

ABSTRAK

Pertumbuhan iklan luar ruang di Yogyakarta yang hadir tanpa diiringi dengan kontrol pemerintah menyebabkan munculnya persoalan visualitas ruang kota dan menciptakan masalah lingkungan, yaitu sampah visual. Sampah visual yang merupakan akibat dari pemasangan iklan luar ruang yang tidak sesuai peruntukannya secara tidak langsung terancam diprivatisasi oleh milik merek dagang, milik caleg atau milik partai politik. Ruang publik kota secara halus terenggut dari warga kota akibat invasi sampah visual yang merupakan buah dari praktik beriklan tanpa kontrol.

Kelonggaran kebijakan penyelenggaraan reklame yang dibuat pemerintah menunjukkan lemahnya pemerintah ketika dihadapkan dengan kekuatan modal para perusahaan iklan. Pemerintah yang tersandera dengan kepentingannya untuk menjaga sumber pendapatan daerah dari pajak reklame tidak dapat berbuat banyak sehingga persoalan visualitas ruang kota menjadi semakin terancam. Oleh karena itu, gerakan *rerestik* sampah visual hadir sebagai respon perlawanan warga kota Yogyakarta atas persoalan ini. Gerakan ini hadir untuk merebut kembali ruang-ruang publik dari invasi sampah visual di kota Yogyakarta.

Tulisan ini berusaha mengungkapkan upaya-upaya gerakan *rerestik* sampah visual dalam merebut kembali ruang publik di kota Yogyakarta dengan konsep gerakan sosial baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari interaksi langsung dengan narasumber dan data sekunder diperoleh dari studi literatur mencakup buku, artikel, film dokumenter dan dokumentasi dari gerakan *rerestik* sampah visual. Hasil penelitian didasarkan pengkategorian analisa informasi para narasumber.

Hasil penelitian memperlihatkan adanya karakteristik gerakan sosial baru yang terefleksikan dari karakteristik gerakan *rerestik* sampah visual. Karakteristik tersebut dapat dilihat salah satunya dari taktik-taktik yang digunakan gerakan *rerestik* sampah visual dalam upayanya merebut ruang publik di kota Yogyakarta dari invasi sampah visual. Dari tulisan ini, kita dapat melihat kontribusi gerakan *rerestik* sampah visual dalam penyelamatan ruang publik dari ancaman bombardir konsumerisme yang dilakukan oleh iklan.

ABSTRACT

The growth of outdoor advertising in Yogyakarta existed without being followed by government control led to the emergence of the issue of urban space visualization and created environmental problems, namely the visual garbage. Visual garbage which is a result of the installation of outdoor advertising that is not according to its designated purpose indirectly threatened of being privatized by trademarks, individual legislative candidates or political parties. Urban public spaces subtly robbed from its citizens due to the invasion of visual garbage as a result of uncontrolled advertising practices.

The leniency of the implementation of advertising policy made by government indicates the weakness of government dealing with the power of capital of advertising companies. Government who is captivated by their own interests to protect the source of local revenue which comes from advertisement tax could not do much so the problem of urban space visualization is increasingly threatened. Therefore, the *Reresik Sampah Visual* movement occurred as a resistance of Yogyakarta people in response toward this issue. The movement occurred to reclaim public spaces of the visual garbage invasion in Yogyakarta.

This writing aims to reveal the efforts of *Reresik Sampah Visual* movement in reclaiming the public spaces in Yogyakarta using the concept of new social movement. The method used in this research is a case study. This research uses two sources of data i.e. primary data and secondary data. A primary data obtained from direct interaction with informants and secondary data obtained from literature study includes books, articles, documentaries and documentation archives of *Reresik Sampah Visual* community. The results of the research are based on the categorization of analysis of information.

The research shows the characteristics of a new social movement which were reflected on the characteristics of *Reresik Sampah Visual* movement. One of the characteristics can be seen in their tactics used in the attempts to reclaim public spaces of the invasion of visual garbage in Yogyakarta. In this writing, we can see the contribution of *Reresik Sampah Visual* movement in rescuing public spaces from consumerism bombardment performed by advertisements.