA
SKEMA PENELITIAN DASAR**



**Judul Penelitian
DILEMATIKA IKLAN LUAR RUANG DI YOGYAKARTA
DALAM KAJIAN SOSIO DESAIN**

Peneliti:

Peneliti: Dr. Prayanto Widyo Harsanto, M.Sn./NIP.196302111999031001

Anggota Peneliti: Octavianus Cahyono Priyanto, M.Arch, Ph.D. /NIP. 197010172005011001

Anggota Mahasiswa: Naziah Nilda Syah /NIM. 2021340412

Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta tahun 2022

Nomor: DIPA-023.17.2.677539/2022 tanggal 17 November 2021

Berdasarkan SK Rektor Nomor: 266/IT4/HK/2022 tanggal 20 Mei 2022

Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian

Nomor: 2740/IT4/PG/2022 tanggal 23 Mei 2022

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN
November 2022**

**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
SKEMA PENELITIAN DASAR**

Judul Kegiatan : DILEMATIKA IKLAN LUAR RUANG DI YOGYAKARTA DALAM KAJIAN SOSIO DESAIN

Ketua Peneliti

Nama Lengkap : Dr. Drs. Prayanto Widyo Harsanto, M. Sn.
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta
NIP/NIK : 196302111999031001
NIDN : 0011026307
Jab. Fungsional : Lektor Kepala
Jurusan : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : FSR
Nomor HP : 08122696479
Alamat Email : prayantowh@gmail.com
Biaya Penelitian : DIPA ISI Yogyakarta : Rp. 12.000.000
Tahun Pelaksanaan : 2022

Anggota Peneliti (1)

Nama Lengkap : Octavianus Cahyono Priyanto, ST, MArch, PhD
NIP : 197010172005011001
Jurusan : Desain Interior
Fakultas : FSR

Anggota Mahasiswa (1)

Nama Lengkap : Naziah Nilda Syah
NIM : 2021340412
Jurusan : PENCIPTAAN DAN PENGAJIAN SENI
Fakultas : PASCASARJANA

Mengetahui
Dekan Fakultas FSR


Dr. Timbul Baharic, M.Hum
NIP 196911081993031001

Yogyakarta, 07 November 2022
Ketua Peneliti


Dr. Drs. Prayanto Widyo Harsanto, M. Sn.
NIP 196302111999031001

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian


Dr. Nur Sahid, M.Hum
NIP 196202081989031001

RINGKASAN

Tidak dapat dipungkiri keberadaan Iklan Luar Ruang bagi komunikator masih dipandang media yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat. Sementara itu bagi regulator, khususnya bagi pemerintah daerah, hal ini dianggap dapat memberikan pemasukan daerah melalui pajak yang relatif tinggi. Namun di sisi lain, maraknya Iklan Luar Ruang (ILR) menimbulkan persoalan estetika, keamanan, dan tata lingkungan pada sebuah wilayah atau kota. Iklan Luar Ruang (ILR) seperti baliho, poster, spanduk, *banner*, dan media lain di setiap sudut kota Yogyakarta menjadi persoalan yang dilematis. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan mengetahui persepsi sosial masyarakat terhadap Iklan Luar Ruang di Yogyakarta. Melalui penelitian ini pula akan diperoleh informasi dan output yang dapat dijadikan rujukan bagi pihak-pihak terkait dalam menentukan ILR.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, didukung dengan data quasi (kuantitatif eksperimen) dengan pendekatan sosio desain (estetika sosial). Melalui estetika sosial, karya seni diapresiasi, berkaitan dengan konteks lingkungan-sosial, baik lingkungan hidup manusia, alam maupun sosial. Karya seni yang dimaksud dalam kajian ini adalah desain Iklan Luar Ruang yang menjadi variabel penting, sebab pesan yang disampaikan melalui Iklan Luar Ruang akan menentukan seperti apa isi, bentuk, jenis, dan tempat pemasangannya sehingga seseorang diharapkan atau dipaksa untuk melihat.

