

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena hanya atas berkah dan hidayah-Nya, sehingga Skripsi yang berjudul “Daya Tampung dan Kesesuaian Media Reklame Di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang” dapat terselesaikan.. Dalam proses pembuatan laporan ini penulis mendapat bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak, Mama, kedua kakaku dan adikku tercinta yang telah memberikan dukungan doa, materi dan cinta yang tiada habisnya.
2. Ragil Yokebet Aprillia Putri dan Ardelia Islami Aashaa – masa depanku, terimakasih atas motivasi, dukungan, dan kesabarannya dalam menemani terselesainya skripsi ini. *I love both of you.*
3. Bapak dan Mama mertua tercinta yang telah memberikan semua dukungannya.
4. Dr. Eng. I Nyoman Suluh Wijaya, ST., MT. dan Bapak Eddi Basuki Kurniawan, ST., MT. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyelesaian laporan ini.
5. Bapak Dr. Tech. Fadly Usman, ST., MT. selaku dosen penguji pertama dan Bapak Chairul Maulidi, ST., MT. selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan kritikan dan saran untuk penyempurnaan tugas akhir ini.
6. Anak-anak BC, kelompok SPD Sumberjati, SPK Danurejan, UDS Soeharso Purwokerto, dan SPW Agropolitan Bantaeng atas segala jenis kebersamaannya.
7. Teman-teman kos Sunan Muria V/B4-4 dan teman-teman seperjuangan PWK 2010, serta semua pihak yang telah berpartisipasi dalam proses penyelesaian laporan ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik untuk menyempurnakan penelitian ini.

Malang, 27 Maret 2014

Penulis

**DAFTAR ISI**

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan dan Sasaran Penelitian .....	5
1.5 Ruang Lingkup .....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah .....	6
1.5.2 Ruang Lingkup Materi .....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Reklame.....	9
2.1.1 Tipologi reklame .....	9
2.1.2 Elemen penataan reklame.....	10
2.1.3 Prinsip penataan reklame .....	13
2.2 Penyelenggaraan Reklame Kota Malang .....	18
2.3 Studi Terdahulu .....	20
2.4 Kerangka Teori.....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Penentuan Variabel Penelitian.....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3.1 Survei Primer .....	26
3.3.2 Survei Sekunder .....	30
3.4 Metode Analisis.....	30
3.5 Desain Survei .....	35

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Koridor Jalan Soekarno-Hatta .....	39
4.1.1 Karakteristik Proses Penyelenggaraan Reklame.....	41
4.1.2 Karakteristik Pemasangan reklame di Koridor Jalan	
Soekarno-Hatta .....	42
4.2 Daya tampung media reklame terpasang di koridor jalan	
Soekarno-Hatta .....	53
4.2.1 Daya tampung media reklame berdasarkan perhitungan nilai $L_s$ (tata Informasi yang dapat dibaca) .....	53
4.2.2 Daya tampung media reklame berdasarkan Standar keselamatan pengguna.....	54
4.3 Analisis Kesesuaian Kondisi Media Reklame Terpasang.....	99
4.4 Rekomendasi penataan media reklame di koridor jalan	
Soekarno-Hatta Kota Malang .....	130

## BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Saran .....	138

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	8
Gambar 2. 1 Penempatan Media Reklame .....	18
Gambar 3. 1 Peta Segmentasi Koridor Jalan Soekarno-Hatta.....	29
Gambar 3. 2 Tahapan Penelitian .....	34
Gambar 3. 3 Diagram Alir Studi .....	38
Gambar 4. 1 Peta Wilayah Studi Penelitian .....	40
Gambar 4. 2 Reklame Neon Box di Koridor Jalan Soekarno-Hatta .....	44
Gambar 4. 3 Proses analisa daya tampung dan komposisi ukuran media reklame .....	55
Gambar 4. 4 Peta daya tampung media reklame di koridor jalan Soekarno-Hatta .....	61
Gambar 4. 5 Peta persebaran daya tampung media reklame di segmen 1 koridor jalan Soekarno-Hatta .....	62
Gambar 4. 6 Peta persebaran daya tampung media reklame di segmen 2 koridor jalan Soekarno-Hatta .....	63
Gambar 4. 7 Peta persebaran daya tampung media reklame di segmen 3 koridor jalan Soekarno-Hatta .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Media Reklame tidak memenuhi standar keselamatan yaitu ketinggian media di atas jalur pejalan yaitu sebesar $\geq 2,1$ m (UU No. 13/1980 tentang jalan) .....	3
Tabel 1. 2 Media yang berdempetan (Penumpukan) pada Sudut-sudut persimpangan Jalan di Koridor Jalan Soekarno-Hatta .....	3
Tabel 2. 1 Jenis media reklame yang digunakan pada penelitian .....	9
Tabel 2. 2 Aspek Penataan Reklame (Natalivan, 1997).....	10
Tabel 2. 3 Prinsip Penataan Reklame Berdasarkan Aspek Keselamatan (Natalivan, 1997).....	11
Tabel 2. 4 Prinsip Penataan Reklame berdasarkan aspek keindahan (Natalivan, 1997).....	11
Tabel 2. 5 Prinsip penataan Reklame berdasarkan Aspek Efektifitas Reklame (Natalivan, 1997).....	12
Tabel 2. 6 Pedoman Ukuran Bidang Reklame .....	15
Tabel 2. 7 Jarak Minimal Antar Reklame Dilihat dari Kecepatan Kendaraan.	16
Tabel 2. 8 Studi Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Dasar Penentuan Variabel Penelitian .....	24
Tabel 3. 2 Kriteria evaluasi Pemasangan Reklame .....	31
Tabel 3. 3 Desain Survei .....	35
Tabel 4. 1 Jenis Ukuran Reklame Billboard Berdasarkan Kondisi Eksisting..	43
Tabel 4. 2 Karakteristik media terpasang di segmen 1 (Timur).....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik media terpasang pada Segmen 1 (Barat).....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik media terpasang pada Segmen 2 (Timur).....	47
Tabel 4. 5 Karakteristik media terpasang pada Segmen 2 (Barat) .....	49
Tabel 4. 6 Karakteristik media terpasang pada Segmen 3 (Timur).....	50
Tabel 4. 7 Karakteristik media terpasang pada Segmen 3 (Barat) .....	51
Tabel 4. 8 Daya Tampung Media Reklame Koridor Jalan Soekarno-Hatta Berdasarkan perhitungan Ls (secara normal = jarak minimal tata informasi dapat dibaca ) .....	53
Tabel 4. 9 Daya Tampung Segmen 1 (Timur) Berdasarkan Jarak Minimal Media Reklame (Ls) , dengan $V=4,17$ m/det .....	56



Tabel 4. 10 Daya Tampung Segmen 1 (Barat) Berdasarkan Jarak Minimal Media Reklame (Ls) , dengan V=8,33 m/det .....	57
Tabel 4. 11 Daya Tampung Segmen 2 (Timur) Berdasarkan Jarak Minimal Media Reklame (Ls) , dengan V=8,33 m/det .....	58
Tabel 4. 12 Daya Tampung Segmen 2 (Barat) Berdasarkan Jarak Minimal Media Reklame (Ls) , dengan V=8,33 m/det .....	58
Tabel 4. 13 Daya Tampung Segmen 3 (Timur) Berdasarkan Jarak Minimal Media Reklame (Ls) , dengan V=8,33 m/det .....	59
Tabel 4. 14 Daya Tampung Segmen 3 (Barat) Berdasarkan Jarak Minimal Media Reklame (Ls) , dengan V=8,33 m/det .....	59
Tabel 4. 15 Komposisi Ukuran Media Reklame Berdasarkan Tingkat- Pelayanan Jalan .....	66
Tabel 4. 16 Komposisi media reklame segmen 1 (Timur).....	67
Tabel 4. 17 Komposisi media reklame segmen 1 (Barat) .....	67
Tabel 4. 18 Komposisi media reklame segmen 2 (Timur).....	68
Tabel 4. 19 Komposisi media reklame segmen 2 (Barat) .....	68
Tabel 4. 20 Komposisi media reklame segmen 3 (Timur).....	69
Tabel 4. 21 Komposisi media reklame segmen 3 (Barat) .....	69
Tabel 4. 22 Jumlah media reklame berdasarkan hasil Klasifikasi ukuran media.....	70
Tabel 4. 23 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media- reklame pada segmen 1 .....	71
Tabel 4. 24 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media- reklame pada segmen 1 (Timur).....	73
Tabel 4. 25 Kesesuaian kondisi eksisting dengan hasil rekomendasi pada Segmen 1 (Timur) .....	75
Tabel 4. 26 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media- reklame pada segmen 1 (Barat) .....	77
Tabel 4. 27 Kesesuaian kondisi eksisting dengan hasil rekomendasi pada Segmen 1 (Barat) .....	78
Tabel 4. 28 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media- reklame pada segmen 2 .....	80



