

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian *banner* adalah suatu pesan atau berita yang dijadikan informasi bagi khalayak ramai dan menjadi bahasa promosi untuk berdagang yang menarik minat konsumen untuk mengenali produk yang di iklankan.

Kegiatan berdagang dapat dilakukan di berbagai bidang mulai dari bidang ekonomi, sosial budaya, kesehatan hingga politik. Dalam bidang politik kampanye dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan suara dengan cara mempersuasi masyarakat. Dalam bidang ekonomi dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dengan cara mempersuasi masyarakat agar produk tersebut lebih dikenal dipasar dan atau menaikkan nilai ekonomi dari sebuah produk. Dalam bidang sosial budaya dilakukan dengan tujuan untuk mengkampanyekan suatu kegiatan sosial atau untuk mengenalkan budaya kepada masyarakat luas dengan cara promosi melalui media *banner* atau *banner*. Dalam bidang kesehatan dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk kesehatan atau mempromosikan produk kesehatan dengan cara mempersuasi masyarakat agar produk tersebut lebih dikenal dipasar. Atau dilakukan dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat atau khalayak ramai tentang kesehatan.

Fungsi *banner* antara lain ialah media informasi yaitu pemasangan *banner* merupakan cara yang sangat efektif sebagai media informasi kepada khalayak, baik itu *banner* offline maupun *banner* di website/ blog.

Media Promosi yakni sama halnya sebagai media informasi, *banner* juga efektif digunakan sebagai media promosi. Namun, tentu saja pemasangan *banner* harus berada pada tempat yang strategis dan sering dilihat masyarakat umum.

Identitas atau Ciri Khas ialah suatu *banner* pada sebuah website/ blog dapat berfungsi sebagai identitas atau ciri khas website tersebut sehingga pengunjung

lebih mudah mengingatnya. *Banner* di website juga bisa menjadi salah satu cara dalam melakukan branding secara online.

Setidaknya, terdapat dua kepentingan yang saling bersinggungan mengenai alat promosi berupa *banner* atau *banner*. Yaitu, Estetika dan media promosi. Dua kepentingan ini sebenarnya dari sisi peraturan menjadi tanggung jawab bersama, baik Pemerintah Daerah maupun penyedia jasa. Akan tetapi, pada kenyataannya terdapat tarik menarik kepentingan di antara keduanya.

Pada satu sisi, Pemerintah Daerah cenderung lebih menitikberatkan pada sisi estetika. Salah satu pemicunya, selain tanggung jawab di bidang ini menjadi salah satu fokus pekerjaannya dalam menata daerah, Pemerintah Daerah juga terpacu untuk meraih salah satu penghargaan bergengsi di bidang lingkungan hidup yakni Adipura. Untuk meraih penghargaan prestisius itu, kebersihan dan pengelolaan lingkungan daerah mutlak harus menjadi perhatian utama. Dalam hal ini, keberadaan alat promosi berupa *billboard* akan menjadi tantangan berat tersendiri bila dibiarkan tanpa koordinasi dengan semua pihak yang berkepentingan.

Di sisi lain, penyedia jasa lebih berfokus pada fungsi *billboard* atau papan iklan sebagai media promosi. Selain permasalahan estetika ada pula permasalahan lingkungan yaitu sampah *billboard* atau papan iklan, baik yang berupa *banner*, *billboard*, maupun bendera yang biasanya berada disetiap sudut kota.

Dari fenomena dan permasalahan diatas maka perlu adanya perancangan atau penataan atau penanggulangan atau pemanfaatan dari sisa sisa sampah alat peraga kampanye yang sudah tidak terpakai tersebut, dengan memakai pendekatan bidang keilmuan desain produk. Agar sisa sisa APK (alat peraga kampanye) tersebut tidak menjadi sampah dan tidak merusak lingkungan.

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya perancangan tugas akhir ini :

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mengurangi sampah *banner* atau *banner* yang berasal dari papan iklan atau media promosi lainnya, sekaligus menjaga agar sisa *banner* atau *banner* tidak merusak lingkungan.

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihadapkan dapat diambil dan dapat memberikan manfaat dari penelitian ini adalah :

- A. Dapat mengurangi sampah yang dapat merusak lingkungan
- B. Keteraturan dalam hal penggunaan dan penempatan papan iklan

Munculnya alternatif material baru dalam dunia desain dengan memanfaatkan sampah papan iklan berupa *banner*.

1.4 Batasan Masalah

Dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini, penulis membatasi masalah guna agar proyek tugas akhir ini dapat terarah dengan baik, yaitu sebagai berikut :

- A. Papan iklan yang dimaksud adalah papan iklan promosi yang menggunakan *banner*.
- B. Papan iklan yang dijadikan objek utama adalah yang berbentuk fisik (*Banner & banner*).

1.5 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian tugas akhir ini ada beberapa metode yang digunakan, yaitu sebagai berikut :

- A. Studi Literatur

Studi literatur yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan melakukan pencarian terhadap berbagai sumber tertulis. Baik berupa buku bacaan, jurnal penelitian, majalah, artikel ataupun dokumen dokumen yang relevan dengan permasalahan yang dikaji.

