

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Kota Parepare

Awal perkembangannya, perbukitan yang sekarang ini disebut kota Parepare, dahulunya adalah merupakan semak-semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring sebagai tempat yang pada keseluruhannya tumbuh secara liar tidak teratur, mulai dari utara (Cappa Ujung) hingga ke jurusan selatan kota. Kemudian dengan melalui proses perkembangan sejarah sedemikian rupa dataran itu dinamakan kota Parepare.

Kota Parepare ditenggarai sebagian orang berasal dari kisah Raja Gowa, dalam satu kunjungan persahabatan Raja Gowa XI, Manrigau Dg. Bonto Karaeng Tunipallangga (1547-1566) berjalan-jalan dari kerajaan Bacukiki ke kerajaan Soreang. Sebagai seorang raja yang dikenal sebagai ahli strategi dan pelopor pembangunan, kerajaan Gowa tertarik dengan pemandangan yang indah pada hamparan ini dan spontan menyebut “Bajiki Ni Pare” artinya “(pelabuhan di kawasan ini) di buat dengan baik”. Parepare ramai dikunjungi termasuk orang-orang Melayu yang datang berdagang ke kawasan Suppa.¹

Kata Parepare punya arti tersendiri dalam bahasa Bugis, kata Parepare bermakna “Kain Penghias” yang digunakan di acara semisal pernikahan, hal ini dapat kita lihat dalam buku sastra lontara La Galigo yang disusun oleh Arung Pancana Toa Naskah NBG 188 yang terdiri dari 12 jilid yang berjumlah halamannya 2851, kata Parepare terdapat di beberapa tempat di antaranya pada

¹ Nanang Sobirin, *Sejarah Kota Parepare dan Masuknya Penjahat Belanda*, 23 April 2018 <https://daerah.sindonews.com/berita/1299994/29/sejarah-kota-parepare-dan-masuknya-penjajah-belanda?showpage=all> (Diakses pada tanggal 06 Maret 2021)

jilid 2 hal. 62 baris no. 30 yang berbunyi “pura makkenna linro langkana Parepare “(Kain Penghias dengan istana sudah dipasang). Melihat posisi yang strategis sebagai pelabuhan yang terlindungi oleh tanjung di depannya, serta memang sudah ramai dikunjungi orang-orang, maka Belanda pertama kali merebut tempat ini kemudian pertama kali merebut tempat di wilayah bagian tengah Sulawesi Selatan. Disinilah Belanda bermarkas untuk melebarkan sayapnya dan merambah seluruh dataran timur dan utara Sulawesi Selatan. Hal ini yang berpusat di Parepare untuk wilayah Ajatappareng.

Pada zaman Hindia Belanda, di kota Parepare, berkedudukan seorang Asisten Residen dan seorang *Controlur* atau *Gezag Hebbber* sebagai pimpinan pemerintah Hindia Belanda dengan status wilayah pemerintah yang dinamakan “AfdelingParepare” yang meliputi, Onder Afdeling Barru, Onder Afdeling Sidenreng Rappang, Onder Afdeling Enrekang, Onder Afdeling Pinrang dan Order Afdeling Parepare.

Struktur pemerintahan ini, berjalan hingga pecahnya Perang Dunia II yaitu pada saat terhapusnya pemerintahan Hindia Belanda sekitar tahun 1942. Pada zaman kemerdekaan Indonesia tahun 1945, struktur pemerintahan disesuaikan dengan undang-undang no.1 tahun 1945 (Komite Nasional Indonesia). Dan selanjutnya undang-undang nomor 2 tahun 1948, dimana struktur pemerintahannya juga mengalami perubahan, yaitu di daerah hanya ada Kepala Daerah atau Kepala Pemerintahan Negeri (KPN) dan tidak ada lagi semacam Asisten Residen atau Ken Karikan.²

Pada waktu status Parepare tetap menjadi Afdeling yang wilayahnya tetap meliputi 5 daerah seperti yang disebutkan sebelumnya. Dengan keluarnya

² Nanang Sobirin, *Sejarah Kota Parepare dan Masuknya Penjajah Belanda*, 23 April 2018 <https://daerah.sindonews.com/berita/1299994/29/sejarah-kota-parepare-dan-masuknya-penjajah-belanda?showpage=all> (Diakses pada tanggal 06 Maret 2021)

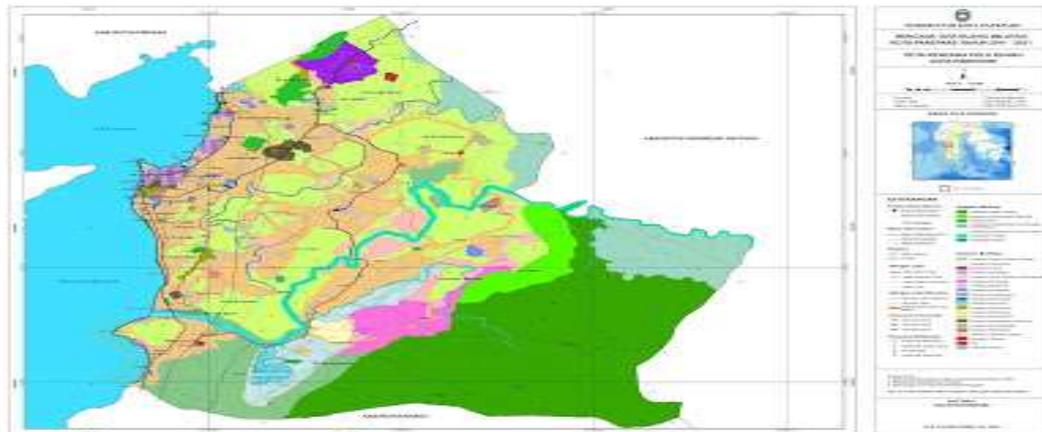
Undang-Undang nomor 29 tahun 1959 tentang pembentukan dan pembagian daerah-daerah tingkat II dalam wilayah provinsi Sulawesi Selatan, maka ke empat Onder Afdeling tersebut menjadi kabupaten tingkat II, yaitu masing-masing kabupaten tingkat II Barru, Sidenreng Rappang, Enrekang dan Pinrang, sedangkan Parepare sendiri berstatus kota Praja tingkat II Parepare. Kemudian pada tahun 1963 istilah kota Praja diganti menjadi Kotamadya dan setelah keluarnya UU no. 29 tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Sulawesi, maka status Kotamadya berganti menjadi “kota” sampai sekarang.