Penelitian ini pada TKT 3 untuk pembuktian konsep tentang Iklan Luar Ruang yang tidak hanya dilihat pada aspek estetika visual saja, tetapi juga secara kontekstual. Dalam konteks fungsional, iklan dibuat bertujuan membantu pemasaran atas produk dan jasa secara persuasif. Pada konteks estetis, tampilan iklan luar ruang perlu melihat berbagai aspek sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan tata lingkungan di Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman atas kebijakan/regulasi dari penentu kebijakan tata ruang publik terkait penempatan iklan. Dengan demikian, Iklan Luar Ruang dapat membantu meningkatkan persepsi positif yang berkorelasi membentuk citra tata kota Yogyakarta yang Istimewa dan berhati nyaman. Sementara luaran yang ditargetkan dalam penelitian ini berupa artikel yang dipublikasikan dalam jurnal Sinta 2 dan sebagai pemakalah pada seminar nasional.

Kata kunci: *iklan, ruang publik, sosiologi, desain*

PRAKATA

Memanjatkan rasa Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmatnya sehingga proses penelitian skema Dasar yang berjudul: **DILEMATIKA IKLAN LUAR RUANG DI YOGYAKARTA DALAM KAJIAN SOSIO DESAIN** dapat terlaksana sesuai rencana dan lancar tidak ada kendala yang berarti. Meskipun pelaksanaan penelitian ini masih dalam situasi pandemi Covid-19 yang melanda negeri ini, akan tetapi proses pelaporan kemajuan penelitian dapat terselesaikan dengan baik dan tentu saja keberhasilan pelaksanaan pada proses tahapan penelitian tersebut tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, atas segala bantuan dan dukungan semua pihak kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada Rektor ISI Yogyakarta yang telah memberi kesempatan dan peluang penelitian melalui pendanaan DIPA tahun 2022. Demikian pula terima kasih kepada lembaga penelitian ISI Yogyakarta dan semua pihak yang telah turut membantu dalam proses penelitian ini. Semoga segala bantuan dan dukungan yang diberikan dalam penyusunan laporan kemajuan penelitian dicatat oleh Tuhan yang Maha Kuasa sebagai Amal Ibadahnya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penelitian ini masih banyak kekurangannya, untuk itu saran dan kritik senantiasa kami harapkan demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian menghasilkan pengetahuan di bidang desain dan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas.

Yogyakarta, 27 September 2022

Dr. Prayanto Widyo Harsanto, MSn

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	9
BAB IV METODE PENELITIAN	10
BAB V HASIL YANG DICAPAI	14
BAB VI KESIMPULAN.....	15
DAFTAR PUSTAKA.....	16
LAMPIRAN	18
1. Draft Artikel Ilmiah	18
2. Bukti Status Submission Atau Reprint Artikel Ilmiah.....	31
3. Draft Artikel Ilmiah Seminar/Prosiding.....	32
4. Bukti Keikutsertaan Seminar Nasional (Prosiding / Sertifikat)	41
5. Copy Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) 100%	42
6. Rekapitulasi Anggaran 70%.....	44
7. Rekapitulasi Anggaran 30%.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persoalan kesemrawutan pemasangan Iklan Luar Ruang	3
Gambar 2. Diagram tulang ikan peta jalan penelitian	7
Gambar 3. Road Map Penelitian	8

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang

Yogyakarta memiliki sederet predikat seperti kota pelajar, kota budaya, kota perjuangan, kota wisata, kota gudeg. Berbagai predikat atau sebutan tersebut merupakan kebanggaan bagi masyarakat Yogyakarta, akan tetapi juga mengandung konsekuensi tanggung jawab yang tidak ringan yang harus dipikul bersama. Persoalan yang ada di Yogyakarta tidak jauh berbeda dengan kota-kota besar lain di Indonesia saat ini, seperti persoalan kemacetan, kejahatan, kependudukan, kesemrawutan tata kota. Salah satu persoalan yang dimaksud adalah keberadaan iklan luar ruang yang bertebaran, semrawut, dan merusak keindahan kota Yogyakarta yang berslogan “Jogja Berhati Nyaman” dan “Jogja Istimewa”. Benarkah Yogyakarta saat ini sesuai dengan slogannya? Bagaimana dengan banyaknya iklan luar ruang yang bertebaran di setiap ruas jalan dan di sudut-sudut jalan seperti spanduk, baliho, poster, *sign system*, dan bentuk iklan yang lain?

