

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

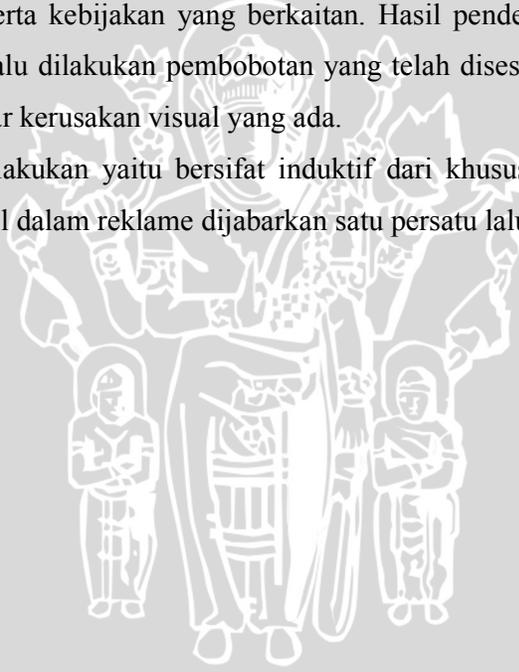
3.1 Definisi Operasional

Konsep dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi keberadaan reklame disesuaikan dengan teori dan kebijakan-kebijakan yang mengatur tentang reklame di koridor Jalan Kartini Kota Cirebon sehingga bisa sebagai masukan untuk penataan reklame yang sesuai dengan nilai estetika.

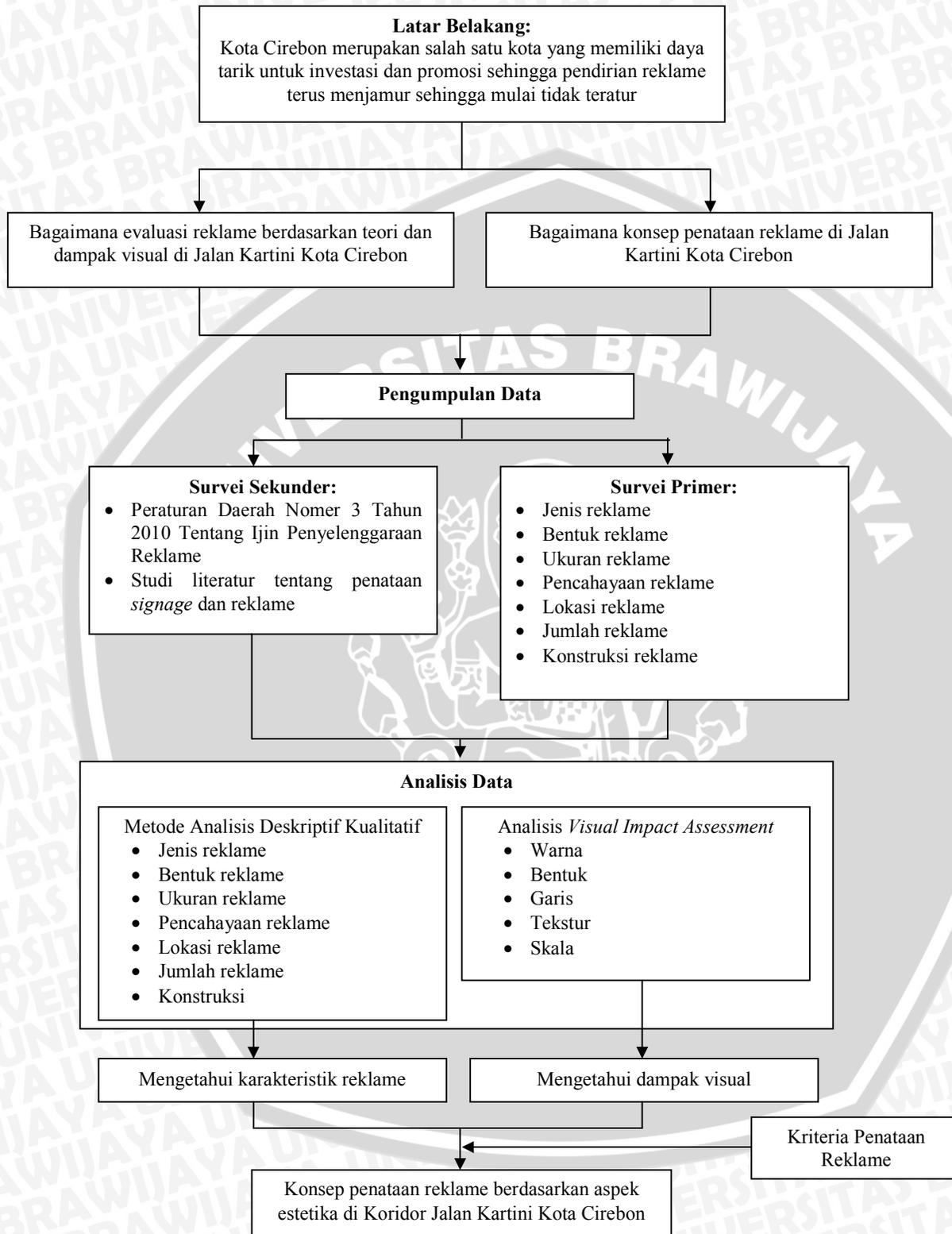
3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif kualitatif dimana menjabarkan mengenai kondisi eksisting dan permasalahan-permasalahannya yang ada disesuaikan dengan teori serta kebijakan yang berkaitan. Hasil pendeskripsian mengenai kondisi eksisting tersebut lalu dilakukan pembobotan yang telah disesuaikan dengan teori untuk melihat seberapa besar kerusakan visual yang ada.