Didasarkan pada tanggal pelantikan dan pengambilan sumpah Wali Kotamadya pertama H. Andi Mannaungi pada tanggal 17 Februari 1960, maka dengan Surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah No. 3 tahun 1970 ditetapkan hari kelahiran Kotamadya Parepare tanggal 17 Februari 1960.³

4.1.2 Letak Geografis

Kota Parepare sebagai salah satu dari 24 kabupaten/kota yang ada di provinsi Sulawesi Selatan, secara geografis terletak di ujung selatan pulau Sulawesi membujur dari Utara ke Selatan tepatnya terletak pada posisi 4°01 '0" Lintang Utara dan 119°25'0" Bujur Timur. Kota Parepare merupakan daerah transit maksudnya adalah daerah dimana wisatawan akan melewati daerah tersebut menuju destinasi wisata yang bersifat kolektor dari daerah interline yaitu Kabupaten Barru, Kabupaten Pinrang, Kabupaten Sidenreng Rappang. Kota Parepare juga merupakan pintu bagi masuknya komoditi perdagangan antar pulau melalui pelabuhan Kota Parepare yang menghubungkan pulau Sulawesi dan pulau Kalimantan, pulau Jawa dan pulau-pulau di kawasan Indonesia Timur.

³ Nanang Sobirin, *Sejarah Kota Parepare dan Masuknya Penjahar Belanda*, 23 April 2018 <https://daerah.sindonews.com/berita/1299994/29/sejarah-kota-parepare-dan-masuknya-penjahar-belanda?showpage=all> (Diakses pada tanggal 06 Maret 2021)



Gambar 4.1 Peta Kota Parepare

Luas wilayah kota Parepare secara keseluruhan adalah 99,33 km². Secara administrasi kota Parepare dibagi atas 4 (empat) wilayah kecamatan, 41 desa dan 22 kelurahan. Kecamatan tersebut antara lain:

1. Kecamatan Bacukiki
2. Kecamatan Bacukiki Barat
3. Kecamatan Ujung
4. Kecamatan Soreang.⁴

4.2 Bentuk Visual *Billboard* Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare

Manusia sebagai makhluk individu pada dasarnya mempunyai banyak keinginan, harapan-harapan bahkan obsesi. Selain itu, manusia juga merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi dengan manusia yang ada disekitarnya, serta makhluk budaya yang dibekali dengan daya cipta, rasa, sertakarsa sehingga mampu menghasilkan banyak karya-karya. Masyarakat pun menggunakan berbagai macam media untuk mendapatkan informasi dan guna menyampaikan pesannya. Setiap anggota masyarakat baik itu dari kalangan atas

⁴Awaluddin, *Dampak Pembangunan Pasar Senggol Terhadap Hubungan Sosial Pedagang Di Kota Parepare* (Skripsi Sarjana: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), Universitas Hasanuddin Makassar, 2017, h. 40

maupun kalangan bawah mempunyai cara-cara tersendiri dalam hal mewujudkan berbagai bentuk ekspresi seperti yang dituangkan dalam pesan-pesan yang terdapat pada *billboard*.

Teori stimulus respon menjelaskan bahwa dalam menyampaikan suatu informasi kepada masyarakat menurut pencetus dari teori ini yaitu Howland, Janis dan Kelley mengatakan bahwa terdapat tiga unsur yaitu pesan, penerimaan dan perubahan sikap.

4.2.1 Pesan

Pesan merupakan hal yang sangat penting dalam suatu komunikasi dimana pesan ini merupakan inti pokok pembahasan yang akan disampaikan kepada masyarakat ataupun khalayak ramai. Pesan pada penelitian ini yaitu bagaimana suatu masyarakat dapat mengenal media yang ada disekitar mereka termasuk pesan yang terdapat pada *billboard*.

Sehubungan dengan wacana di atas, hasil penelitian yang diperoleh dari proses wawancara saat ditanya terkait dengan tanggapan masyarakat terhadap pesan yang terdapat pada *billboard*. Adapun gambar (4.1) pada pesan *billboard* yaitu:



Gambar di atas menunjukkan bahwa anak yatim piatu yang ada di lingkungan kita sebagai besar hidupnya dalam keadaan yang kurang baik karena kehilangan tulang punggung pencari nafkah dan sebagai figur orang tua dalam hidupnya. Seiring dengan berjalannya waktu demi waktu dan semakin tingginya biaya hidup, maka memaksa anak yatim piatu untuk mencari nafkah sendiri, hal tersebut akan berdampak sangat buruk bagi kehidupan mereka. Mereka akan kehilangan waktu untuk menuntut ilmu yang merupakan kewajiban mereka. Dan kita sebagai insan yang beriman dianjurkan untuk menyantuni dan menyayangi anak yatim piatu akan mendapatkan pahala besar.

Berdasarkan gambar (4.1) *billboard* di atas seorang warga Kota Parepare bernama Risal menyatakan bahwa:

“Pertama melihat billboard itu sangat bagus karena menginspirasi bagi masyarakat-masyarakat yang masuk baik dari luar maupun dari masyarakat parepare terutama bagi saya pribadi karena pesan yang terdapat didalamnya itu tidak jauh dari apa yang ada di kehidupan sehari-hari saya dan pada saat saya membaca pesannya itu sudah mulai banyak yang saya tahu, seperti halnya contoh informasinya itu yang sering saya perhatikan yaitu sayangilah anak yatim usap-usaplah kepalanya berilah ia makan sesuai apa yang kamu makan, dari kata-kata inilah yang sangat menyentuh hati saya betapa pentingnya untuk menyayangi anak yatim itu sendiri.”⁵

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dicermati bahwa pertama kalinya melihat *billboard* itu sangat bagus karena menginspirasi bagi masyarakat, baik itu masyarakat dalam maupun masyarakat luar Parepare, karena pesan yang terdapat pada *billboard* tidak jauh dari kehidupan sehari-hari. Seperti halnya sayangilah anak yatim pesan tersebut sangatlah penting untuk senantiasa menyayangi anak yatim.

