

KARAKTERISTIK INDUSTRI MEDIA LUAR RUANG DI
YOGYAKARTA

(Studi Deskriptif Kualitatif Berdasarkan Teknologi, Sejarah, *Content*,

Profil pasar, dan Kesadaran *audience* pada Ikatan Biro Iklan

Yogyakarta (IBIY))



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

oleh:

BENEDICTUS YANUARTO PURNOMO

08 09 03688 / Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Benedictus Yanuarto Purnomo

Nomor Mahasiswa : 08 09 03688

Prodi / Jurusan : Ilmu Komunikasi / Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

KARAKTERISTIK INDUSTRI MEDIA LUAR RUANG DI YOGYAKARTA
(Studi Deskriptif Kualitatif Berdasarkan Teknologi, Sejarah, *Content*, Profil pasar,
dan Kesadaran *audience* pada Ikatan Biro Iklan Yogyakarta (IBIY))

adalah asli buatan saya sendiri. Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiarism dengan tujuan materil maupun non materil, saya bersedia menerima sanksi dari pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik maupun dari Universitas Atma Jaya yang berlaku.

Yogyakarta, 21 Februari 2013



Benedictus Yanuarto Purnomo

HALAMAN PERSETUJUAN

KARAKTERISTIK INDUSTRI MEDIA LUAR RUANG DI YOGYAKARTA
(Studi Deskriptif Kualitatif Berdasarkan Teknologi, Sejarah, *Content*, Profil pasar,
dan Kesadaran *audience* pada Ikatan Biro Iklan Yogyakarta (IBIY))

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat
Mengenai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Komunikasi

disusun oleh:

BENEDICTUS YANUARTO PURNOMO

08 09 03688 / Kom

disetujui oleh:

Anita Herawati, M.Si

Dosen/Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Karakteristik Industri Media Luar Ruang Di Yogyakarta (Studi deskriptif kualitatif berdasarkan teknologi, sejarah, *content*, profil pasar, kesadaran *audience*)

Penyusun : Benedictus Yanuarto Purnomo

NIM : 08 09 03688

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari, Tanggal :

Pukul :

Tempat :

TIM PENGUJI


F. Anita Herawati, SIP, M.Si
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos MA
Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si
Penguji II



The image shows three handwritten signatures in black ink, each placed above a horizontal line. To the left of the signatures is a blue circular official stamp of Universitas Jember. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS JEMBER' at the top, 'JEMBER' at the bottom, and 'FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK' in the center.



*“Barangsiapa tidak berani, dia tidak bakal menang; itulah semboyanku! Maju!
Semua harus dimulai dengan berani! Pemberani-pemberani memenangkan tiga
perempat dunia” –Kartini via Pramoedya Ananta Toer*

Karya Tulis ini aku persembahkan buat kerja keras diriku sendiri,bapak ibu,

Cyus, keluarga besar dan partnerku,

Lusia Pintaka yang mendukung selama penulisan karya tulis ini

KATA PENGANTAR

Kota yang semakin ditanami media luar ruang semakin menandakan pertumbuhan ekonomi yang baik, namun disatu pihak juga menimbulkan kesemrawutan kota. Pengusaha menuntut adanya kepastian hukum, sedangkan pemerintah masih belum tegas terhadap aturan yang sudah ada. Ini menyangkut ruang publik, yang diserahkan kepada pemerintah untuk mengaturnya.

Pertama – tama peneliti mengucapkan terima kasih pada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat dan berkat-Nya Skripsi berjudul Karakteristik Industri Media Luar Ruang Di Yogyakarta (Studi deskriptif kualitatif berdasarkan teknologi, sejarah, *content*, profil pasar, kesadaran *audience*) ini akhirnya terselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Program Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan dikerjakan penuli dari bulan Juli 2012-Februari 2013.

Peneliti merasa bersyukur karena kelancaran dari penyusunan skripsi ini merupakan hasil kerja sama serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. F. Anita Herawati, SIP, M.Si selaku dosen pembimbing yang sabar membimbing proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Y.Bambang Wiratmojo, S.Sos MA dan Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji .
3. Para narasumber penelitian Yenny Aristina, Syamsul Hadi, Bambang Dwi Haryono, Agustin Dwi Astuti, Djoko Wiyono, Hernowo

Wahyutomo, Affi Aditya Khresna, Lilo Legowo, Slamet, dan Sumbo Tinarbuko.

