

ABSTRACT

***Billboard as Visual Pollution (Viewed From Regulation Of Yogyakarta City
No.2 2015)***

Muhammad Satria Yudha Prawira (10/296956/SP/23901)

Faculty of Social and Political Science

Advertising which aims to deliver a certain information to the public or consumers within the area around which the billboard is posted, as well as to ensure that information, messages, or appeals about the products or services offered will be delivered due to the billboard, in order not to be misused for Incorrect objectives and should be used as their functions, then the actors involved in the installation process of Advertising shall be required to comply with the regulations set forth in the regional regulations.

It is very questionable why the regulation that became the mainstay of Yogyakarta City in building the aesthetics of urban planning even pose a hole in a very big policy so that what is not regulated in Regulation No.2 Year 2015 become land that attracts advertisers to sell products or His services and then the result of the atmosphere of Yogyakarta City increasingly narrower when viewed. This is usually intended to indicate the presence of elements that interfere with the vision or that the human being is uncomfortably seen in a streetscape, for example, which is often quoted as billboards, advertising props, trash, graffiti, dangling telephone cables and power poles. Visual is also caused by the billboards that

accumulate too much and then added with the physical form of commercial advertisement that is not according to size, color, proportion, location where placed, the use of letters or sentences, and so on.

ABSTRAKSI

REKLAME SEBAGAI SAMPAH VISUAL (DILIHAT DARI PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NO.2 TAHUN 2015)

Muhammad Satria Yudha Prawira (10/296956/SP/23901)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Reklame yang bertujuan untuk menghantarkan sebuah informasi tertentu kepada masyarakat atau konsumen yang berada dalam kawasan sekitar dimana reklame itu dipasang, juga untuk memastikan supaya informasi, pesan, maupun himbauan-himbau mengenai produk atau jasa yang ditawarkan akan tersampaikan dikarenakan adanya Reklame, agar tidak disalahgunakan untuk tujuan yang tidak benar dan harus digunakan sebagaimana fungsinya, maka aktor-aktor yang terlibat yang pada proses pemasangan Reklame diwajibkan memenuhi peraturan-peraturan yang sudah ditetapkan pada peraturan daerah.

Menjadi hal yang sangat patut dipertanyakan mengapa peraturan yang menjadi andalan Kota Yogyakarta dalam membangun estetika tata kota malah menimbulkan lubang dalam sebuah kebijakan yang sangat besar sehingga apa yang tidak diatur dalam Perda No.2 Tahun 2015 menjadi lahan yang menarik para pengusaha periklanan untuk menjual produk atau jasanya dan kemudian hasilnya menimbulkan suasana Kota Yogyakarta yang semakin sempit jika dilihat. Hal ini biasanya ditujukan untuk menunjukkan adanya unsur-unsur yang mengganggu pengelihatannya atau yang dirasa kurang enak dilihat oleh manusia pada sebuah streetscape, contohnya yang sering dikutip adalah billboard, alat peraga

periklanan, sampah, grafitti, kabel telpon yang menjuntai, dan tiang listrik Adanya sampah visual juga disebabkan dari reklame-reklame yang menumpuk terlalu banyak lalu ditambah lagi dengan bentuk fisik dari iklan-iklan komersil yang tidak sesuai ukurannya, warna, proporsi, lokasi dimana ditempatkan, penggunaan huruf maupun kalimat, dan sebagainya.