⁵Risal (Penjual), hasil wawancara pada tanggal 27 Agustus 2020 di Parepare

Adapun gambar (4.2) di bawah ini terkait pesan *billboard* yaitu;



Dari gambar di atas menunjukkan bahwa makan dan minum adalah hal yang sangat penting dalam kebutuhan pokok manusia. Islam selalu mengatur aspek kehidupan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Islam pun mengajarkan apa yang sebaiknya dilakukan dan apa yang sebaiknya tidak dilakukan ketika makan. Banyak dari kita yang memiliki kebiasaan makan sambil berdiri. Adab makan merupakan hal penting yang harus dilakukan secara berulang-ulang setiap harinya. Dengan demikian tata cara dalam makan harus dilakukan dengan benar, makan sambil berdiri selain kurang sopan, juga kurang sehat bagi sistem pencernaan kita.

Berdasarkan gambar (4.2) di atas seorang warga Kota Parepare bernama Amri yang menyatakan bahwa:

“Terkait informasi yang disampaikan dalam *billboard* mengenai informasi-informasi yang sangat bagus karena didalam *billboard* dia selalu mengingatkan kepada kita untuk tidak minum ketika berdiri ataupun dalam beberapa hal sesuai dengan tema yang ada dalam *billboard* tersebut. Intinya *billboard* itu selalu mengingatkan kita.”⁶

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dicermati bahwasanya informasi yang disampaikan dalam *billboard* itu sangatlah penting untuk selalu

⁶Amri (Tukang becak), hasil wawancara pada tanggal 27 Agustus 2020 di Parepare

mengingatkan kepada masyarakat agar tidak sepatutnya minum dan makan berdiri karena hal tersebut bukan budaya daripada umat Islam. Prinsip Islam mengajarkan kepada manusia dalam mengontrol perilaku dengan nilai-nilai yang ditanamkan orangtua kepada anaknya.



Dari gambar (4.3) yang menunjukkan bahwa kata Subhanallah merupakan kalimat tasbih yang di sunnahkan membacanya ketika selesai sholat wajib dan dianjurkan pula bertasbih setiap saat karena itu merupakan salah satu kalimat yang disukai oleh Allah swt. begitu pula dengan Alhamdulillah yang merupakan kalimat yang dianjurkan ketika selesai melakukan sesuatu.

Berdasarkan gambar di atas seorang warga Kota Parepare bernama Nita yang mengatakan bahwa:

“Kalau saya mengenai *billboard* ini memiliki pesan yang sangat dalam yang ada disampaikan pada *billboard* karena setiap apa yang disampaikan pada papan informasi itu pasti memiliki makna di dalamnya. Seperti pada pesan *billboard* ini yang mengatakan bahwa ucapan yang paling baik di sukai oleh Allah swt ialah Subhanallah dan Alhamdulillah. Jadi, pesannya itu sangat dalam yang membuat kita sadar bahwa ternyata dalam berucap yang lebih disukai Allah SWT itu ada dua dan saya pahami bahwa hal itu tidak lepas dari dzikir dan rasa syukur kita kepada sang pencipta.⁷

⁷ Nita (Pelajar), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dicermati bahwa *billboard* memiliki makna pesan yang sangat mendalam sebab dari setiap kata mampu mengubah perilaku manusia.



Gambar (4.4) menunjukkan bahwa sabar merupakan senjata terbaik bagi orang yang mendapat ujian. Sabar merupakan sumber kelapangan hati dan tangga untuk meraih tujuan. Orang yang sabar tidak akan mengeluh dan tidak gusar ketika mendapat ujian. Sabar adalah merupakan ajaran penting yang harus dijalankan oleh seseorang yang ingin mendapatkan sesuatu yang diharapkan.

Berdasarkan gambar (4.4) di atas seorang warga Kota Parepare bernama Adri Syam yang mengatakan bahwa:

“Informasi-informasi yang terdapat pada *billboard* sangatlah membangun dan bermanfaat yaitu terkait pesan *billboard* yang mengatakan senjata yang paling ampuh bagi orang beriman adalah sabar dan doa. Jika kita mendalami pesan dan maknanya itu akan membawa perubahan pada diri kita sendiri.”⁸

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa informasi yang terdapat pada *billboard* sangatlah membangun serta bermanfaat bagi masyarakat yang mendalami sifat sabar tersebut. Bahkan sabar sendiri dapat merubah perilaku

⁸Anri Syam (Tukang Ojek), hasil wawancara pada tanggal 23 Agustus 2020 di Parepare

manusia. Sebab, Allah swt. dalam firman-Nya mengatakan bahwa “Allah bersama orang-orang yang sabar”.



Dari gambar (4.5) menunjukkan bahwa tolong menolong adalah termasuk persoalan-persoalan penting dilaksanakan oleh seluruh umat manusia secara bergantian. Sebab, tidak mungkin seorang manusia dapat hidup sendiri-sendiri tanpa menggunakan cara pertukaran kepentingan dan kemanfaatan. Adapun jika pesan seperti ini yang ditampilkan pada iklan *billboard*. Itu akan memudahkan orang-orang yang melihat atau membaca senantiasa mengingat bahwa tolong-menolong adalah kewajiban seorang muslim.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Agus berdasarkan *billboard* terkait gambar di atas yaitu:

“Informasi pada *billboard* adalah informasi yang sangat efektif karena *billboard* dapat memberikan informasi kepada orang secara tidak langsung. Seperti halnya pesan yang mengatakan bahwa tolong-menolonglah kamu dalam meningkatkan kebajikan. Jadi inilah yang akan membuat masyarakat mengerti bahwa ternyata *billboard* ini membuat kita sadar yang awalnya kita masa bodoh dalam membantu orang disekitar kita.⁹

⁹Agus (Tukang Ojek), hasil wawancara pada tanggal 23 Agustus 2020 di Parepare

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, dapat dicermati bahwasanya informasi pada *billboard* ini sangatlah efektif dalam memberikan kesadaran kepada masyarakat yang melihat atau membaca pesan tersebut dikarenakan pesannya tidak lepas dari apa yang ada disekitar masyarakat sehingga kesadaran pun akan muncul dengan sendirinya.