4. Fransiska Tika, Dwi Mei (Aresta), Bu Atik (TU Fisip), Dona (Ledis) Yudo (Lendis), Atik (Bromica), Dian (Techma), yang membantu memudahkan proses wawancara dengan narasumber
5. Lusia Pintaka, Irene Pramatreize Iswara, Dorothea Vera, Danu Primanto dan Ryan yang membantu mentranskrip hasil wawancara, memberi masukan wawancara dan membantu mempersiapkan presentasi
6. Teman-teman JB, Stece, Mudika St. Sava, Lensa Jogja, APC UAJY, yang memberi dukungan motivasi dan masukan – masukan berharga.
7. Siapapun yang membaca skripsi ini.

Bahwa penelitian ini mengandung banyak kekurangan, penyusun dengan serta mengakuinya. Hal yang pertama adalah keterbatasan waktu dan keterbatasan akses terhadap narasumber. Kekurangan tersebut penulis menyerahkan kepada penulisan berikutnya untuk dilengkapi Terimakasih.

Yogyakarta, 21 Februari 2013

Benedictus Yanuarto Purno

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui karakteristik dari industri media luar ruang di Yogyakarta pada perusahaan anggota Ikatan Biro Iklan Yogyakarta (IBIY). Penulis mengkaji dengan menggunakan teori *technology determinism*, profil pasar, sumber daya dalam periklanan, dan kesadaran *audience*. Konsep yang digunakan mengadaptasi konsep yang digunakan Straubhar (2004) yaitu *history, technology, industry, genre, dan media literacy*, sedangkan kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknologi, sejarah, *content*, profil pasar, dan kesadaran *audience*. Adaptasi ini dilakukan untuk memperoleh data yang dalam mengenai industri media luar ruang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan objek penelitian perusahaan media luar ruang yang tergabung dalam IBIY. Data primer diperoleh berdasarkan wawancara sedangkan data sekunder dari dokumentasi, *website*, dan profil perusahaan. Wawancara dilakukan terhadap sepuluh narasumber yang mewakili organisasi IBIY, pemerintahan dan pelaku industri media luar ruang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa IBIY yang didirikan pada tahun 2004 merupakan wadah bagi pelaku industri media luar ruang di Yogyakarta. IBIY memiliki manfaat sebagai sarana komunikasi, proteksi bagi pelaku industri lokal, dan kontrol harga. Perkembangan teknologi di industri media luar ruang dimulai dari lukis manual, kemudian menuju pada perkembangan *digital printing* dan sekarang menuju pada perkembangan videotron.

Berdasarkan profil pasar, ditemukan bahwa mayoritas perusahaan media luar ruang di Yogyakarta hanya sebagai penerima *placement* media, sangat jarang yang memproduksi materi *content* sendiri. Berdasarkan luas *space* yang disewakan dan pajak reklame yang dibayar, dapat diperoleh informasi bahwa karakter pasar dari industri media luar ruang di Yogyakarta merupakan persaingan monopolistik. Ini diperkuat dengan analisis faktor-faktor seperti konsentrasi pasar, differensiasi produk, *barrier to entry*, struktur harga, dan integrasi vertikal.

Pemerintah berperan mengatur media luar ruang di Yogyakarta, misalnya Pemkot Yogyakarta dengan Perwal Yogyakarta no 26 tahun 2010 tentang *master plan* dan alat peraga di kota Yogyakarta yang mengatur jarak antarmedia iklan dan perbedaan tarif pada pemasangan yang berasal dari industri rokok. Namun pemkot memiliki dualisme peran, di satu sisi mengatur namun di satu sisi harus mencari target Pendapatan Asli Daerah (PAD), karena sektor periklanan termasuk lima besar penyumbang PAD bagi kota Yogya.

Peranan pemerintah untuk mengawasi iklan media luar ruang terkadang masih belum optimal dan menimbulkan ketidakpuasan dari masyarakat, sehingga memunculkan gerakan penyadaran dari masyarakat. Salah satu gerakan tersebut adalah komunitas “Sampah Visual”. Komunitas “Sampah Visual” dipelopori oleh Sumbo Tinarbuko ini menyoroti mengenai pemasangan iklan luar ruang terutama rontek, umbul-umbul, spanduk yang ditempel di tiang listrik, taman pohon, dan tiang telfon. Kelompok “Sampah Visual” sampai saat ini telah melakukan beberapa aksi dalam kurun waktu 2012-2013 dan melibatkan pemerintahan Kota Yogya serta unsur dari masyarakat.

