

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin tumbuhnya kawasan perdagangan dan jasa pada pusat kota akan menarik minat masyarakat untuk terus datang sehingga diperlukan peran *urban design* dalam perencanaan kawasan. Demikian juga dengan penataan reklame yang berfungsi sebagai alat komunikasi antara suatu kawasan dengan pengguna ruang.

Reklame merupakan salah satu elemen penting dalam perancangan kota karena dapat memberikan informasi baik berupa petunjuk, identitas, maupun iklan. Reklame juga berfungsi dalam menciptakan *image* suatu kawasan. Seiring dengan aktivitas masyarakat dan pertumbuhan kota yang terus meningkat, semakin banyak persaingan penggunaan reklame sebagai media promosi. Penataan reklame dalam perencanaan suatu kawasan seringkali terabaikan sehingga banyak terjadi kesalahan penataan reklame seperti dalam hal ukuran dan letak. Kesalahan penataan reklame tersebut dapat menimbulkan dampak negatif antara lain dampak visual.

Penataan reklame yang disesuaikan dengan aturan terkait serta memperhatikan estetika lingkungan akan turut meningkatkan kualitas visual kawasan. Keberadaan reklame yang telah sesuai standar akan meningkatkan kenyamanan pengguna jalan serta mengoptimalkan fungsi reklame sebagai media informasi. Sebaliknya, penataan reklame yang tidak memperhatikan standar, aspek lingkungan dan visual akan berdampak pada kenyamanan ruang jalan serta keselamatan pengguna ruang jalan. Keindahan dan kualitas visual suatu kawasan akan tercipta seiring dengan perencanaan penataan reklame yang tepat.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur nilai visual penataan reklame adalah *Visual Impact Assessment*. *Visual Impact Assessment* menggunakan elemen warna, bentuk, tekstur, garis dan skala yang kemudian dilakukan pembobotan untuk mengetahui tingkat dampak visual reklame.

Kota Yogyakarta telah memiliki produk perencanaan reklame yaitu Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 26 Tahun 2010 Tentang Masterplan Reklame dan Alat Peraga di Kota Yogyakarta. Masterplan tersebut hanya mengatur aspek teknis yang meliputi jenis reklame, jumlah reklame, peletakan dan ketinggian. Aspek visual yang berhubungan dengan estetika kawasan belum terakomodir dalam peraturan tersebut.

Jalan Mayor Suryotomo merupakan kawasan perdagangan dan jasa dengan hierarki jalan kolektor primer. Pada ruas Jalan Mayor Suryotomo terdapat bangunan utama berupa hotel bintang lima yaitu Hotel Melia Purosani dan salah satu pusat perbelanjaan terbesar yaitu Toko Progo. Pergerakan yang tinggi di Jalan Mayor Suryotomo membuat jalan tersebut menjadi area yang strategis dalam pemasangan reklame sebagai pemberi identitas maupun media iklan tanpa memperhatikan standar dan kualitas visual. Penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo terkesan tidak teratur dan menghalangi satu sama lain. Jenis reklame permanen yang mendominasi pada Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta yang berpotensi dalam menimbulkan masalah visual kawasan dalam jangka waktu yang lama/menetap sehingga dibutuhkan perencanaan penataan reklame di wilayah studi (DPDPK Yogyakarta, 2014). Keberadaan reklame telah membatasi dan mengganggu area pandang masyarakat di ruang publik. Reklame yang seharusnya menjadi dekorasi kota yang artistik justru menjadi sampah visual (Harian Kedaulatan Rakyat, 2012). Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk memberikan konsep penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Yogyakarta berdasarkan aspek visual.

1.2 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang dapat diketahui permasalahan yang muncul terkait dengan penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Masterplan Reklame dan Alat Peraga di Kota Yogyakarta hanya membahas aspek teknis, sedangkan aspek visual belum terakomodir dalam aturan tersebut.
2. Reklame yang seharusnya menjadi dekorasi kota yang artistik justru menjadi sampah visual (Harian Kedaulatan Rakyat, 2012).
3. Jenis reklame permanen yang mendominasi pada Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta yang berpotensi dalam menimbulkan masalah visual kawasan dalam jangka waktu yang lama/menetap sehingga dibutuhkan perencanaan penataan reklame di wilayah studi (DPDPK Yogyakarta, 2014).