Penjabaran yang dilakukan yaitu bersifat induktif dari khusus ke umum dimana identifikasi variabel-variabel dalam reklame dijabarkan satu persatu lalu ditarik kesimpulan dari keseluruhan variabel.



3.3 Diagram Alir



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

3.4 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui permasalahan mengenai permasalahan kondisi reklame serta penataan yang sesuai dengan estetika di koridor Jalan Kartini Kota Cirebon. Berdasarkan teori serta penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, maka variabel yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

| Tujuan Penelitian | Variabel | Teori Pendukung | Sub Variabel | Parameter |
|---|-------------|---|---|--|
| Mengevaluasi kondisi reklame berdasarkan aspek estetika | Jenis | Perda Kota Cirebon Nomer 3 Tahun 2010 Tentang Ijin Penyelenggaraan Reklame | Temporer: <ul style="list-style-type: none"> • Reklame kain/spanduk • Reklame poster/tempelan • Reklame selebaran/brosur • Reklame udara/balon Permanen: <ul style="list-style-type: none"> • Reklame panggung (<i>billboard</i>) • Reklame <i>megatron</i> • Reklame <i>video wall</i> • Reklame papan | |
| | Ukuran | <ul style="list-style-type: none"> • Natalivan, Petrus (1997) <i>Pedoman Teknis Penataan Reklame Luar Ruang</i> • Smardon, Richard C. (1979) <i>Prototype Visual Impact Assessment Manual</i> • Schwab, R.N. 1997. <i>Safety and Human Factors Design Consideration For On-Premise Commercial Signs.</i> | | <ul style="list-style-type: none"> • Lebar reklame dibandingkan dengan lebar luas lahan reklame • Keterlihatan reklame dibanding reklame lainnya |
| | Pencahayaan | <ul style="list-style-type: none"> • Bryan, Marvin (1997) <i>Digital Typography Sourcebook</i> • SNI 7391 | | <ul style="list-style-type: none"> • Keterlihatan reklame jika malam hari • Kesesuaian pencahayaan jika |



| Tujuan Penelitian | Variabel | Teori Pendukung | Sub Variabel | Parameter |
|--|-----------------------------------|---|--|---|
| | Lokasi | Tahun 2008 Tentang Spesifikasi Penerangan Jalan di Kawasan Perkotaan Natalivan, Petrus (1997) <i>Pedoman Teknis Penataan Reklame Luar Ruang</i> | | dibandingkan dengan lingkungan sekitarnya <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pencahayaan reklame • Jumlah reklame di lokasi studi • Jarak antar reklame • Tempat pemasangan reklame • Arah lalu lintas • Font tulisan/jenis tulisan • Ukuran tulisan agar terbaca oleh masyarakat |
| | Tulisan | Claus, K., and Claus, J.R. 1974. <i>Visual Communication Through Signage Volume 1: Perception of The Message</i> | | |
| | Warna | <ul style="list-style-type: none"> • Bryan, Marvin (1997) <i>Digital Typography Sourcebook</i> • Smardon, Richard C(1979) <i>Prototype Visual Impact Assessment Manual</i> | | <ul style="list-style-type: none"> • Perpaduan warna yang kontras antara <i>background</i>, tulisan dan gambar |
| | Garis | Smardon, Richard C(1979) <i>Prototype Visual Impact Assessment Manual</i> | | <ul style="list-style-type: none"> • Derajat kesederhanaan atau kerumitan garis • Kekuatan visual sebuah garis |
| Konsep penataan reklame berdasarkan aspek estetika | Keefektifan dan keindahan reklame | <ul style="list-style-type: none"> • Perda Kota Cirebon Nomer 3 Tahun 2010 Tentang Ijin Penyelenggaraan Reklame • Natalivan, Petrus (1997) <i>Pedoman Teknis Penataan Reklame Luar Ruang</i> • Bryan, Marvin (1997) <i>Digital Typography Sourcebook</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Bentuk reklame • Ukuran reklame • Pencahayaan reklame • Penempatan reklame • Jarak antar reklame • Jenis tulisan • Warna • Jarak pandang pembaca dengan reklame | |

