RINGKASAN

MAYA ARI UTAMI, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Universitas Brawijaya, Juni 2009, *Kualitas Visual Koridor Jalan Legian Kuta - Bali*, Dosen Pembimbing: Ir. Jenny Ernawati, MSP., Ph.D. dan Herry Santosa, ST., MT.

Pariwisata merupakan salah satu cara yang dapat dimanfaatkan oleh suatu daerah untuk membantu meningkatkan pendapatan daerahnya dibandingkan dengan sumber daya lainnya. Bali merupakan salah satu contoh nyata daerah wisata yang berkembang amat pesat di Indonesia. Masyarakat Bali memiliki akar kepercayaan yang kuat dan walaupun arus kedatangan wisatawan dalam jumlah besar setiap tahunnya, kebudayaan mereka masih sangat kental dan agama mayoritasnya adalah Hindu Dharma. Dulunya Kuta Bali merupakan kampung nelayan dan petani yang sepi, dan baru setelah listrik masuk sekitar tahun 1970-an, sektor pariwisata di kawasan Kuta, Legian dan sekitarnya berkembang dengan pesat.

Banyak jalan-jalan di Kuta dirancang sedemikian rupa agar dapat menjadi nyaman untuk dilalui oleh wisatawan selain untuk mendukung kegiatan pariwisatanya sendiri. Salah satu koridor jalan yang ramai dilewati oleh para turis adalah Jl. Legian. Koridor jalan Legian merupakan kawasan perdagangan yang berkonsepkan *shopping street*. Selain merupakan salah satu koridor utama, disana terdapat deretan toko-toko penjual beragam kebutuhan, mulai dari pakaian hingga makanan, sehingga aktivitas disana cukup padat. Jalan Legian merupakan satu dari dua jalan utama menuju kawasan Kuta *Square* dan Pantai Kuta selain jalan Pantai Kuta sendiri. Namun jalan Legian merupakan awal dari pertumbuhan perdagangan dan jasa yang memfasilitasi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Kuta.

Secara umum, pelaku aktivitas di jalan Legian dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu, wisatawan mancanegara, wisatawan domestik, dan masyarakat lokal. Semuanya memiliki latar belakang budaya, nalar, dan pengalaman individu yang berbeda. Kondisi koridor di jalan Legian dengan beragam individu yang beraktivitas disana menjadikannya suatu ruang yang kompleks.

Kualitas visual yang baik akan menjadikan lingkungan tersebut menjadi optimal penggunaannya, karena adanya respon positif dari individu yang terpenuhi kepentingannya. Persepsi dari setiap individu turut mempengaruhi kualitas visual suatu lingkungan. Jika perancangan suatu lingkungan tidak memahami persepsi lingkungan masyarakat yang beraktivitas di dalamnya, maka tidak akan memunculkan kualitas visual yang baik pada lingkungan tersebut. Dan bila kualitas visual suatu lingkungan buruk, akan menyebabkan lingkungan tersebut menjadi sia-sia akibat kurangnya perhatian masyarakat terhadap keberlangsungannya. Hal tersebut tentunya akan berdampak negatif bagi daerah pariwisata yang menjual potensi dari setiap wilayahnya.

Pada penelitian tentang kualitas visual ini, digunakan 15 variabel *Semantic Differential Scales*, yaitu : jelek-indah, membosankan-menarik, tidak nyaman-nyaman, tidak ramah-ramah, semrawut-teratur, membingungkan-memudahkan, tidak aman-aman, kotor-bersih, biasa-unik, monoton-beraneka warna, sederhana-rumit, sesak-lapang, terputus-mengalir, kontemporer-tradisional, sederhana/biasa-ornamen. Variabel tersebut sesuai dengan metode *Environmental Aesthetics* yang digunakan.

Dari rata-rata hasil penilaian kuisioner yang didapat, gambaran umum tentang jalan Legian menurut ketiga kelompok responden, jalan Legian dianggap cenderung positif dalam keseluruhan variabel. Penilaian mengenai gambaran umum tersebut dilihat dari beberapa faktor yang nampak, seperti fasade bangunan, transportasi, persampahan, jaringan telepon dan listrik, dan perabot jalan. Diharapkan dengan adanya penelitian mengenai kualitas visual di jalan Legian ini dapat memaksimalkan segala potensi yang ada mengingat kawasan *shopping street* ini merupakan objek wisata berskala internasional.

Kata kunci : pariwisata, kualitas visual, jalan Legian, *environmental aesthetics*, *semantic differential scales*