Ketegasan dari pemerintah sangat diharapkan dari industri media luar ruang ini. Ketegasan tidak hanya diharapkan dari pelaku usaha, namun juga dari masyarakat sebagai pemilik dari ruang publik.

Kata Kunci : Profil Pasar, teknologi, sejarah, *content*, kesadaran *audiens*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat penelitian	5
E. Kerangka Teori	6
F. Kerangka Konsep.....	34
G. Metodologi Penelitian.....	38
BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	45
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Hasil Penelitian	56

1. Sejarah dan Manfaat IBIY.....	56
2. Perkembangan Teknologi di Industri Media Luar Ruang...	68
B. Profil Pasar Media Luar Ruang di Yogyakarta.....	90
C. Peran Pemerintah dalam media luar Ruang.....	113
D. Kesadaran Audiens terhadap media luar ruang.....	124
3.2 PEMBAHASAN.....	131
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	151
A. Kesimpulan.....	151
B. Saran.....	154
DAFTAR PUSTAKA	155
LAMPIRAN.....	157

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah dan sebaran perusahaan Periklanan di Indonesia.....	2
Tabel 2. Tabel 2. Indikator dan Pengumpulan Data.....	37
Tabel 3. Daftar Narasumber Pemilik media luar ruang di Yogyakarta.....	41
Tabel 4. Peraturan di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	48
Tabel 5. Perbandingan Objek pajak tiap kabupaten/ kotamadya.....	51
Tabel 6. Daftar perusahaan dan badan hukumnya.....	67
Tabel 7. Nama Perusahaan dan jasa yang disediakan.....	69
Tabel 8. Daftar ukuran yang dimiliki perusahaan.....	72
Tabel 9. Daftar Klien Perusahaan Media Luar Ruang.....	95
Tabel 10 . Perbandingan jumlah kategori produk pengiklan.....	97
Tabel 11. Daftar titik yang dimiliki perusahaan media luar ruang di DIY....	104
Tabel 12. Penghitungan luas luas <i>space</i> yang disewakan di DIY.....	106
Tabel 13. Jumlah Titik dan pajak yang disetorkan oleh tiap perusahaan di Kota Yogyakarta.....	108
Tabel 14. jumlah titik reklame di master plan dan penambahannya.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Baliho di depan stadion Kridosono.....	81
Gambar 2. Kliping Koran Kontan : Profil Sugeng Aresta.....	83
Gambar 3. Penghargaan Bromica.....	86
Gambar 4. Foto videotron di Jalan Abu Bakar Ali.....	88
Gambar 6. Titik Mavindo iklan yang digunakan Mavindo EO.....	92
Gambar 7. Suasana jalan Malioboro.....	115
Gambar 8 Billboard di sekitaran Tugu Yogyakarta.....	116
Gambar 9 Billboard di sekitaran Tugu Yogyakarta.....	116
Gambar 10. Suasana jalan Gejayan dan Kolombo.....	121
Gambar 11. Suasana jalan Gejayan dan Kolombo.....	122
Gambar 12. Suasana jalan Gejayan dan Kolombo.....	122
Gambar 13. Printscreen grup sampah visual.....	126
Gambar 14. Printscreen grup sampah visual.....	126
Gambar 15, Dokumentasi gerakan sampah visual.....	128
Gambar 16. Dokumentasi koran sampah visual.....	129
Gambar 17. Dokumentasi aksi ke 5 gerakan sampah Visual.....	129
Gambar 18. Dokumentasi aksi ke-5 gerakan sampah Visual.....	130

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Interview Guide

Lampiran 2. Transkrip wawancara

Lampiran 3. Target dan Realisasi Pendapatan Asli Daerah Yogyakarta

Lampiran 4. Tabel pajak reklame spanduk/meter/hari/buah

Lampiran 5. Tabel pajak billboard dan neon box per meter pertahun

Lampiran 6. Contoh Surat Pemberitahuan pajak daerah untuk wajib pajak daerah pajak reklame

Lampiran 7. Surat Permohonan Izin penyelenggaraan Reklame

Lampiran 8. Surat Izin Penelitian