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Berdasarkan caranya, maka pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi dan wawancara.

A. Observasi Lapangan

Teknik observasi dipakai untuk mendeskripsikan suatu kejadian akan tetapi tidak selalu menjawab pertanyaan mengapa kejadian tersebut dilakukan. Teknik observasi yang dilakukan berupa *insight observation*, diperkaya dengan interpretasi komparatif khususnya dalam menilai objek-objek untuk dipilih sebagai sampel penelitian. Pada proses ini dilakukan pemotretan dalam usaha merekam semua gejala fisik-sosial atau realitas yang dapat diobservasi. Dalam proses ini juga dilakukan pencatatan dan sketsa kawasan. Lebih jelas tentang data observasi lapangan dapat dilihat pada **Tabel 3.2** berikut ini:

Tabel 3.2 Data Observasi Lapangan

| Jenis Survei | Jenis Data | Sumber Data | Kegunaan Data |
|--------------------|---|----------------------|---|
| Observasi Lapangan | <ul style="list-style-type: none"> • Jenis reklame • Bentuk reklame • Ukuran reklame • Pencahayaan reklame • Lokasi reklame • Warna reklame • Jumlah reklame | Lokasi wilayah studi | <ul style="list-style-type: none"> • Gambaran umum kondisi reklame • Dasar bagi analisis karakter fisik reklame di wilayah studi • Dasar dalam penentuan konsep penataan reklame |

B. Wawancara

Wawancara dilakukan dalam mengumpulkan informasi tentang dampak visual reklame yang ditanyakan kepada seseorang yang dianggap ahli atau mengerti dalam bidang tata ruang. Responden yang dipilih merupakan orang yang pernah menempuh pendidikan mengenai perencanaan wilayah dan kota serta arsitektur. Wawancara dengan cara mengajukan kuesioner mengenai kondisi eksisting wilayah studi serta elemen *Visual Impact Assessment* untuk menanyakan persepsi para ahli. Keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka hanya memilih 4 orang yang diajukan untuk melakukan teknik wawancara. Pada **Tabel 3.3** berikut merupakan beberapa narasumber yang dipilih untuk dilakukan wawancara.

Tabel 3.3 Narasumber Wawancara

| No. | Nama | Instansi |
|-----|-------------------------|----------|
| 1. | Ir. Budi Raharjo, MBA | BAPPEDA |
| 2. | Ir. Yoyon Indrayana, MT | BAPPEDA |
| 3. | Atty, ST | BAPPEDA |
| 4. | Eddy Soemarno, ST | BAPPEDA |

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder diperoleh melalui beberapa teknik, yaitu sebagai berikut:

A. Studi Kepustakaan

Teknik ini dilakukan dengan studi kepustakaan dari buku-buku, makaah serta studi-studi terdahulu yang memiliki kaitan dengan objek penelitian yaitu mengenai penataan reklame ataupun informasi melalui media cetak seperti surat kabar dan media elektronik seperti internet yang berkaitan dengan Reklame di Koridor Jalan Kartini, sehingga diperoleh data mengenai permasalahan-permasalahan serta kriteria pengembangan berdasarkan studi yang pernah dilakukan. Lebih jelas tentang data studi kepustakaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.4 Data Studi Kepustakaan

| Sumber data | Jenis Data | Tujuan Penggunaan |
|-----------------------------------|--|---------------------------------------|
| Pustaka buku | <ul style="list-style-type: none"> • Teori tentang <i>signage</i> • Teori klasifikasi reklame • Teori tipologi reklame • Teori kriteria reklame • Teori tentang penataan reklame | Acuan dalam analisa data |
| Pustaka jurnal, Tesis dan Skripsi | <ul style="list-style-type: none"> • Teori tentang <i>signage</i> • Teori klasifikasi reklame • Teori tipologi reklame • Teori kriteria reklame • Teori tentang penataan reklame • Penelitian-penelitian terdahulu | Acuan dalam analisa data |
| Internet | <ul style="list-style-type: none"> • Pendapat-pendapat tentang <i>signage</i>, reklame maupun penataan reklame • Gambaran umum wilayah studi | Dasar pertimbangan dalam analisa data |