Komunikasi massa akan efektif apabila pesan yang disampaikan direspon oleh masyarakat dan menerima dengan baik pesan yang disampaikan oleh media tersebut seperti halnya pesan yang terdapat pada *billboard*. Dengan demikian, masyarakat dapat mengimplementasikan pesan dari media tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui pesan *billboard* membuat masyarakat yang melihat mudah dalam memahami bahkan dalam keadaan apapun, sehingga pesannya dapat tersampaikan dengan baik. Dengan memilih kata-kata yang baik, jujur dan tepat akan memberikan pengaruh yang baik pula dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun ayat terkait pesan melalui perkataan yang mudah dipahami yang terdapat pada prinsip komunikasi Islam yaitu *Qaulan Sadidan*. *Qaulan Sadidan* yaitu pembicaraan yang benar, jujur, lurus dan tepat. Kejujuran dalam ucapan pernah ditanyakan Jabir ibn ‘Abdullah r.a kepada Nabi Muhammad Saw, “Ya Rasulullah, apa yang engkau kau khawatirkan menipu diriku? Beliau menjawab, ‘*ini*’ sambil menunjuk lidahnya.”Kemudian Allah memerintahkan *qaulan sadidan* sesudah takwa sebagaimana dalam QS. Al-Ahzab/33:70 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.”¹⁰

¹⁰Departemen Agama RI, *Al-Hikmah: Al-Quran dan Terjemahan*, 2012, h. 427

Dalam tafsir Al-Azhar, Hamka menjelaskan bahwa diantara sikap hidup karena imam dan takwa adalah jika berkata-kata memilih kata yang tepat dan jitu. Dalam kata yang tepat terkandung kata yang benar, jangan memakai kata yang berbelit-belit, yang lain dari apa yang di maksud oleh penyampai pesan. Kata-kata yang menyakiti tidak akan timbul jika komunikator atau penyampai pesan telah memilih kata-kata yang akan disampaikan sesuai dengan makna yang berasal dari hati. Pemilihan kata yang tepat dalam bercakap-cakap datangnya dari hati yang bersih, karena ucapan lidah adalah dorongan dari hati. Kata-kata yang menyakiti Allah dan Rasul-Nya asalnya dari jiwa yang tidak jujur.¹¹

Dari penjelasan diatas penulis memberikan pendapat bahwasanya diantara sikap hidup karena imam dan takwa adalah ketika memilih kata-kata yang baik dan tepat sehingga memudahkan masyarakat untuk memahami setiap kata yang diucapkan.

4.2.2 Perhatian

Komunikasi adalah hal yang sangat penting serta dapat berpengaruh pada elemen yang akan menerima stimulus kepada komunikator. Sikap yang terdapat pada komunikator tersebut dalam menyikapi stimulus yang akan diterima tentunya memiliki perbedaan tergantung kepada masing-masing masyarakat dalam menyikapinya. Dalam hal mempelajari sikap tersebut perlu diketahui bahwa ada tiga tahapan variabel yang penting untuk membuat proses belajar yaitu perhatian. Dimana, perhatian inilah yang menjadi penting untuk menentukan bagaimana respon yang diberikan oleh komunikator terhadap stimulus.

Sebagaimana pendapat Syahril terkait perhatian terhadap informasi pada *billboard* yang mengatakan bahwa:

“*Billboard* itu tidak efektif dalam menyampaikan dakwah sebab tidak semua masyarakat memperhatikan *billboard* itu, walaupun memang

¹¹ Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, (Depok: Gema Insani, 2015), h. 271

billboard itu dipasang di jalan tetapi kalau dijalankan mana mungkin orang memperhatikannya karena di jalan pasti fokus dalam berkendara. Seperti pada gambar *billboard* yaitu saudagar yang menjual barang akan dijamin rezekinya. Walaupun pesan yang terkandung didalamnya sangat baik tetapi menurut saya *billboard* itu tidak efektif untuk penyampaian dakwah apalagi ketika saya berkendara akan tidak memperhatikan pesannya.”¹²

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa informasi dari *billboard* terkait pesannya dari Al-Qur’an dan Hadits menjadikan tidak efektif dari segi penyampaian dakwah. Sebab, tidak semua kalangan masyarakat memperhatikan apa maksud dari pesan *billboard* tersebut.

Hal tersebut juga disampaikan oleh Muh. Said yang mengatakan bahwa:

“Jika berbicara masalah efektif dalam menyampaikan dakwah sebenarnya efektif jika tapi tergantung dari konsistensinya daripada *billboard* itu karena jangan sampai orang yang membaca makna *billboard* karena dalam *billboard* itu tidak terlalu luar dalam menjelaskan maknanya. Jadi bagus diberikan daya tarik tersendiri supaya ada nilai yang terkandung di dalamnya sehingga orang yang membacanya oh begini maknanya jadi orang tertarik untuk membaca, melihat dan memaknai.”¹³

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa *billboard* dalam penyampaian dakwah itu dikatakan efektif tergantung persepsi masyarakat, serta konsistensinya dalam menyikapi pesan *billboard*. Jadi, sangat penting jika nilai yang terkandung didalamnya membuat masyarakat tertarik untuk melihat bahkan memaknainya.

Adapun yang disampaikan oleh Eka Sari berpendapat:

“Persoalan efektif tidaknya dalam menyampaikan dakwah yang terdapat pada *billboard* itu menurut saya tidak efektif karena hanya sebagian kecil yang tersampaikan bahkan sebagian besar orang yang hanya melihat tapi tidak mendalami makna dan pesannya yang ada didalamnya bahkan ada yang hanya melewati saja dan tidak peduli akan hal itu. Jadi sangat-sangat tidak efektif karena tidak disampaikan secara empat mata atau lisan, orang

¹²Syahril (tukang ojek), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare.