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah terkait dengan penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana nilai elemen visual dan kesesuaian penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana konsep penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta berdasarkan aspek visual?

1.4 Tujuan

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Yogyakarta adalah:

1. Menilai elemen visual dan mengetahui kesesuaian penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta.
2. Menyusun konsep penataan reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta berdasarkan aspek visual.

1.5 Manfaat

Manfaat dari studi Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Yogyakarta Berdasarkan Aspek Visual antara lain:

1. Bagi Akademik
Studi Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta Berdasarkan Aspek Visual diharapkan dapat menjadi referensi dalam menilai penataan reklame berdasarkan aspek visual.
2. Bagi Pemerintah
Studi Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta Berdasarkan Aspek Visual diharapkan dapat menjadi masukan bagi instansi terkait mengenai penataan reklame.
3. Bagi Masyarakat
Melalui Studi Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta Berdasarkan Aspek Visual masyarakat diharapkan untuk lebih peduli mengenai pentingnya penataan reklame dalam perencanaan kota.
4. Bagi Penelitian Selanjutnya
Hasil Studi Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta Berdasarkan Aspek Visual diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa selanjutnya agar lebih baik.

1.6 Ruang Lingkup

1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah

Jalan Mayor Suryotomo terletak di Kelurahan Ngupasan, Kecamatan Gondomanan dengan batas batas administratif sebagai berikut.

- Utara : Jalan Mataram, Kelurahan Sosromenduran, Kelurahan Suryatmajan
- Timur : Kelurahan Purwokinanti, Kelurahan Prawirodirjan
- Selatan : Jalan Senopati, Jalan Sultan Agung, Kelurahan Prawirodirjan, Kelurahan Kadipaten
- Barat : Kelurahan Notoprajan, Kelurahan Ngampilan

Jalan Mayor Suryotomo dipilih sebagai wilayah studi dengan dasar pertimbangan sebagai berikut:

1. Jalan Mayor Suryotomo merupakan kawasan perdagangan dan jasa sehingga terjadi persaingan dalam hal pemasangan reklame khususnya reklame papan toko dan iklan.
2. Reklame di Jalan Mayor Suryotomo yang kurang memperhatikan aspek visual sehingga mengurangi nilai estetika pada koridor jalan tersebut.

1.6.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi dimaksudkan untuk menyamakan pemikiran mengenai batasan substansi yang akan dibahas dalam studi Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo berdasarkan aspek visual ini. Ruang lingkup materi dalam penelitian ini meliputi:

1. Jenis reklame yang akan dibahas akan dibatasi yang terdiri dari seluruh reklame permanen yang terdiri atas reklame papan/billboard serta reklame cahaya karena jenis reklame tersebut merupakan jenis reklame yang paling berpotensi menimbulkan masalah visual serta jangka waktu pemasangan yang lama/menetap.
2. Membandingkan kondisi eksisting penataan reklame di wilayah studi dengan peraturan daerah terkait untuk mengetahui kesesuaian penataan reklame.
3. Penelitian dibatasi hanya melihat kondisi penataan reklame di wilayah studi pada siang hari.
4. Penelitian dibatasi hanya melihat reklame sebagai objek di koridor Jalan Mayor Suryotomo dan tidak membahas keberadaan reklame dalam *streetscape*.

5. Penelitian tidak membahas mengenai pengukuran sudut pandang dan kecepatan kendaraan sehingga tidak menghasilkan output peletakan reklame.
6. Penelitian ini menghasilkan output berupa konsep penataan reklame menurut teori *Visual Impact Assessment* yang terdiri atas elemen warna, bentuk, tekstur, garis dan skala dengan didukung oleh teori visual lain yang terkait.

