

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK DAN SUBYEK PENELITIAN

#### A. OBJEK PENELITIAN

Obyek dalam penelitian ini adalah iklan dan media luar ruang di sepanjang Jalan Gejayan atau sekarang telah berubah nama menjadi Jalan Affandi. Jalan Gejayan yang mempunyai panjang 3 km ini terletak di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman dan termasuk jalan yang begitu ramai dilalui oleh masyarakat sekitar maupun dari luar kota. Situasi tersebut dikarenakan, di sepanjang Jalan Gejayan dan sekitarnya terdapat banyak tempat-tempat yang menjadi tujuan banyak orang. Tempat-tempat tersebut berupa kios-kios jual-beli *handphone*, toko pakaian yang didominasi pakaian perempuan, *minimarket* seperti Circle K dan Indomart, warung makan, hotel yang berkembang pesat jumlahnya serta berbagai macam Perguruan Tinggi, sebut saja Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), Universitas Sanata Darma (USD), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Mercubuana Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada (UGM). Aktivitas masyarakat di jalan tersebut membuat banyak sekali bertebaran iklan-iklan produk, jasa maupun pementaran acara dengan berbagai macam media iklan yang pada nantinya akan digunakan sebagai topik penelitian.

Topik penelitian ini memusatkan apa saja merek dan media iklan luar ruang yang diingat oleh responden kelompok kontrol maupun kelompok eksperimen.

Alasan peneliti memilih Jalan Gejayan ini adalah karena begitu banyaknya media iklan luar ruang yang dipakai oleh pengiklan dan penempatan media iklannya yang bervariasi. Observasi dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada hari Selasa tanggal 15 Oktober 2013 menunjukkan di sepanjang jalan Gejayan terdapat lebih dari 1.329 iklan luar ruang dari berbagai macam jenis iklan dan medianya. Jumlah iklan yang sebanyak itu akan diuji oleh peneliti melalui merek-merek yang diingat (*brand awareness*) oleh responden dan apa saja media iklan luar ruang yang berhasil membantu responden untuk memahami isi informasi dalam iklannya.

Beberapa media iklan luar ruang yang digunakan pengiklan disepanjang Jalan Gejayan adalah sebagai berikut:

- a. **Poster Panels.** Merupakan lembar kertas besar yang dicetak sesuai dengan keinginan pemesan. Contoh media iklan yang menggunakan poster adalah:

**Gambar 2.1: Media Iklan Poster Panel**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 15 Oktober 2013)

- b. **Premiere Billboard.** Keuntungan pemakaian media ini adalah memberikan kesinambungan pesan iklan selama periode satu tahun, didesain menggunakan

*catwalk* di bagian bawahnya, *durable* (tahan lama), memastikan dominasi pada area tertentu, menguatkan nama dan image produk (*brand awareness*) dan memberikan tingkat frekuensi target audiens tinggi. Contoh media iklan yang menggunakan media ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.2: Media Iklan Premiere Billboard**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

- c. **Frame Board.** Berukuran setengah dari ukuran *billboard* normal. Konstruksi atas untuk meletakkan media gambar pun tidak serumit *premiere billboard* bahkan cenderung sederhana. Dikatakan *frame* karena penam-pakan media memang seperti dibingkai. Contoh media iklan yang menggunakan media ini adalah:

**Gambar 2.3: Media Iklan Frame Board**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

- d. **Neon Box.** Media ini berupa kotak berisi lampu-lampu tabung dengan permukaan yang ditampilkan bersifat datar dan dapat meneruskan sinar. Permukaan *neon box* menampilkan gambar produk yang diiklankan dengan menggunakan media-media antara lain *digital printing* pada *colleybrite*, *panaflek*, *transparancy film* atau dengan *sticker/aslant*. Selain itu, produk yang dimunculkan pada permukaan media bisa juga dari hasil sablon. *Neon box* ini memiliki keunggulan, yaitu mampu menunjukkan pesan dengan warna yang serupa baik siang maupun malam. Contoh media iklan yang menggunakan *neon box* adalah:

**Gambar 2.4: Media Iklan Neon Box**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

e. **Neon Sign.** Merupakan media yang menggunakan lampu neon yang dipasang pada media datar. Media ini boleh dikatakan mengungguli media promosi lain pada malam hari karena dapat terlihat lebih hidup. Media ini memiliki tata pencahayaan yang bergerak, kedip maupun permanen serta permainan warna yang dapat diatur dan disesuaikan dengan keinginan. Pada perkembangannya, produsen *illuminated sign system* meluncurkan produk baru yang mengatasi kekurangan dan kelemahan pada *sign system* “konvensional” seperti *neon sign* yang berupa **Panel Neon**. Kelebihannya dibandingkan dengan produk *neon sign*, beberapa di antaranya dapat berefek neon 3D (3 Dimension), menghasilkan ribuan spektrum warna, bergradasi dengan *multi colour*, meliputi semua bentuk dan ukuran, dapat sekecil bungkus rokok atau ukuran besar yang bisa dibentuk rumit seperti sudut tajam dan lain-lain, ringan, hemat listrik hingga 400%, anti pecah, gampang dalam perawatannya, pembuatannya cepat (1-2 jam), harga produksi jauh lebih murah dan dapat dipakai sebagai dekorasi interior. Contoh penggunaan media ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.5: Media Iklan Neon Sign**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