Tabel 4. 29 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media reklame pada segmen 2 (Timur).....	82
Tabel 4. 30 Kesesuaian kondisi eksisting dengan hasil rekomendasi pada Segmen 2 (Timur) .....	83
Tabel 4. 31 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media-reklame pada segmen 2 (Barat).....	85
Tabel 4. 32 Kesesuaian kondisi eksisting dengan hasil rekomendasi pada Segmen 2 (Barat).....	87
Tabel 4. 33 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media-reklame pada segmen 3 .....	89
Tabel 4. 34 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media-reklame pada segmen 3 (Timur).....	91
Tabel 4. 35 Kesesuaian kondisi eksisting dengan hasil rekomendasi pada segmen 3 (Timur) .....	93
Tabel 4. 36 Perbandingan Kondisi eksisting dengan rekomendasi media-reklame pada segmen 3 (Barat).....	95
Tabel 4. 37 Kesesuaian kondisi eksisting dengan hasil rekomendasi pada segmen 3 (Timur) .....	97
Tabel 4. 38 Kesesuaian Kondisi media reklame pada segmen 1 (Timur).....	100
Tabel 4. 39 Kesesuaian Kondisi media reklame pada segmen 1 (Barat) .....	105
Tabel 4. 40 Kesesuaian Kondisi media reklame pada segmen 2 (Timur).....	110
Tabel 4. 41 Kesesuaian Kondisi media reklame pada segmen 2 (Barat) .....	115
Tabel 4. 42 Kesesuaian Kondisi media reklame pada segmen 3 (Timur).....	120
Tabel 4. 43 Kesesuaian Kondisi media reklame pada segmen 3 (Barat) .....	125



## DAFTAR PUSTAKA

- Cullen, Gordon. 1957. "Town Space". The Architectural Press. London
- Juniarko, Oky.2005. "Penataan Reklame Pada Koridor Jalan Utama Kota Mataram". Skripsi. Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya. Malang.
- Kasali, Rhenald.1985."Manajemen Periklanan-Konsep dan Aplikasinya di Indonesia". Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
- Lynch, Kevin.1981. "A Theory of Good City Form". The MIT Press. Cambridge
- Moleong, Lexy J.2007. "Metodologi Penelitian Kualitatif". Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Natalivan, Petrus.1997. "Pedoman Teknis Penataan Media Reklame Luar Ruangan" (Contoh Kasus Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung". Skripsi. Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota ITB.Bandung.
- Peraturan Daerah Kota Malang No. 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame
- Peraturan Walikota Malang No. 4 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Penghitungan Pajak Reklame
- Peraturan Walikota Malang No. 21 Tahun 2008 Tentang Titik Strategis Pemasangan Reklame
- Peraturan Walikota Malang No. 22 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Perizinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame
- Rubenstain, Harvey.1975. "A Guide to Side and Environment Planning"
- Shirvani, Hamid.1985. "The Urban Design Process".
- Rohmadiani, Linda Dwi. 2005. "Studi Penataan Reklame Koridor Jalan Mayjend Panjaitan-MT. Haryono Kota Malang". Skripsi. Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Brawijaya. Malang.
- Sandria, Cristina Ulfa. 2007. "Evaluasi Penyelenggaraan reklame di Kecamatan Blimbingsari Kota Malang". Skripsi. Jurusan Perencanaan wilayah dan Kota Universitas Brawijaya. Malang
- Undang-undang No.13 Tahun 1980 Tentang Jalan