B. Organisasi/Instansi

Teknik dilakukan melalui pengumpulan data dari organisasi/instansi terkait yang berhubungan dengan objek penelitian, yaitu Bappeda, Dinas Pekerjaan Umum, Dinas

Perijinan dan Kelurahan Kejaksan. Data tersebut berupa dokumen rencana kota seperti Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW), Rencana Detail Tata Ruang Kota (RDTRK), Peraturan Daerah mengenai Ijin Penyelenggaraan Reklame serta Monografi Kelurahan Kejaksan. Data tersebut akan digunakan sebagai pertimbangan dan masukan dalam menentukan tindakan pengembangan yang dapat diterapkan di wilayah studi. Lebih jelas tentang data organisasi/instransi yang dibutuhkan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5 Data Organisasi/Instansi

| Sumber Data | Jenis Data | Kegunaan Data |
|----------------------|--|--|
| Bappeda | <ul style="list-style-type: none"> Tata Guna Lahan Kota Cirebon Luas Wilayah Kota Cirebon | <ul style="list-style-type: none"> Gambaran umum kondisi wilayah studi Dasar untuk analisis karakteristik wilayah studi |
| Dinas Pekerjaan Umum | <ul style="list-style-type: none"> Peta Kecamatan Kejaksan Peta Tata Guna Lahan Kawasan Studi Peta Persil Koridor Jalan Kartini | <ul style="list-style-type: none"> Dasar untuk analisis fisik kawasan studi Dasar bagi analisis konsep pengembangan |
| Dinas Perijinan | <ul style="list-style-type: none"> Peraturab Daerah Tentang Ijin Penyelenggaraan Reklame Titik-titik penempatan reklame Jumlah reklame Jenis reklame | <ul style="list-style-type: none"> Gambaran umum kondisi wilayah studi Dasar untuk analisis karakteristik bentuk, jenis dan penempatan reklame Dasar untuk analisis permasalahan penataan |
| Kecamatan Kejaksan | <ul style="list-style-type: none"> Luas Kecamatan Kejaksan Peta Kecamatan Kejaksan | <ul style="list-style-type: none"> Gambaran umum wilayah studi Dasar untuk penentuan konsep penataan |

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Metode Analisis Deskriptif Kualitatif

Metode analisis merupakan suatu alat untuk membahas sasaran yang ingin dicapai, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Pendekatan kualitatif menggunakan metode deskriptif dimana menguraikan sebab dan akibat yang ada berdasarkan kondisi eksisting wilayah studi. Analisis kualitatif tidak menggunakan metode matematis namun berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan dikaji. Analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik reklame yang bersifat kualitatif untuk mendapatkan kesimpulan berupa diagram, gambar, peta ataupun foto mapping. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Data sekunder yang dibutuhkan untuk analisis deskriptif kualitatif ini adalah jenis reklame dan lokasi penempatan reklame untuk dibandingkan dengan peraturan ataupun standar yang ada untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada pada kondisi eksisting untuk selanjutnya menjadi acuan dalam penataan reklame.

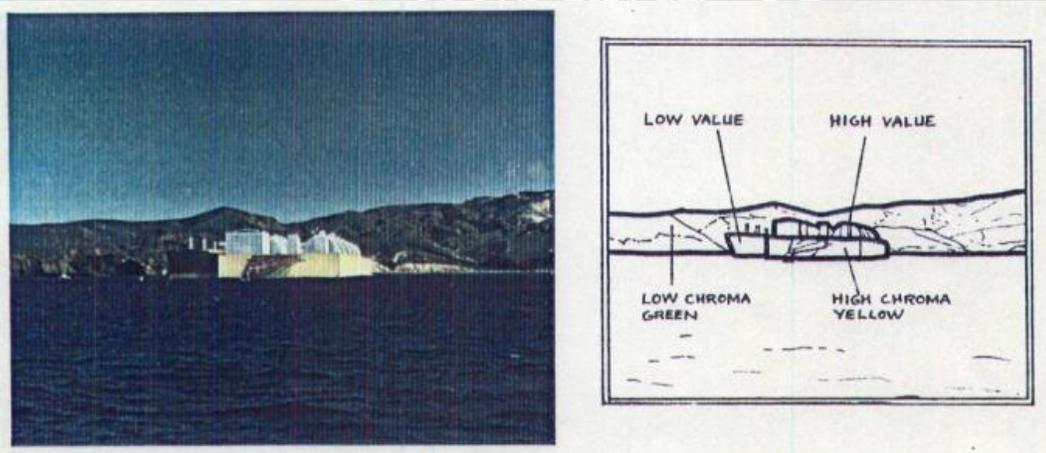
3.6.2 Metode Analisis *Visual Impact Assessment*