- f. **Standing Signage.** Merupakan media luar ruang yang wujudnya berbentuk tugu atau monumen kecil yang menyatu dengan lingkungan yang ditempatinya. Media ini dalam penampilannya dapat dipadukan dengan lampu sorot, *letter timbul plate* atau neon box. Biasanya, tempat-tempat pemasangan media ini adalah di ruang publik, taman, jalur hijau dan tempat-tempat strategis lainnya. Contoh pemakaiannya adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.6: Media Iklan Standing Signage**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

- g. **Pylon** atau **Company Statue.** Pylon dalam bahasa Indonesia berarti tugu atau tonggak menara. Media ini berupa konstruksi logam atau *neon box* yang dipasang langsung dengan dasarnya menempel tanah sehingga membentuk sebuah tugu yang menjulang. Media ini berfungsi untuk menginformasikan nama dan /atau logo perusahaan yang berada di dalam gedung tempat media ini dipasang. Contoh pemakaian dari media ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.7: Media Iklan Pylon/Company Statue**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

h. **Spanduk** atau **Banner**. Spanduk atau *banner* adalah media promosi yang pemasangannya bersifat insidental atau sementara. Media ini berbentuk persegi empat dengan pemasangannya harus mengikat ke empat ujungnya. Biasanya pemasangannya hanya satu untuk tiap lokasi. Secara umum dapat dijelaskan bahwa jenis media promosi ini terbuat dari kain dengan proses sablon, akan tetapi tidak menutup kemungkinan untuk dibuat bahan *vinyl* dengan proses *digital printing*. Media ini mempunyai ukuran standar selebar 0,9 m atau 1,1 m dengan panjang sesuai permintaan. Spanduk biasanya dibuat dalam jumlah cukup banyak dan dipasang di beberapa lokasi, untuk ukuran lebih besar disebut *giant banner* (media ini dibuat pada media kain dengan sistem sablon). Penggunaan untuk promosi dalam ruang, terdapat pula jenis spanduk yang pemasangannya menggunakan tiang penyangga yang disebut sebagai *standing banner*. Contoh media iklan yang menggunakan media ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.8: Media Iklan Spanduk**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

**Gambar 2.9: Media Iklan X-Banner**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 23 September 2013)

- i. **Umbul-umbul.** Umbul-umbul atau *flags* adalah media promosi yang pemasangannya bersifat insidental atau sementara seperti pada spanduk atau *banner*. Berbeda dengan spanduk, bentuk umbul-umbul tidak harus persegi panjang. Jenis umbul-umbul dibuat dalam jumlah banyak dan dipasang di banyak titik pada lokasi yang sama. Secara umum, umbul-umbul terbuat dari



kain dengan proses sablon. Namun, tidak menutup kemungkinan jenis media ini berbahan vinyl dengan proses *digital printing*.

- j. **Mobil Panel.** Mobil iklan, atau yang biasa diistilahkan dengan “*billboard keliling*”, sangat efektif untuk memasarkan produk dan membuat konsumen terus teringat nama perusahaan ataupun iklan yang ditampilkan. Media luar ruang ini menggunakan permukaan luar kendaraan seperti mobil, truk atau bis sebagai media promosi. Media *portable* ini memiliki keunggulan yaitu mempunyai kemampuan jelajah serta area promosi yang lebih luas daripada media luar lainnya. Penampilan *mobil panel* bisa dicapai dengan perpaduan antara bentuk pengecatan, stiker atau *digital printing*. Lapisan ini umumnya dipasang pada kendaraan perusahaan, transportasi umum maupun mobil kanvas (kendaraan yang dipakai oleh karyawan perusahaan, biasanya *marketing* dalam menjelajah area tugasnya) sehingga mempunyai daya tarik tersendiri. Contoh penggunaan medianya adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.10: Mobil Panel**

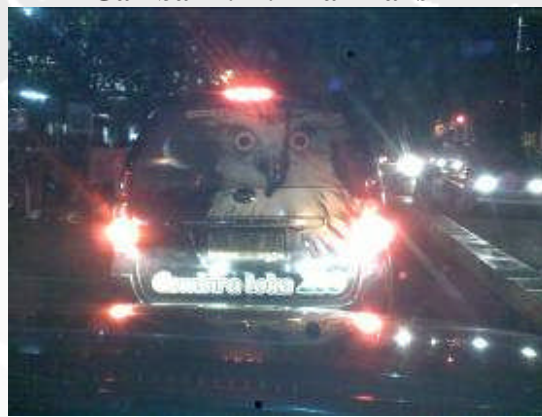


(Sumber: Dokumentasi Penulis, 15 Oktober 2013)

- k. **Iklan Taksi.** Iklan taksi menjadi pilihan iklan yang sangat disukai, cenderung favorit oleh penjual-penjual kelas dunia. Iklan taksi tidak pernah peduli

dengan siapa target pasarnya sebab semua orang bisa menjadi target karena mobilitas iklan taksi sangat tinggi dan dapat melalui seluruh ruas jalan. Iklan taksi adalah salah satu metode iklan yang menggunakan *light-box/neonbox* di atas taksi. Contoh penggunaan iklan taksi adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.11: Iklan Taksi A**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 7 November 2013)

**Gambar 2.12 Iklan Taksi B**



(Sumber: Dokumentasi Penulis, 10 November 2013)