- B. Observasi

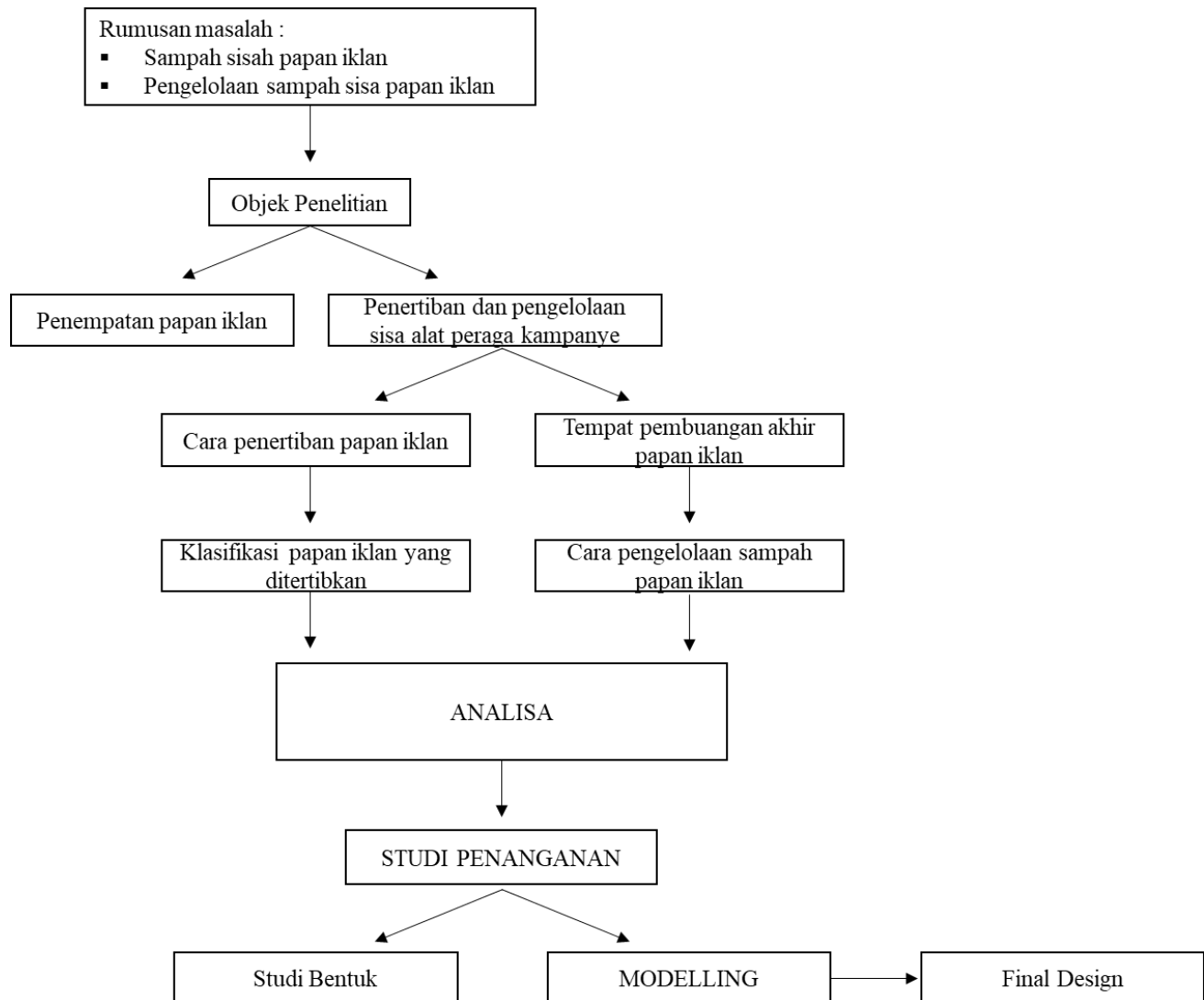
Pengamatan atau observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui

sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

C. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat dari hulu sampai hilir untuk memperkuat data literatur maupun data observasi serta memastikan keabsahan data yang didapat.

1.6 Kerangka Berfikir Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Iklan adalah salah satu bagian dari proses promosi. Bukan hanya itu iklan juga biasa dilakukan untuk menyampaikan isu sosial dan juga dilakukan untuk kepentingan bisnis. Iklan yang besar di Indonesia adalah salah satunya iklan iklan yang dipasang di jalan jalan besar. Seusai papan iklan dipasang ada masalah yang tersisa yaitu salah satunya adalah sampah. Sampah ini berasal dari para penyedia jasa iklan (papan iklan). Sampah papan iklan mulai dari bendera & banner. Papan

iklan digital bisa berupa iklan di media elektronik sampai iklan pada media sosial. Selain itu iklan di media cetak biasa dilakukan pada media *banner*, *banner*, bendera, *flyer*. Sampah sampah iklan ini biasanya tidak diatur dan diolah dengan baik. Maka dari itu, terdapat peluang inovasi baik dari cara pengelolaan sampah sampai inovasi material baru yang berasal dari sampah papan iklan. Adapun tahap perancangan mulai dari tahap Analisa lalu dilanjutkan dengan studi penanganan lalu studi bentuk dan model dan terakhir *final design*.

1.7 Sistematika Penelitian

Penelitian tugas akhir ini terdiri dari 5 bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang landasan teori yang membantu menyelesaikan permasalahan yang sudah disampaikan di bab I, adapun teori teori yang tercantum pada bab ini berasal dari Jurnal ilmiah, buku-buku, jurnal online dan referensi-referensi lain yang sudah dicantumkan sumbernya.

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH

Berisi tentang data lapangan dan data data yang berkaitan dengan masalah yang ingin diselesaikan pada tugas akhir ini, serta berisikan juga tentang analisis masalah yang ditemukan dilapangan yang sesuai dengan tujuan perancangan.

BAB IV : KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Berisi tentang menjelaskan konsep dan hasil perancangan yang dilakukan mulai dari awal berbentuk konsep, sketsa, modeling, proses pengerjaan atau pembuatan, hasil akhir hingga laporan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari perancangan ini.