¹³Muh. Said (Pelajar), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare.

yang masa bodoh akan melewati adapun orang yang hanya melihat tetapi tidak mendalami apa isi yang disampaikan daripada *billboard*.¹⁴

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwasanya dalam menyampaikan dakwah melalui *billboard* itu kurang efektif karena hanya sebagian kecil yang tersampaikan, bahkan sebagian besar orang hanya melihat tapi tidak mendalami makna dan pesan yang ada didalamnya, bahkan ada yang hanya melewati iklan dakwah tersebut.

Pendapat lain juga disampaikan oleh Nurhidayah mengatakan bahwa:

“Kurang lebih efektif maksudnya adalah untuk pejalan kaki mungkin bisa membaca dan paham maksud dari pesan yang ingin disampaikan pada *billboard* tersebut tapi untuk pengendara yang membawa kendaraan itu mungkin agak susah mencerna pesan yang disampaikan dalam *billboard* tersebut.”¹⁵

Dari hasil wawancara di atas, dapat dicermati bahwa dakwah melalui *billboard* lebih efektif untuk pejalan kaki, setidaknya memungkinkan untuk bisa membaca dan paham makna dan pesan yang ingin disampaikan daripada apa yang terdapat pada pesan di *billboard*.

Berbeda halnya yang disampaikan oleh Jamaluddin terkait informasi pada *billboard* tentang informasi didalamnya:

“Dari segi bentuk dan modelnya saja tidak menarik perhatian apalagi itu di jalan dan biasanya orang di jalan paling fokus ke depan tapi kalau ada yang dipinggir jalan yang menarik pasti mata kita berhenti di jalan untuk memperhatikan. Cara efektifnya dalam menyampaikan informasi mungkin bisa mengikuti metode yang dilakukan oleh iklan rokok walaupun kita tau iklan rokok dikerjakan secara profesional, bagaimana kalimat itu ringan dan mudah di cerna oleh masyarakat dan itu yang agak kurang dimanfaatkan dan harusnya bisa membuat kata-kata yang lebih menarik sehingga mudah diingat dalam jangka waktu yang panjang.”¹⁶

¹⁴Eka Sari (Penjual), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare.

¹⁵Nurhidayah (Wiraswasta), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare

¹⁶Jamaluddin (Penjual), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare

Jadi masyarakat dalam menyikapi stimulus yang diberikan pada *billboard* ini berbeda-beda tergantung masyarakat itu sendiri dalam memahaminya seperti pada informan diatas yang memiliki perbedaan dari segi menginterpretasikan *billboard*. Disinilah peran komunikator dengan stimulus yakni bagaimana seorang komunikator dapat menerima dan pengertian terhadap apa yang disampaikan pada media tersebut. Untuk memudahkan pengendara dalam membaca informasi pada *billboard* ini lebih menarik dari segi bentuk dan modelnya sehingga orang yang melewatinya bisa menepi untuk membaca bahkan dapat diingat dalam waktu jangka yang panjang.

4.2.3 Efek (Perubahan Sikap)

Proses dalam perubahan sikap tampak bahwa sikap bisa berubah-ubah tergantung pesan yang disampaikan oleh stimulus kepada komunikan. Bisa saja dapat diterima bahkan ditolah. Sama halnya dengan hasil wawancara peneliti dengan informan ada yang berubah sikap pada saat membaca informasi pada *billboard*. Seperti yang disampaikan oleh Arsul dalam wawancara bahwa:

“Kalau saya melihat *billboard* terus dalam *billboard* ada pesan yang menurut saya sangat betul dan sesuai dengan cerita, dan saya bilang iya betul juga apa yang dikatakan *billboard* itu sesuai dengan faktanya ataupun realitanya dan mengenai sikap tidak mengubah sikap saya cuman sekedar hanya pembicaraan diri bahwa pesan itu betul adanya.¹⁷

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwasanya, jika melihat *billboard* secara terus-menerus maka pesan yang disampaikan secara tidak langsung akan mengubah pembicaraan bahwa pesan tersebut betul adanya. Akan tetapi, pesan tersebut tidak membuat adanya perubahan yang terjadi didalam dirinya.

Adapun yang disampaikan oleh Rusli terkait perubahan apa yang terjadi mengenai pesan pada *billboard*:

¹⁷Jamaluddin (Penjual), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare

“Mengenai hal itu kembali lagi pada diri pribadi masing-masing yang membacanya. Misalnya ada orang yang sosial maksudnya jiwa sosialnya tinggi tapi disitu *billboard* bukan yang dibahas itu bukan masalah sosial di dalam pesannya tapi dia tidak peka akan hal tersebut. Misalnya orang yang agamis dan memasang *billboard* itu dengan pesan terkait keagamaan pasti dia yang membacanya menjadikan pembelajaran tersendiri dan bisa dijadikan contoh dalam kehidupan sehari-hari.”¹⁸

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa pesan yang tersampaikan daripada *billboard* terkait apakah pesan tersebut bermakna atau tidak, tergantung dari diri masing-masing. Misalnya orang yang agamis dan menyampaikan pesan pada *billboard* terkait keagamaan membuat yang membaca informasi akan menjadikan pesan tersebut sebagai bagian dari pembelajaran dalam kehidupan sehari-hari.

Lain halnya yang disampaikan oleh Junudi yang mengatakan bahwa:

“Kalau menurut saya tergantung dari apa yang disampaikan dari *billboard* tersebut. Jika itu tentang ibadah atau itu mungkin sangat mengena, saya mungkin tersadar dengan sendirinya. Tapi kadang pula acuh tak acuh dengan pesan yang ada di dalam *billboard* mungkin karena sementara mengendara hanya membaca setengahnya makanya masa bodoh terhadap pesan yang didalamnya.”¹⁹

Hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwasanya dakwah yang disampaikan melalui *billboard* tergantung dari pesan apa yang ingin disampaikan. Jika pesan tersebut tentang ibadah maka masyarakat akan tersadar dengan sendirinya. Akan tetapi, jika yang melihat pesan tersebut yang sementara berkendara hanya akan membaca setengah dari pesan tersebut.

