

Budaya Pemasangan Iklan, Brosur, Alat Peraga, Dan Sejenisnya Pada Pohon Perindang Jalan Di Kota Singaraja

I Putu Ade Suryantara¹

¹ Jurusan Pendidikan Geografi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

e-mail: ade.suryantara@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perubahan budaya masyarakat kota Singaraja yang memanfaatkan pohon-pohon yang ada di pinggir jalan sebagai media atau tempat pemasangan iklan, baliho, maupun alat peraga dalam kampanye serta faktor-faktor yang mempengaruhi budaya tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk transformasi budaya utama yang terjadi di Kota Singaraja adalah penggunaan pohon yang ada di pinggir jalan sebagai tempat menaruh media promosinya baik berupa iklan, brosur, pamflet, dan sejenisnya telah mengubah fungsi pohon sebagai penambah estetika dan penyerap gas CO². Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya budaya pemasangan iklan pada pohon-pohon pinggiran jalan adalah lokasi yang sangat strategis, praktis dan ekonomis serta dapat melakukan penyebaran informasi secara cepat

Keywords:

*Pemasangan Iklan;
Pohon Perindang;
Budaya Perkotaan*

1. Pendahuluan

Kota Singaraja merupakan kota dengan intensitas penduduk yang cukup tinggi. Di Kota ini banyak dijumpai penduduk pendatang, baik berasal dari luar daerah maupun luar provinsi. Hal ini dikarenakan Kota Singaraja memiliki potensi yang sangat besar dalam berbagai bidang, diantaranya bidang pendidikan, pariwisata dan ekonomi. Tujuan orang-orang datang ke kota ini berbeda-beda, ada yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi, ada yang mengembangkan usaha di bidang pariwisata dan juga ada yang mengembangkan usaha kecil untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Adanya salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di kota ini mengakibatkan banyak pendatang terutama mahasiswa yang melanjutkan pendidikan di bangku kuliah yang data ke kota Singaraja untuk menempuh pendidikan. Hal ini dijadikan kesempatan oleh masyarakat sekitar untuk membuka peluang usaha dalam pemenuhan kebutuhan mahasiswa yang akan tinggal di kota tersebut terutama kebutuhan tempat tinggal baik berupa kost-kost-an ataupun kontrakan. Selain itu peluang usaha yang menjadi peluang di kota ini adalah warung penyedia makanan dan juga jasa laundry untuk kebutuhan mahasiswa.

Usaha ataupun kegiatan yang dibuat oleh seseorang tentu memerlukan suatu promosi baik berupa iklan ataupun baliho untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar konsumen mengetahui informasi yang disediakan oleh para pedagang ataupun penyedia jasa tersebut. Dalam menaruh informasi yang disediakan tersebut tentu membutuhkan tempat yang strategis agar dapat secara langsung dilihat oleh orang-orang di sekitarnya.

Periklanan adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada konsumen tentang sesuatu dan mengajak mereka melakukan sesuatu. Dari mata seorang konsumen, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya bentuk suatu hiburan. Sedangkan pandangan sosial iklan adalah bentuk jasa suatu kelompok masyarakat. Secara umum iklan membantu menjelaskan akan suatu produk, sedangkan bagi perusahaan itu sendiri iklan merupakan suatu alat pemasar yang sangat penting bagi perusahaan. Untuk lebih jelasnya, pendapat beberapa para ahli mengenai advertising (periklanan).

Menurut Kotler (dalam Novianady, 2014:421) menyatakan bahwa "Iklan adalah segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar" artinya, dalam menyampaikan pesan tersebut, komunikator memang secara khusus melakukannya dengan cara membayar kepada pemilik media atau membayari orang yang mengupayakannya. Adapun pengertian iklan secara komprehensif adalah semua bentuk aktifitas untuk menghadirkan dan mempromosikan ide, barang, atau jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu Durianto (dalam Wisnu Nugroho, 2013:7). Iklan juga merupakan segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi gagasan barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Iklan merupakan cara yang berbiaya efektif dalam menyampaikan pesan, untuk membangun persepsi merek atau untuk mendidik orang Kotler(dalam Wisnu Nugroho, 2013:7).

