BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Bagi kota-kata besar masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah tidak dapat dipisahkan, setiap kota memiliki penyebab yang berbeda-beda. Berkembangnya zaman memicu terjadinya penempatan media luar ruang yang mengganggu lingkungan sekitar. Di Kota Bandung percetakan dan print digital berkembang dengan pesat sehingga dapat menyebabkan penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah.

Sampah yang dihasilkan dari produk visual seperti brosur, baliho, poster dan produk visual baru seperti *urban screen* dan sebagainya. Namun penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dapat diartikan sebagai sampah estetik yang mempengaruhi pengalaman visual kita secara emosional, yang secara langsung menggangu pandanganuntuk menikmati lingkungan sekitar. Kebanyakan pencemaran ini disebabkan oleh hasil dari aktivitas manusia, biro iklan melayani pembuatan iklan produk yang dibutuhkan oleh produsen untuk mempromosikan produknya. Masyarakat membutuhkan informasi dari sebuah produk maka dengan berkembangnya media, iklan dapat dijumpai di kota—kota besar. Akan tetapi iklan digital dan iklan cetak yang sering dijumpai di kota—kota besar terkadang salah penempatan.

Produk visual bukan hanya semakin besar, namun juga semakin banyak. Di kota Bandungtidak diberikan ruang untuk mengistirahatkan mata. Masalahini tidak memberikan ruang bagi pengguna jalan untuk memaknai suatu karya visual karena setelah menatap satu produk visual. Akhirnya, pengalaman visual di jalan raya tidak memberikan makna apa-apa, selain menghasilkan kritik bagi keberadaannya.

Melihat hal-hal maupun benda-benda yang tidak enak dipandang yang berada diwilayah sekitar sangatlah banyak. Pencemaran visual merujuk kepada elemen

yang memberikan pandangan yang tidak menarik. Elemen ini yang terdapat disekitar kita, contohnya termasuk papan iklan yang yang ditempel disembarang tempat, poster-poster ditembok kota, tanda rambu jalan, kabel teleponmaupun kabellistrik yang terlihat kusut.

Secara umum, Penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerahmemiliki nilai-nilai pandangan yang tidak menarik. Selain itu,boleh dikatakan bahwa kawasan yang tercemar dengan unsur atau elemen pencemaran visual adalahiklan perdangangan yang makin banyak, poster-poster iklan kerja serta iklan perniagaan secara kecil-kecilan.Penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah sangat mengganggu keindahan kota serta kenyamanan mata pengguna jalan, baik mereka yang berkendara maupun pejalan kaki. Dan sewaktu-waktu dapat mengancam keamanan. Karena pemasangannya melintang memenuhi badan jalan. Ini bisa menyulitkan pengguna kendaraan yang melintasi jalanan yang penuh dengan spanduk serta umbul-umbul suatu produk. Selain tidak enak dipandang, kehadirannya menjadi pencemaran bagi penataan sebuah kota.

Inilah sebagian contoh sampah yang telah mengkotori kota dengan cara pemasangan iklan, bukan saja tidak efektif sekaligus pula tidak efisien bagi pemasang iklan sendiri bila tujuan utamanya adalah untuk hadir dihadapan konsumen.Penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerahini memerlukan pengawasan oleh semua pihak agar tidak membuatjelek nilai estetika kawasan Kota Bandungyang memberikan pandangan negatif kepada orang-orang yang berkunjung ke Kota Bandungjuga terhadap masyarakat itu sendiri.

I.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian, masalah yang menjadi acuan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi dalam kalimat di bawah ini.

- Permasalahan penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah diakibatkan oleh poster-poster iklan produk maupun jasa yang

ditempel dimana-mana, baligho diantara pohon dan *billboard* yang terlihat usang.

- Sebagian besar penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah mengganggu dan sewaktu-waktu dapat membahayakan keselamatan.
- Kurangnya kepedulian pemasang iklan terhadap lingkungan mengakibatkan masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah semakin bertambah.

I.3 Fokus Masalah

Fokus permasalahan yang didapat adalah kurangnya pengetahuan masyarakat untuk menyadari perlunya menjaga lingkungan sekitar. Maka dalam pembuatan tugas akhir ini penyusun akan memberikan informasi serta pandangan terhadap masyarakat mengenai iklan poster, baligho dan *billboard* yang tidak tidak layak sebagai penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah yang ada dikawasan wilayah Kota Bandung.

I.4Batasan Masalah

Dengan terdapatnya masalah yang terjadi,maka batasan masalah yang dipakai untuk menyadarkan masyarakat adalah sebagai berikut :

1) Ditujukan bagi masyarakat berumur 15 – 35 tahun
2) Wilayah Bandung Kota
3) Membahas hal-hal yang tidak enak dipandang seperti poster ditempel di sembarang tempat, baligho calon legislatif dan calon presiden dan penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah yang dapat membahayakan seperti baligho melintang ke jalan.

I.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menginformasikanmasalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah.

2. Mengajak masyarakat untuk lebih peduli pentingnya menjaga ruang publik. Sehingga pemasang media iklan cetak tidak lagi menempel disembarang tempat dan lebih peduli terhadap kenyamanan ruang publik.

I.6 Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan bisa memberikan manfaat:

1. Untuk menyadarkan masyarakat khususnya pemasang iklan cetak terhadap masalah-masalah penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah yang terjadi dikehidupan sehari-hari.
2. Dapat mengurangi penempatan media luar ruang yang tidak memenuhi peraturan daerah dan memberikan kenyamanan terhadap pengguna ruang publik.