Dalam Al-Qur'an sudah disebutkan mengenai perkataan yang baik dalam prinsip komunikasi Islam yaitu *qaulan ma'rufan* seperti dalam surah An-Nisa/4:5

¹⁸Arsul (Pelajar), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare

¹⁹Junudi (Tukang Ojek), hasil wawancara pada tanggal 23 September 2020 di Parepare

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥٠﴾

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”.²⁰

Jadi perkataan yang baik adalah perkataan yang menimbulkan rasa tentram dan damai bagi siapa saja yang mendengarkannya sehingga dari perkataan yang baik inilah mendatangkan manfaat pula. Sehingga menjadikan manusia lebih baik lagi dalam bertutur kata.

Dengan demikian, dalam hal merubah sikap dan perilaku seseorang dapat menimbulkan dampak positif dan bahkan dampak negatif. Seperti dari hasil wawancara yang mana dampak positif dan negatif yang di timbulkan oleh media *billboard*.

Seperti dari wawancara oleh Dini yang mengatakan bahwa:

“Dampak baiknya adalah kita selalu diingatkan dalam sesuatu hal dan mengenai dampak buruknya dari *billboard* itu sendiri adalah masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui dan mengabaikan apa itu *billboard* dan mengabaikan isi-isinya.”²¹

Hasil wawancara di atas, dapat dicermati bahwa dampak baik dari pesan *billboard* yakni selalu mengingatkan kepada masyarakat bagaimana berperilaku yang baik. Sedangkan untuk dampak buruknya tergantung dari persepsi masyarakat yang mengabaikan makna ayat dan hadits pada inti pesan *billboard*.

Adapun yang disampaikan oleh Amri terkait dampak yang ditimbulkan akibat terpaan dari *billboard* yaitu:

“Jika berbicara mengenai dampak baik dan buruknya sebenarnya tergantung dari orang yang melihat dari pesan yang terdapat pada *billboard* itu karena terkadang ada juga orang yang sedikit imptrofert

²⁰Departemen Agama RI, *Al-Hikmah: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2012, h. 77

²¹Nurul (Mahasiswa), hasil wawancara pada tanggal 21 Agustus 2020 di Parepare.

maksudnya tidak terlalu peka dengan hal-hal seperti itu yang ada di jalanan. Jadi dia tidak bisa melihat apa dampak baik dan buruknya sebenarnya itu sama cuman dia hanya sekedar membaca, sekedar lewat saja tanpa melihat apa-apa.”²²

Adapun hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa, terkait dari dampak baik dan buruknya tergantung dari orang yang melihat pesan yang terdapat pada *billboard* karena terkadang ada orang yang tidak terlalu peka dengan hal-hal sekecil itu. Jadi masyarakat kesulitan untuk melihat apa dampak baik dan buruknya dari pesan yang disampaikan.

Hal yang sama juga dikatakan oleh Firman bahwa:

“Dampak baiknya yaitu bisa memberikan informasi pada orang atau masyarakat umum luas dengan cara lisan dan dampak buruknya tidak semua orang yang ingin memberikan informasi itu sampai artinya sampai dan tepat langsung kepada isi informasi tersebut. Jadi menurutku kemungkinan ada orang-orang yang tidak paham tentang informasi tersebut berbeda dengan lisan.”²³

Dari hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwasanya dampak baiknya daripada *billboard* yaitu bisa memberikan informasi pada orang atau masyarakat umum dengan cara lisan dan dampak buruknya mengenai orang-orang yang melihat berbeda dengan lewat lisan.

Berbeda pula apa yang dikatakan oleh Nisa bahwa:

“Dampak baiknya yaitu memberi manfaat, memberi informasi kepada masyarakat. Adapun dampak negatifnya yaitu terkadang informasi atau iklan yang terdapat di dalamnya itu ketika direalisasikan oleh orang yang melihatnya tidak sesuai dengan apa yang tertuang dalam *billboard* tersebut sehingga banyak orang yang merasa bodoh akan hal itu.”²⁴

Hasil dari wawancara di atas, dapat dicermati bahwa dampak baiknya pesan yang terdapat pada *billboard* adalah memberi manfaat dan memberikan

²²Ardi (Mahasiswa), hasil wawancara pada tanggal 21 Agustus 2020 di Parepare.

²³Arif (Mahasiswa), hasil wawancara pada tanggal 21 Agustus 2020 di Parepare.

²⁴Nisa (Pelajar), hasil wawancara pada tanggal 21 Agustus 2020 di Parepare.

informasi kepada masyarakat. Adapun dampak buruknya yaitu terkadang informasi yang ada didalamnya ketika direalisasikan oleh orang yang melihatnya tiada sesuai dengan apa yang tertuang pada *billboard* sehingga kebanyakan orang yang melihat pesan tersebut merasa bodoh.

Adapun pendapat yang terakhir terkait pengaruh positif dan negatifnya media *billboard* seperti yang disampaikan oleh Ardi mengatakan bahwa;

“Dampak baik yaitu kita lebih sadar bagi orang-orang yang benar-benar merasapi apa arti dari pesan yang disampaikan. Sedangkan dampak buruknya menurut saya kan kebanyakan papan *billboard* itu dipasang di pinggir jalan. Untuk pengendara itu fokusnya akan terbagi dua sehingga itu akan sangat berpengaruh buruk untuk sipengendara tersebut apalagi sementara mengendara terus membaca isi dari pesan *billboard*.”²⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa dampak baiknya adalah masyarakat sadar bahwa merasapi apa arti dari pesan yang disampaikan *billboard* tersebut. Sedangkan, dampak buruknya kebanyakan papan *billboard* dipasang dipinggir jalan untuk pengendara fokusnya akan terganggu sehingga berpengaruh buruk untuk pengendara tersebut apalagi jika sementara mengendara kemudian terus membaca isi dari pesan *billboard*.

4.3 Strategi Komunikasi Visual *Billboard* Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Kota Parepare

Persuasi merupakan komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain atau masyarakat. Persuasi sendiri memaknai bahwa setiap individu yang mencoba untuk berusaha mempengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain. Persuasi mempunyai prinsip yaitu bagaimana upaya yang dilakukan dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi antar manusia dalam kondisi di mana kedua belah pihak sama-sama memahami dan sepakat untuk melakukan sesuatu yang penting bagi kedua belah pihak. Bila berkomunikasi dengan sesama,

²⁵Ardi (Mahasiswa), hasil wawancara pada tanggal 21 Agustus 2020 di Parepare.

setiap individu berharap pesan yang disampaikan tersebut dapat dimengerti dan dipercayai. Persuasif merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan agar pesan yang ingin disampaikan dimengerti dan dipercayai oleh orang lain. Penyampaian dalam penerimaan informasi merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh manusia dalam menjalani suatu kehidupan dilingkungannya. Dalam proses penyampaian informasi ini akan menimbulkan terjadinya proses komunikasi, baik yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam situasi dan kondisi yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung melalui media apa saja yang telah tersedia.

Adapun hal yang mendasar terkait daripada orang yang pertama kali menggagas munculnya *billboard* yang ada di beberapa ruas jalan kota Parepare seperti yang di katakan oleh bapak Arwah mengatakan bahwa:

“Terkait yang menggagas munculnya *billboard* ini adalah salah satu penjabaran dari visi bapak walikota Parepare mengenai keinginannya mewujudkan daerah ini atau kota Parepare ini sebagai kota santri atau kota ulama. Seperti yang disampaikan oleh pak walikota mengenai kota santri dan kota ulama yaitu tidak harus misalnya disini adalah banyak pesantren walaupun di Parepare sudah ada beberapa pesantren tidak mesti harus seperti itu. Tetapi bagaimana suasana kota ini adalah seperti suasana kota santri yang kebijakan-kebijakan, masyarakatnya religius, infrastrukturnya yang mendukung menuju suasana religius. Jadi ini adalah penjabaran visi dari bapak walikota Parepare yang mana menjadikannya kota Parepare sebagai kota santri.”²⁶

Sebagaimana pemaparan di atas, penulis dapat mencermati bahwa orang yang pertama menggagas munculnya *billboard* yang ada di Kota Parepare yakni sebagai salah satu penjabaran visi dari bapak walikota Parepare yang mana ingin mewujudkan kota Parepare ini sebagai kota santri atau kota ulama untuk menjadikan masyarakat lebih religius.

²⁶Arwah Rahman (PNS), hasil wawancara pada tanggal 13 November 2020 di Parepare.

Adapun strategi komunikasi yang dibangun dari pada *billboard* dalam hal untuk meningkatkan kesadaran masyarakat seperti yang di sampaikan oleh bapak Arwah yang mana beliau mengatakan bahwasanya:

“Kalau kita membahas tentang kesadaran sangat banyak aspek yang memengaruhi dan media *billboard* seperti itu dari teori-teori komunikasi biasanya hanya menysar pada tingkatan pengetahuan. Kalau kita bicara mengenai kesadaran yang termasuk adalah perubahan sikap misalnya ada himbauan tentang kebersihan, terus kemudian orang berfikir dan berasumsi bahwa dengan membaca papan informasi itu kemudian orang berubah atau masyarakat berubah dari tadinya mungkin tidak bersih menjadi bersih dan ketika harapan itu tidak terwujud mengatakan bahwa kamu sudah membaca papan informasi baru kebersihan tidak terwujud dan papan informasi tidak berhasil maka itu adalah salah karena persoalannya adalah dia berfikir media massa seperti *outdoor* atau seluruh media massa itu berfikir bahwa media massa merubah perilaku. Jadi mengenai perubahan sikap terhadap apa yang terdapat pada *billboard* ini tergantung dari masyarakat.”²⁷

Hasil wawancara di atas dapat di cermati bahwa strategi komunikasi visual *billboard* dalam hal untuk meningkatkan kesadaran masyarakat itu tergantung dari pandangan masyarakatnya apakah memang ingin merubah sikap ketika melihat media ataukah tidak. Dalam teori media massa seperti jarum suntik yang mengatakan bahwa sebuah informasi bisa mengubah perilaku seseorang itu yaitu masih dalam tahap membingungkan karena ada beberapa teori lain yang menjelaskan tentang sejauh mana sebenarnya pengaruh media massa. Jadi dalam strategi komunikasi dari *billboard* tidak membuat masyarakat akan sadar terhadap terpaan dari media tersebut.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Yuli yang mengatakan bahwasanya strategi komunikasi *billboard* dalam hal meningkatkan kesadaran masyarakat yaitu:

²⁷Arwah Rahman (PNS), hasil wawancara pada tanggal 13 November 2020 di Parepare.

“Sangat baik dan menjadi bagian daripada strategi komunikasi untuk mendukung metode-metode lama yang sering dilakukan diberbagai kalangan masyarakat atau di berbagai tempat. Misal kalau kita melihat *billboard* yang dipasang di beberapa titik di kota Parepare ini berisi konten tentang terkait dengan anjuran-anjuran ajaran agama tentang bagaimana menjalani kehidupan sehari-hari, menghindari penipuan, mencari rejeki yang halal saya kira ini pesan-pesan religius yang sedikit banyak bisa paling tidak dibaca oleh masyarakat dan syukur-syukur semisal ketika konten itu berulang-ulang dibaca akan menjadi alam bawah sadar. Satu dua kali dibaca mungkin menjadi bagian alam bawah sadar yang bisa mengontrol perilaku kita. Tapi kalau misalnya saya sebagai masyarakat yang punya jalur rute rumah kantor misalnya terdapat *billboard* yang seperti itu bisa dibayangkan bagaimana pesan yang ada dalam *billboard* itu ketika setiap hari saya lihat akan menjadi alam bawah sadar saya.”²⁸

Dari hasil wawancara di atas dapat dicermati bahwa strategi komunikasi yang baik adalah untuk mendukung metode-metode lama yang sering dilakukan di berbagai kalangan maupun diberbagai tempat. Misalnya apabila kita melihat yang terpasang di beberapa ruas jalan kota Parepare berisi konten terkait dengan anjuran ajaran agama tentang bagaimana menjalani kehidupan sehari-hari, menghindari penipuan dan mencari rezeki yang halal. Ketika konten itu berulang-ulang dibaca. Maka tentu tergantung daripada masyarakat apakah memang mau merubah sikapnya karena seperti yang kita ketahui bahwa untuk merubah perilaku kita bukan orang lain tetapi dari diri kita sendiri.

Terkait dari pada *billboard* bahwa pemerintah walikota Parepare menerapkan strategi komunikasi yang mana terdiri dari penempatan, perumusan konten dan desain, yakni sebagai berikut:

4.3.1 Penempatan *Billboard*

Billboard merupakan salah satu media yang mana sangat efektif bagi promosi baik itu produk barang atau jasa. *Billboard* bisa disesuaikan dengan lokasi yang menjadi sasaran dari khalayak. Pesan yang terpampang pada *billboard* akan mudah ditangkap oleh mata agar menghasilkan suatu informasi dengan

²⁸Hj. Yuli (PNS), hasil wawancara pada tanggal 13 November 2020 di Parepare.

memiliki jangkauan lebih baik terhadap khalayak atau masyarakat sekitar yang melewati *billboard* yang terpasang. Jarak pandang mengenai pemasangan atau penempatan *billboard* sendiri merupakan alat yang efektif dalam memperkenalkan suatu produk atau informasi secara jelas terkait *billboard*.

Mengenai lokasi atau penempatan *billboard* yang ada di Kota Parepare sebagaimana penjelasan dari bapak Arwah Rahman yang mengatakan bahwa;

“Mengenai penempatan *billboard* tidak ada aturan yang mana bahwa harus 2 atau 1 meter. Tetapi ada tempat-tempat tertentu di kota Parepare. Misalnya di kawasan pendidikan, kawasan pasar dan kawasan perkantoran yang kemudian informasi yang perlu disampaikan pada *billboard* itu tetap disesuaikan ayat ataupun hadist dengan kawasan tersebut.”²⁹

Sebagaimana pemaparan di atas, penulis dapat mencermati bahwa untuk penempatan atau lokasi *billboard* pada kota Parepare tersebut tergantung pada pola lalu lintas dan jalur pandang orang yang melewatinya dan tentu menyesuaikan dengan kawasan-kawasan yang mana sesuai dengan ayat ataupun hadits.

4.3.2 Perumusan Konten

Billboard yang terlihat oleh masyarakat Kota Parepare memiliki jangka waktu yang sangat panjang. Orang-orang yang sedang menggunakan kendaraan atau orang yang sedang berjalan dengan keadaan yang sibuk menuju tempat kerja masing-masing mengakibatkan kurang fokus dalam memperhatikan makna pesan yang terkandung dari *billboard*. Dengan demikian hal tersebut membuat visual dari *billboard* harus menarik perhatian orang untuk melihat sehingga mereka mampu memancing tanggapan dari orang tersebut dalam pikirannya untuk membaca pesan.

Sebagaimana penjelasan dari bapak Arwah Rahman yang mengatakan bahwa;

²⁹Arwah Rahman (PNS), hasil wawancara pada tanggal 27 November 2020 di Parepare

“Untuk konten *billboard* ini yang mana pesan di dalamnya terkait ayat ataupun hadits sudah ditentukan oleh ketua MUI beserta dengan jajarannya yang kemudian memberikan sepenuhnya kepada pihak kominfo untuk memilih beberapa ayat atau hadits yang akan digunakan dalam pesan *billboard* sesuai dengan kawasan yang sudah ditentukan”³⁰

Dari penjelasan di atas, penulis dapat mencermati bahwa untuk isi dari *billboard* sudah ditentukan oleh ketua MUI dan diserahkan kepada pihak kominfo untuk memilih beberapa ayat ataupun hadits yang akan dipasang pada *billboard* tentunya sesuai dengan lokasi dimana kawasan tersebut.

4.3.3 Desain

Billboard bukan hanya ukurannya yang besar tetapi harus menggunakan warna yang kontras agar mampu menciptakan daya tarik bagi masyarakat. Agar *billboard* efektif maka perlu menggunakan warna-warna yang bagus sesuai dengan ketetapan dari pihak yang berkewajiban. Sama halnya yang disampaikan oleh ibu Yuli mengatakan penggunaan warna pada *billboard* di Kota Parepare yakni;

“Warna yang terdapat pada *billboard* ini kenapa lebih dominan menggunakan warna kuning dan hijau karena itu hasil kesepakatan bersama dan juga warna itulah yang cocok untuk menyatukan ayat dengan hadits, selain itu penentuan warnanya kebijakan dari pihak P3.”³¹

Sebagaimana penjelasan di atas, penulis dapat mencermati bahwasanya penggunaan dari warna ini sudah ditentukan dan hasil kesepakatan bersama untuk menentukan warna yang cocok dipakai pada informasi atau pesan yang tertera pada *billboard*.

Billboard selain bertujuan untuk mempromosikan suatu barang dan jasa di masyarakat dimana tempat *billboard* tersebut dipasang, namun mengukur bagaimana efektivitas pesan-pesan yang disampaikan melalui *billboard* tersebut, ternyata bisa menghasilkan kategori efektivitas maka hal tersebut dapat menjadi

³⁰Arwah Rahman (PNS), hasil wawancara pada tanggal 27 November 2020 di Parepare

³¹Hj. Yuli (PNS), hasil wawancara pada tanggal 27 November 2020 di Parepare.

kegiatan pemasangan *billboard* harus dilakukan secara terus menerus dan memperbanyak pemasangan *billboard* di setiap tempat di ruas jalan Kota Parepare agar masyarakat lebih mudah dalam memahami pesan yang terdapat pada *billboard* tersebut serta menjadikan masyarakat lebih religius..

Dari beberapa tanggapan atau pendapat yang dikemukakan oleh pihak dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare yang memiliki wewenang yang sedikit banyak mengetahui perihal penggagas ataupun penentuan lokasi, pesan, dan desainnya daripada *billboard* tersebut hampir semua jawaban atau hasil wawancara yang didapatkan mempunyai kemiripan. Maka peneliti hanya mencantumkan 2 jawaban pertanyaan dari pihak diskominfo karena memang pada dasarnya hanya sebagian kecil yang mengetahui perihal *billboard* tersebut.

Keberhasilan media luar ruang dalam hal ini *billboard* untuk bertujuan diantaranya untuk membentuk kesadaran seseorang atau masyarakat secara spontan terhadap pesan yang terdapat pada *billboard* tersebut.