Untuk mengetahui dampak visual dalam reklame menggunakan metode *Visual Impact Assessment* dengan cara pembobotan yang terdiri dari 5 elemen visual, yaitu warna, bentuk, garis, tekstur dan skala.

A. Elemen Warna

Elemen warna merupakan salah satu properti visual utama. Unsur-unsur dalam elemen warna terdiri dari hue, value dan chroma.

1. *Hue* merupakan aspek warna dengan nama tertentu, seperti merah, biru, hijau dan yang membentuk spectrum yang terlihat. Sebuah warna corak atau warna tertentu disebabkan oleh panjang gelombang tertentu.
2. *Value* dalam elemen warna merupakan tingkat terang atau gelap yang disebabkan oleh intensitas cahaya yang dipantulkan, mulai dari hitam menjadi putih.
3. *Chroma* merupakan tingkat saturasi warna, ditentukan oleh campuran sinar cahaya. Ini adalah tingkat ketajaman dalam warna, mulai dari murni (memiliki chroma tinggi) hingga kusam (memiliki chroma rendah)



Sumber: *Prototype Visual Impact Assessment Manual*, 1979

Gambar 3.2 Ilustrasi Cara Penilaian Elemen Warna

B. Elemen Bentuk

Elemen bentuk terdiri dari dua dan tiga dimensi yang mungkin tumpang tindih dan menyebabkan masalah dengan rating. Bentuk yang berani, teratur, padat atau vertikal cenderung dominan. Elemen bentuk terdiri dari:

1. *Geometri*, sejauh mana bentuk mendekati sosok geometris standar 2 atau 3 dimensi, misalnya persegi, lingkaran, segitiga, kubus, bola, kerucut dan lain-lain.
2. *Complexity*, tingkat kesederhanaan kerumitan bentuk

3. Orientation, hubungan bentuk dengan sumbu horizontal



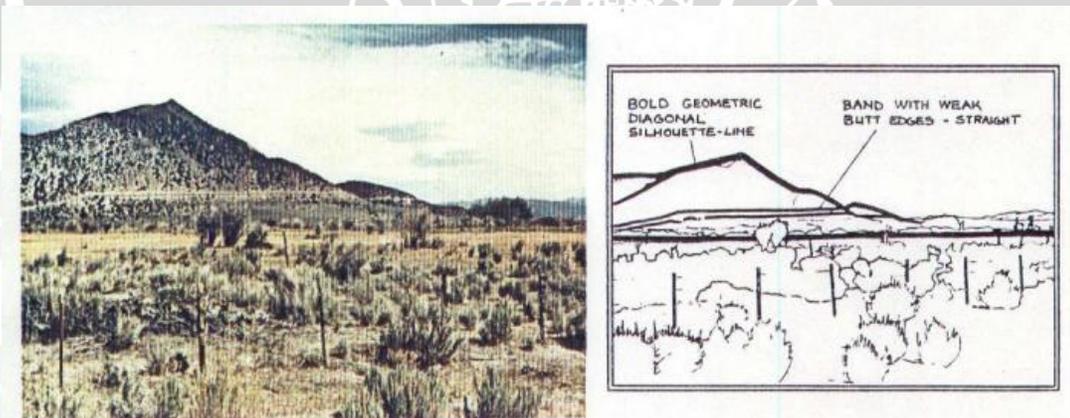
Sumber: *Prototype Visual Impact Assessment Manual*, 1979

Gambar 3.3 Ilustrasi Cara Penilaian Elemen Bentuk

C. Elemen Garis

Elemen garis digunakan untuk mempertegas suatu bentuk. Bagian-bagian berbeda dari sebuah bentuk dalam hal baris bukan area gambar tetapi garis-garis besar atau tepi di dalamnya. Sebuah garis diperkenalkan untuk dapat membandingkan:

1. Baris-baris yang memenuhi atau menyela
2. Membandingkan baris disekitarnya



Sumber: *Prototype Visual Impact Assessment Manual*, 1979

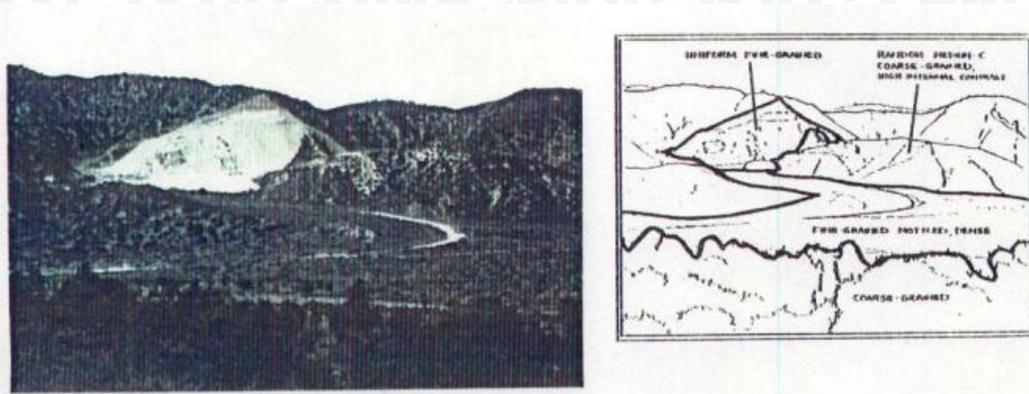
Gambar 3.4 Ilustrasi Cara Penilaian Elemen Garis

D. Elemen Tekstur

Elemen tekstur merupakan agregasi dari bentuk kecil atau campuran warna menjadi pola permukaan kontinu. Sub elemen dalam tekstur ini adalah sebagai berikut:

1. Butir, dimensi relatif dari variasi permukaan
2. Densitas, jarak variasi permukaan menciptakan tekstur

3. Keteraturan, tingkat pengaturan simetris dari variasi permukaan (berdasarkan distribusi kepadatan)

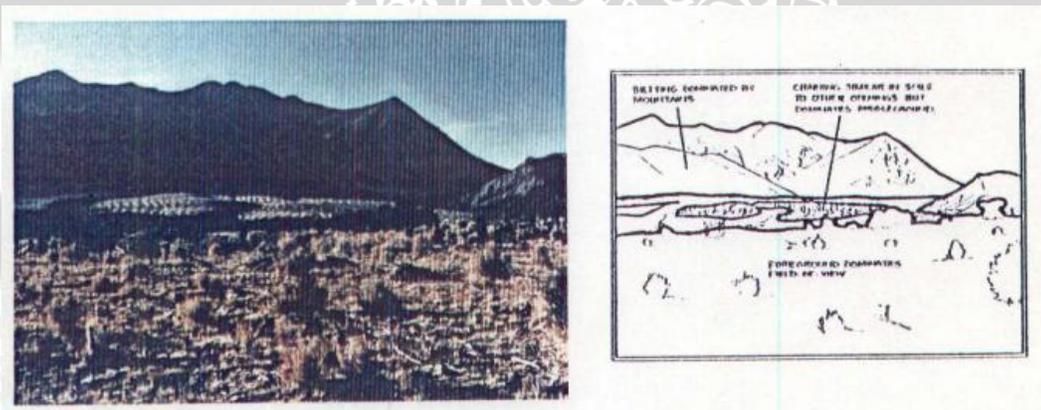


Sumber: *Prototype Visual Impact Assessment Manual*, 1979

Gambar 3.5 Ilustrasi Cara Penilaian Elemen Tekstur

E. Elemen Skala

Elemen skala merupakan hubungan proporsional antara ukuran obyek dan lingkungan dimana ia ditempatkan.



Gambar 3.6 Ilustrasi Cara Penilaian Elemen Skala

Berikut ini merupakan nilai pembobotan tiap elemen visual:

Tabel 3.6 Nilai Pembobotan Elemen Visual

| Elemen | Pembobotan | Urutan dan Skor Elemen Kontras | | | |
|---------|------------|--------------------------------|--------|--------|--------|
| | | Tidak Ada | Rendah | Sedang | Tinggi |
| Warna | x3 | 0 | 3 | 6 | 9 |
| Bentuk | x2 | 0 | 2 | 4 | 6 |
| Garis | x1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Tekstur | x1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Skala | x2 | 0 | 2 | 4 | 6 |

Sumber: Smardon, 1979

Hasil pendapat dari 5 responden dijumlah dan klasifikasi jumlah nilai tiap elemen menyesuaikan dengan pembobotan tiap elemen. Elemen dengan memiliki nilai tertinggi maka akan menjadi prioritas untuk diperbaiki.