Pohon yang ada di pinggir jalan raya atau yang disebut dengan pohon perindang memiliki fungsi yang sangat banyak diantaranya adalah sebagai penyerap karbon monoksida dan penyedia oksigen. Akan tetapi kini banyak sekali pohon-pohon tersebut digunakan sebagai pemasangan iklan ataupun baliho bagi suatu kegiatan ataupun usaha yang dilakukan bahkan sebagai tempat pemasangan alat peraga dalam kampanye kepala daerah. Hal ini sudah menjadi budaya dikalangan masyarakat untuk menaruh atau memasang iklan di pohon pinggir jalan agar dilihat banyak orang dan membuat usaha atau kegiatan mereka berhasil.

Penghijauan di jalan umum biasanya berbentuk penanaman pohon di bagian jalan yang disebut jalur hijau. Jalur hijau ini biasanya terdapat di bagian tengah untuk jalan dua arah maupun di Kanan atau kiri jalan. Kegiatan penghijauan di jalan-jalan protokol tidak boleh menghalangi pandangan, sehingga untuk jalur hijau dikiri dan kanan jalan yang merupakan pelestarian bisa ditamani dengan jenis pepohonan yang sesuai. Jalan lingkungan berfungsi untuk tempat berjalan kaki antar masyarakat. Sehingga jalan ini dapat dibuat teduh dengan menanam pohon yang rindang (Derlina, 2001:45)

Pohon pelindung sangat dibutuhkan untuk penghijauan kota, terutama untuk hutan kota, jalur hijau pinggiran sungai dan juga taman-taman kota. Menurut Nazaruddin (dalam Derlina, 2001:46) ada beberapa syarat yang harus dimiliki oleh tanaman untuk menjadi pohon pelindung yang baik, yaitu: berbatang besar dan tinggi, berpenampilan segar dan menarik, berfungsi sebagai penyerap polusi, berfungsi sebagai peneduh jalan, bebas hama dan penyakit, percabangan kuat dan daun tidak gugur, tidak menimbulkan alergi, mudah tumbuh, cepat dan terhadap pangkasan serta gangguan fisik. Berdasarkan permasalahan tersebut, adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk transformasi budaya pemasangan iklan, brosur dan sejenisnya pada pohon di pinggiran jalan di Kota Singaraja, untuk menganalisis proses transformasi budaya pemasangan iklan, brosur dan sejenisnya pada pohon di pinggiran jalan di Kota Singaraja dan mengidentifikasi faktor yang menyebabkan transformasi budaya pemasangan iklan, brosur dan sejenisnya pada pohon di pinggiran jalan di Kota Singaraja

2. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini meliputi data fisiografis, pohon perindang di wilayah perkotaan dan pemasangan iklan. Data primer tersebut dikumpulkan dengan teknik observasi. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan analisis kualitatif.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung di lapangan dengan menggunakan beberapa kriteria yang dimaksudkan dalam topik yang dikaji. Kriteria yang digunakan yaitu terkait dengan pohon-pohon di pinggir jalan yang digunakan sebagai tempat untuk memasang iklan, baliho, dan sejenisnya, serta dampaknya terhadap lingkungan sekitarnya. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu mengamati, menganalisis, dan mendokumentasikan apa yang ditemukan di lapangan, sehingga memperoleh kondisi saat ini yang membudaya di masyarakat. Hal ini adalah salah satu contoh perubahan kebudayaan yang terjadi pada masyarakat luas khususnya di Kota Singaraja.

3. Hasil dan Pembahasan

Penanaman pohon sebagai alat perindang jalan yang dilakukan oleh pemerintah merupakan hal yang sangat penting. Selain sebagai perindang pada saat musim kemarau atau saat teriknya matahari pohon ini juga dapat bermanfaat sebagai penyerap karbon monoksida dan juga penyedia oksigen bagi seluruh makhluk hidup. Akan tetapi karena adanya kebutuhan akan media komunikasi yang diperlukan oleh masyarakat, pohon yang ada di sekitar atau di samping jalan raya dimanfaatkan sebagai tempat untuk menaruh iklan, brosur, baliho, bahkan pemasangan alat peraga saat berlangsungnya kampanye dalam kepala daerah.

Singaraja merupakan kota terbesar kedua di Pulau Bali, banyak kegiatan yang berlangsung setiap harinya di kota ini termasuk perdagangan, industri perkantoran, dan juga pendidikan. Dengan banyaknya kegiatan ataupun aktivitas yang dilakukan tentu akan munculnya persaingan antara satu kegiatan dengan kegiatan yang lain untuk merebut simpati dari para pembeli ataupun pelanggan dari kegiatan atau usaha yang dilakukan. Demi meraih simpati atau perhatian dari pelanggan, para pelaku usaha ini beramai-ramai membuat iklan yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca mengenai usaha yang mereka buat. Iklan yang dibuat dalam bentuk pamflet, banner, ataupun baliho dan sejenisnya.

Iklan yang dibuat oleh pelaku usaha ini pada umumnya diletakkan pada lokasi-lokasi yang strategis sehingga bisa dilihat secara langsung oleh semua lapisan masyarakat. Dari hasil observasi di lapangan ditemukan banyak pelaku usaha yang menaruh iklan tentang kegiatan atau usaha mereka di pohon yang ada di sekitar jalan raya yaitu pada jalan Ahmad Yani dan jalan Dewi Sartika Utara. Di ruas kedua jalan tersebut banyak sekali ditemukan iklan-iklan maupun baliho yang dipasang pada pohon yang ada di pinggir jalan. Selain mengganggu keindahan tata ruang kota juga dapat mengakibatkan terganggunya kelangsungan hidup dari pohon-pohon tersebut. Dengan adanya pemasangan iklan, brosur dan sejenisnya di pohon yang ada di sekitar jalan raya juga dapat mengganggu wajah kota tersebut menjadi tambah sembrawut. Jadi disini dapat dikatakan bahwa nilai dari pohon tersebut telah berubah yang dulunya berfungsi sebagai alat perindang jalan dan juga sebagai penambah keindahan kota menjadi tempat pemasangan iklan suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Iklan yang dipasang pada pohon di jalan Ahmad Yani Kota Singaraja

Dipilihnya pohon sebagai sarana atau tempat untuk pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya dikarenakan memiliki nilai tersendiri dilihat dari mobilitas atau aktivitas penduduk yang melewati jalan raya yang lumayan tinggi. Kota Singaraja merupakan kota yang memiliki pusat-pusat aktivitas yang tinggi seperti perkantoran, sekolah, kegiatan industri, dan lain sebagainya sehingga berpengaruh terhadap kondisi mobilitas penduduknya. Dari hal tersebut banyak kalangan masyarakat mulai dari kelompok/organisasi dan pihak-pihak yang sedang menjalankan promosi menggunakan pohon di pinggir jalan sebagai tempat untuk memasang sarana promosinya, sehingga apa yang disampaikan melalui iklan, brosur, dan sejenisnya dapat dibaca atau dilihat orang banyak karena lokasinya sangat strategis.

Pemanfaatan pohon sebagai tempat pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya sudah berlangsung lama dan sampai saat ini kegiatan tersebut telah menjadi budaya dikalangan masyarakat. Berbeda dengan sebelumnya dimana pohon yang ada di pinggir jalan difungsikan sebagai perintang jalan, penyerap karbon monoksida, penghasil oksigen bagi makhluk hidup dan juga untuk menambah nilai estetika di Kota Singaraja, serta pohon yang besar dikeramatkan yang bertujuan untuk melestarikan keberadaan pohon tersebut agar tidak ditebang.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan ditemukan cukup banyak pohon yang digunakan sebagai tempat untuk memasang iklan, brosur, dan sejenisnya. Hal tersebut dapat mempengaruhi berbagai aspek-aspek yang ada baik dari informasi, ekonomi, dan nilai estetika tata ruang kota.

Proses perubahan kebiasaan ini terjadi sangat cepat karena proses kegiatan ini bisa dilakukan dengan waktu yang singkat dan dengan jumlah yang banyak. Setiap kepentingan baik individu, kelompok atau organisasi dan pihak-pihak yang memiliki kegiatan promosi tentu memilih tempat yang strategis dengan biaya yang sedikit dan dengan waktu pemasangan yang cepat serta informasi yang disampaikan mudah dilihat orang banyak. Dengan demikian salah satu cara yang dilakukan untuk dapat memenuhi hal tersebut adalah dengan memasang iklan di pohon-pohon pinggir jalan.

Pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya di pohon pinggir jalan dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut. Pertama, lokasi yang sangat strategis. Pemilihan lokasi dalam pemasangan iklan, brosur dan sejenisnya tentu akan memperhatikan lokasi tempat pemasangannya agar informasi yang ingin mereka sampaikan dapat benar-benar sampai ke masyarakat banyak. Dalam hal ini masyarakat lebih memilih memasang iklan, brosur, dan sejenisnya di pohon-pohon pinggir jalan dikarenakan jalan merupakan tempat orang berlalu-lalang, hal ini akan mempengaruhi keberhasilan dari tujuan pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya tersebut. Jadi pohon-pohon di sekitar jalan raya merupakan tempat yang strategis untuk pemasangan iklan, brosur dan sejenisnya. Dikatakan strategis karena akan mempermudah banyak orang untuk melihat informasi tersebut sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diketahui banyak orang secara cepat.

Kedua, praktis dan ekonomis. Pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya tidak memerlukan biaya yang tinggi dan alat yang tidak terlalu banyak. Selain itu pemasangan juga tidak memerlukan ijin dari pemerintah. Untuk melakukan pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya pada pohon di pinggir jalan maka para pelaku usaha tidak perlu untuk mengeluarkan biaya yang banyak mereka bisa memasang iklan dengan hanya menancapkan dengan paku ataupun menggunakan lem sehingga tidak ada pengeluaran yang terlalu banyak. Selain itu juga tidak perlu ijin dari pemerintah dalam pemasangannya, jadi para pelaku usaha tidak perlu repot-repot mengurus ijin untuk pemasangan sebuah iklan.

Ketiga, penyebaran informasi secara cepat. Pemasangan iklan di pohon-pohon pinggir jalan raya akan mempengaruhi informasi yang ingin disampaikan. Dengan keberadaannya di pinggir jalan raya yang merupakan tempat lalu-lalang kendaraan ataupun masyarakat tentu informasi yang disebarkan dari adanya iklan, brosur, dan sejenisnya tersebut dapat dengan cepat disebarkan ke masyarakat luas.

4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat di kota Singaraja yang memiliki kegiatan atau usaha yang memerlukan media promosi cenderung menggunakan pohon yang ada di pinggir jalan sebagai tempat menaruh media promosinya baik berupa iklan, brosur, pamflet, dan sejenisnya. Kegiatan ini telah merubah nilai pohon-pohon yang ada di sekitar jalan raya yang dulunya bernilai sebagai penambah estetika kota Singaraja dan juga memiliki fungsi sebagai penyerap karbon monoksida dan penyedia oksigen menjadi tempat atau sarana dalam mempromosikan suatu kegiatan atau usaha. Penggunaan pohon sebagai tempat pemasangan iklan, brosur, dan sejenisnya ini terjadi dengan proses yang sangat cepat karena setiap kegiatan atau usaha tentu butuh melakukan suatu promosi agar dikenal oleh masyarakat. Dengan memasang iklan pada pohon pinggir jalan tentu akan menghemat dan biaya dalam pemasangannya. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya budaya pemasangan iklan pada pohon-pohon pinggir jalan adalah lokasi yang sangat strategis, praktis dan ekonomis serta penyebaran informasi secara cepat.

Daftar Pustaka

- Derlina. 2001. "Sistem Penghijauan Kota Sebagai Sistem Penunjang Kelestarian Alam", Volume 25, No. 1 (hlm.40—49).
(<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Budaya>) diakses pada tanggal 28 mei 2015 pukul 19:43 pm.
- Jatijajar, Afif. 2015. "Pengertian Budaya dan Kebudayaan". Tersedia pada <http://historikultur.blogspot.com/2015/02/pengertian-budaya-dan-kebudayaan.html?m=1> (diakses pada tanggal 29 mei 2015)
- Noviandy. 2014. "Persepsi Masyarakat Tentang Penggunaan Iklan Media Luar Ruang Terhadap Estetika Kota Samarinda", Volume 2, Nomor 2 (hlm.417--431).
- Nugroho, Wisnu. 2013. "Analisis Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha Di Semarang". 2013
- Rani, Julia, dkk. 2014. "Analisis Kekuatan Mengikat Terhadap Iklan/Promosi, Reklame (Pra Kontrak). Edisi 06 Nov. 2014-Feb 2015 (hlm.34—40).
- Tylor, E.B. 1974. *Primitive culture: researches into the development of mythology, philoshopy, religion, art, and custom*. New York: Gordon Press. First published in 1871.