Keadaan iklan luar ruang di Yogyakarta dapat dikatakan dalam kondisi sudah gawat. Tidak hanya soal pemasangan iklan yang tidak pada tempatnya, tetapi juga jumlah papan reklame yang sangat banyak, apalagi menjelang Pilkada atau pemilu. Berbagai usaha dan upaya sudah dilakukan, akan tetapi belum menghasilkan Jogja yang berhati nyaman sesuai harapan semua pihak secara signifikan. Bahkan di setiap sudut perempatan/pertigaan justru makin banyak terpasang spanduk, poster, dan billboard. Di sepanjang jalan protokol juga masih banyak terlihat pemandangan berbagai jenis dan bentuk iklan luar ruang seperti spanduk, poster, umbul-umbul, dan banner yang dipasang tidak pada tempatnya.

Fenomena dan permasalahan tata kota tersebut menjadi wacana serius di Yogyakarta. Dalam dasa warsa terakhir ini Yogyakarta menghadapi permasalahan dilematis dengan maraknya

pembangunan berbagai hotel dan pusat perbelanjaan di seluruh penjuru kota, masih ditambah dengan banyaknya iklan luar ruang yang bertebaran di setiap ruas jalan dan di sudut-sudut jalan seperti spanduk, baliho, banner, poster, sign system, dan sejenisnya. Di satu sisi fenomena tersebut telah mendorong pertumbuhan investasi daerah, tetapi di sisi lain menimbulkan persoalan terkait dengan keamanan dan keselamatan masyarakat. Sebagaimana diberitakan pada awal tahun 2022, beberapa baliho roboh menimpa jaringan listrik dan menghalangi jalan. Bahkan, di antara baliho-baliho yang roboh tersebut ada yang tidak mengantongi izin (<https://foto.bisnis.com/view/20220112/1488445/baliho-di-yogyakarta-ambruk-diterjang-angin-kencang>). Kenyataan ini dinilai telah menggerus kenyamanan hidup masyarakat kota Yogyakarta. Kondisi yang demikian bisa berujung pada kekhawatiran akan hilangnya slogan yang dicanangkan pemerintah dan menjadi kebanggaan masyarakat Yogyakarta yaitu Jogja istimewa dan Jogja berhati nyaman.

Sebagaimana telah dipaparkan di muka, penelitian ini mencakup permasalahan iklan luar ruang yang bertebaran di Yogyakarta. Bertolak dari topik penelitian ini, yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana kondisi lingkungan tata kota Yogyakarta sehingga bisa seperti ini? Bagaimana peran pemerintah dalam melihat dan menyikapi kondisi ini? Apakah ada persoalan politik ekonomi serta sosial budaya yang saling memengaruhi, sehingga harus mengabaikan keindahan tata kota?

Bertolak dari pertanyaan-pertanyaan tersebut, maka penelitian ini dilakukan dan bertujuan untuk mengetahui dilema dan fenomena visual iklan luar ruang yang bertebaran di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan konsep tata ruang publik terkait penempatan iklan. Selain itu, juga untuk mengetahui seberapa besar kebijakan pemda berpengaruh terhadap izin pemasangan iklan.



Gambar 1. Persoalan kesemrawutan pemasangan Iklan Luar Ruang di salah satu sudut kota Yogyakarta yang dapat mengganggu keindahan dan Robohnya baliho (ILR) juga dapat mengancam keselamatan jiwa masyarakat.

Sumber: Dokumentasi Prayanto WH, 2022