Tabel 3.7 Klasifikasi Jumlah Nilai

| Elemen | Pembobotan | Urutan dan Skor Elemen Kontras | | | |
|---------|------------|--------------------------------|--------|---------|---------|
| | | Tidak Ada | Rendah | Sedang | Tinggi |
| Warna | x3 | 0 | 1 – 15 | 16 – 30 | 31 – 45 |
| Bentuk | x2 | 0 | 1 – 10 | 11 – 20 | 21 – 30 |
| Garis | x1 | 0 | 1 – 5 | 6 – 10 | 11 – 15 |
| Tekstur | x1 | 0 | 1 – 5 | 6 – 10 | 11 – 15 |
| Skala | x2 | 0 | 1 – 10 | 11 – 20 | 21 – 30 |

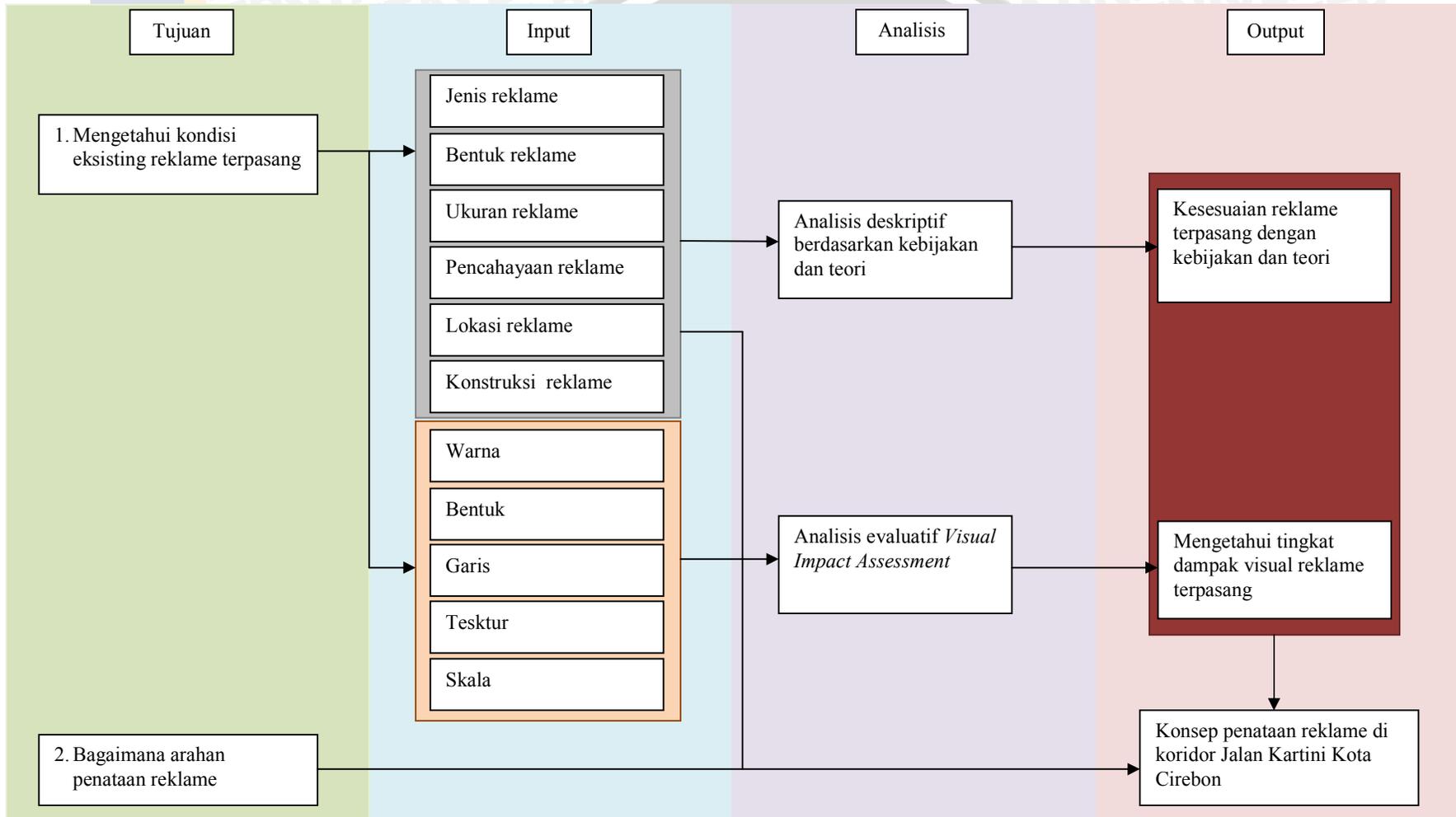
Tabel 3.8 Tingkat Dampak Visual

| Nilai Akhir | Tingkat Dampak Visual |
|-------------|-----------------------|
| 36 – 45 | Sangat Buruk |
| 27 – 35 | Buruk |
| 18 – 26 | Sedang |
| 9 – 17 | Lemah |
| 0 – 8 | Sangat Lemah |

Sumber: Smardon, 1979

Prosedur yang digunakan dalam analisis *Visual Impact Assessment* ini adalah melihat bagaimana *Visual Contrast Rating* yang telah dibagi dalam 3 segmen. Alat bantu yang digunakan untuk analisis adalah foto. Waktu pengambilan gambar yang dilakukan untuk mempermudah dalam analisis dilakukan pada siang hari karena dibutuhkan cahaya matahari untuk menentukan nilai kontras warna. Agar *Visual Contrast Rating* yang dihasilkan tidak bersifat terlalu subjektif maka penilaian juga dilakukan oleh beberapa orang yang dianggap ahli dan mengetahui kondisi wilayah studi.

Sampel foto yang digunakan untuk analisis VIA adalah foto-foto yang ada di tiap segmen dengan mengasumsikan bahwa foto mewakili seluruh reklame yang ada di segmen tersebut sehingga pengambilan data melalui wawancara dilakukan kepada orang yang paham dan mengetahui mengenai wilayah studi. Penilaian VIA dilakukan dengan cara melihat keseluruhan reklame yang merupakan objek lewat foto tersebut pada tiap segmen.



Gambar 3.7 Kerangka Analisis

| No. | Tujuan | Variabel | Sub Variabel | Parameter | Sumber Data | Metode Pengumpulan Data | Metode Analisis | Output |
|-----|--------|---------------|--------------|--|----------------------------------|--------------------------------------|-----------------|--------|
| | | Pencahayaan | | dibanding reklame lainnya • Keterlihatan reklame jika malam hari • Kesesuaian pencahayaan jika dibandingkan dengan lingkungan sekitarnya | • Observasi | • Survei primer | | |
| | | Lokasi | | • Jumlah reklame di lokasi studi • Jarak antar reklame • Arah lalu lintas | • Dinas Perijinan • Observasi | • Survei primer • Survei sekunder | | |
| | | Jenis Tulisan | | • <i>Font</i> tulisan/jenis tulisan • Ukuran tulisan agar terbaca oleh masyarakat | • Observasi | • Survei primer | | |
| | | Warna | | • Perpaduan warna yang kontras antara <i>background</i> , tulisan dan | • Observasi | • Survei primer | | |

| No. | Tujuan | Variabel | Sub Variabel | Parameter | Sumber Data | Metode Pengumpulan Data | Metode Analisis | Output |
|-----|--|-----------------------------------|---|--|---|--|---|---|
| 2. | Konsep penataan reklame berdasarkan aspek estetika | Garis | | gambar <ul style="list-style-type: none"> Keberanian, kekuatan visual sebuah garis Derajat kesederhanaan atau kerumitan garis | | <ul style="list-style-type: none"> Observasi Survei primer | | |
| | | Konstruksi | | <ul style="list-style-type: none"> Penggunaan bahan reklame Tiang penyangga | <ul style="list-style-type: none"> Dinas Perijinan Observasi | <ul style="list-style-type: none"> Survei primer Survei sekunder | | |
| | | Keefektifan dan keindahan reklame | <ul style="list-style-type: none"> Bentuk reklame Ukuran reklame Pencahayaan reklame Penempatan reklame Jarak antar reklame Warna Konstruksi reklame | | <ul style="list-style-type: none"> Dinas Perijinan Hasil analisis yang sebelumnya telah dilakukan | <ul style="list-style-type: none"> Survei primer Survei sekunder | Analisis deskriptif mengenai kondisi reklame yang terpasang | Konsep penataan di koridor Jalan Kartini Kota Cirebon |