1.7 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I PENDAHULUAN berisi mengenai hal-hal yang melatarbelakangi pengambilan judul penelitian “Konsep Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta” disertai dengan tujuan serta identifikasi masalah yang ada, ruang lingkup, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II TINJAUAN PUSTAKA berisi mengenai tentang teori-teori serta kebijakan terkait reklame yang dapat mendukung studi penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III METODOLOGI PENELITIAN berisi tentang metode survei primer dan sekunder yang digunakan dalam penelitian, analisis data, variabel dan parameter penelitian, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV PEMBAHASAN

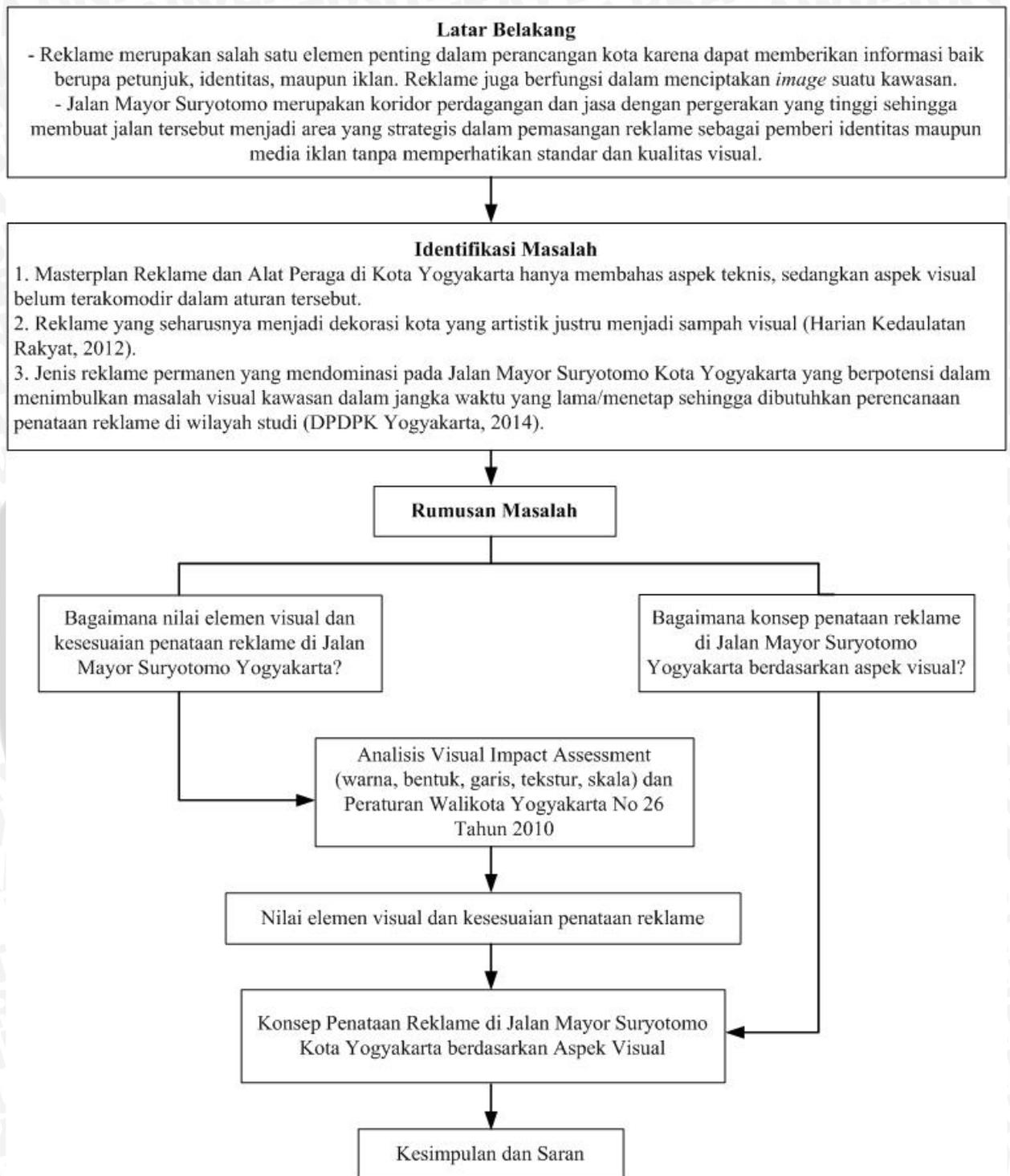
Bab IV PEMBAHASAN berisi mengenai penjabaran data hasil survey, serta pembahasan materi berdasarkan analisis yang digunakan secara deskriptif dan evaluatif.

BAB V PENUTUP

Bab V PENUTUP berisi mengenai kesimpulan penelitian serta saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait dengan studi penelitian “Penataan Reklame di Jalan Mayor Suryotomo Kota Yogyakarta Berdasarkan Aspek Visual”.

DAFTAR PUSTAKA

1.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran