

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Reklame merupakan salah satu alat komunikasi visual dalam lingkungan perkotaan dengan menggunakan tanda-tanda atau *signage*. Pemasangan reklame, selain pada bangunan juga pada ruang terbuka. Pemasangan reklame pada berbagai lokasi dilakukan oleh berbagai pihak dengan tujuan mempromosikan sesuatu. Bentuknya mulai dari papan tanda, umbul-umbul, logo, dan simbol-simbol lainnya yang mengkomunikasikan tentang kepemilikan, status, kelompok persatuan, barang dan jasa, sopan santun dan banyak lagi (Lynch, 1987).

Pada abad ke dua puluh Cullen (1961) mengidentifikasi bahwa reklame mempunyai kontribusi untuk membentuk pemandangan kota. Pada beberapa kota, pemasangan reklame akan membentuk ciri lingkungan. Tetapi pemasangan reklame tanpa perencanaan dan pengaturan akan memberikan masalah tersendiri. Pemasangan reklame yang tidak teratur, menimbulkan kesan “kumuh” dan mengaburkan informasi yang akan di sampaikan.

Ada empat hal utama keberatan dari Gordon Cullen (1961) terhadap pemasangan iklan (reklame) di jalan. Pertama, iklan tidak layak dan selanjutnya membahayakan keselamatan. Kedua, iklan mengeksploitasi penggunaan jalan dan masyarakat tidak ada pilihan lain selain memperhatikan iklan. Ketiga, iklan-iklan “mengasari” lingkungan publik dan menurunkan selera publik. Keempat, iklan mengalihkan perhatian pengendara kendaraan bermotor dan pengguna jalan.

Menurut Shirvani (1985) dari sisi desain kota, ukuran dan kualitas desain reklame harus diatur untuk menetapkan keserasian, mengurangi dampak visual negatif, pada saat bersamaan mengurangi kebingungan dan kompetisi dengan tanda informasi keperluan masyarakat serta tanda lalu lintas (Shirvani, 1985: 40).

Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang merupakan salah satu jalan yang memiliki tingkat pengguna jalan terpadat di kota Malang. Koridor jalan Soekarno-Hatta juga merupakan pusat koridor perdagangan dan jasa dengan kategori padat. Kondisi seperti ini menyebabkan banyak hal yang perlu menjadi perhatian pemerintah Kota Malang, salah satunya adalah media reklame terpasang.

Pengelolaan reklame di Kota Malang, diatur dalam Peraturan Daerah No.4 Tahun 2006 (Perda Kota Malang 4/2006) tentang penyelenggaraan reklame. Dimana dalam Perda Kota Malang 4/2006 dijelaskan mengenai aturan pemasangan, perijinan, serta pembongkaran reklame yang ada di Kota Malang secara umum. Pada kenyataannya pengelolaan media reklame di Kota Malang masih belum dapat diakomodir oleh perangkat berupa peraturan daerah Kota Malang No. 4 Tahun 2006 tentang penyelenggaraan reklame tersebut, hal ini disebabkan karena bentuk muatannya yang bersifat umum, sehingga pemasangan dan perijinan media reklame masih belum mendapatkan aturan yang jelas.

Permasalahan utama yang terjadi di Koridor Jalan Soekarno-Hatta yaitu keberadaan media reklame yang tidak terkendali diakibatkan tidak adanya peraturan Pemerintah Daerah yang mengakomodir penataan media reklame sehingga aktifitas bisnis dan perdagangan yang terjadi di koridor jalan Soekarno-Hatta mengakibatkan terjadinya persaingan antar pengguna bangunan dalam memberikan informasi tentang usaha komersial yang mereka lakukan. Hal ini berdampak pada pemasangan media reklame yang tidak terkendali dengan tidak terpenuhinya standar keselamatan para pengguna jalan dan tidak adanya pertimbangan pada aspek keindahan maupun keefektifan dalam penyampaian informasi dalam pemasangan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta.

Tidak adanya peraturan Pemerintah Daerah yang mengatur tentang penataan media reklame berpengaruh terhadap pemasangan media reklame di Soekarno-Hatta, dimana bila ditinjau pada aspek keselamatan beberapa media reklame yang berada di atas jalur pejalan kaki ditemukan tidak memenuhi standar keselamatan yaitu ketinggian media di atas jalur pejalan yaitu sebesar  $\geq 2,1$  m (UU No. 13/1980 tentang jalan) sehingga sangat membahayakan para pejalan kaki, beberapa diantaranya dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

**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)**

Jenis Media reklame	Nama Media Reklame	Ketinggian (m)	Gambar
Billboard Kecil	Lontong Mie	$\pm 1,6$ m	
Neon Box	Rumah Udang	$\pm 1,5$ m	

Dampak tidak adanya Peraturan Daerah yang mengatur tentang penataan reklame juga berpengaruh terhadap aspek keindahan maupun keefektifan dalam penyampaian informasi, salah satu diantaranya yaitu kondisi pemasangan beberapa media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta kurang mempertimbangkan keharmonisan antar media reklame diantaranya terdapat beberapa media yang berdempetan (penumpukkan) pada sudut persimpangan jalan di Koridor Jalan Soekarno-Hatta diantaranya dapat dilihat pada **Tabel 1.2**.

**Tabel 1. 2 Media yang berdempetan (Penumpukkan) pada Sudut-sudut persimpangan Jalan di Koridor Jalan Soekarno-Hatta**

Lokasi Media reklame	Gambar
Ujung Barat Jalan Bunga Cokelat di Koridor Jalan Soekarno-Hatta	



Lokasi Media reklame	Gambar
----------------------	--------

**Ujung Timur Perumahan Permata Jingga di Koridor Jalan Soekarno-Hatta**



Untuk mengatasi permasalahan reklame yang terjadi pada wilayah studi maka dalam penelitian berusaha menghitung kemungkinan daya tampung pemasangan media reklame pada Koridor Jalan Soekarno-Hatta sesuai dengan tata informasi yang dapat dibaca (Ls) untuk menentukan jumlah media reklame yang dapat ditampung di koridor jalan Soekarno-Hatta dengan harapan daya tampung media reklame yang dihasilkan dapat meminimalisir penumpukkan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta dan mengidentifikasi kesesuaian pemasangan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta berdasarkan aspek keselamatan, aspek keindahan dan aspek keefektifan dalam penyampaian informasi.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Perkembangan aktifitas bisnis dan perdagangan di Koridor Jalan Soekarno-Hatta menyebabkan terjadinya persaingan antar pengguna bangunan, terutama dalam memberikan informasi tentang usaha komersial yang mereka lakukan. Dengan demikian, kebutuhan akan media promosi meningkat sehingga berakibat banyaknya media reklame di koridor ini. Peningkatan jumlah media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta tidak didukung oleh adanya Peraturan Pemerintah daerah Kota Malang yang mengakomodir penataan media reklame mengakibatkan keberadaan media reklame yang ada di Kota Malang khususnya yang berada pada Koridor jalan Soekarno-Hatta menjadi tidak terkendali. Hal ini menyebabkan keberadaan media reklame berpengaruh terhadap keselamatan para pengguna jalan yang melintasi Koridor Jalan Soekarno-Hatta akibat dari informasi yang disampaikan pada media reklame yang tidak memiliki standar pemasangan media reklame, selain itu tidak adanya penataan media reklame berpengaruh terhadap aspek keindahan maupun keefektifan dalam penyampaian informasi,

salah satu diantaranya yaitu kondisi pemasangan beberapa media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta kurang mempertimbangkan keharmonisan antar media reklame diantaranya terdapat beberapa media yang berdempetan (penumpukkan) pada sudut persimpangan jalan di Koridor Jalan Soekarno-Hatta.

### 1.3 Rumusan Masalah

Koridor jalan Soekarno-Hatta merupakan kawasan perdagangan dan jasa di Kota Malang (RTRW Tahun 2009-2029) sehingga menjadikan koridor ini berkembang pesat. Perkembangan aktifitas bisnis dan perdagangan menyebabkan terjadinya persaingan antar pengguna bangunan, terutama dalam memberikan informasi tentang usaha komersial yang mereka lakukan. Dengan demikian, kebutuhan akan media promosi meningkat sehingga berakibat banyaknya media reklame di koridor ini. Tidak adanya penaturan pemasangan media reklame di Kota Malang khususnya pada Koridor Jalan Soekarno-Hatta berdampak negatif terhadap keselamatan, keindahan dan keefektifan dalam penyampaian informasi. Pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Berapa kapasitas maksimum daya tampung media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang yang didasarkan pada jarak minimal reklame yang dapat dibaca (Ls)?
2. Bagaimana kesesuaian pemasangan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang aspek keselamatan, aspek keindahan dan aspek keefektifan dalam penyampaian ?

### 1.4 Tujuan dan Sasaran Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah arahan penempatan reklame koridor jalan Soekarno-Hatta . Sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi karakteristik pemasangan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang.
2. Mengidentifikasi daya tampung media di koridor jalan Soekarno-Hatta Kota Malang berdasarkan jarak minimal media reklame yang dapat dibaca (Ls).

3. Mengidentifikasi kesesuaian pemasangan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang berdasarkan aspek keselamatan, aspek keindahan dan aspek keefektifan dalam penyampaian informasi.

## **1.5 Ruang Lingkup**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah**

Ruang lingkup wilayah penelitian ini adalah koridor jalan Soekarno-Hatta Kota Malang. Jalan Soekarno-Hatta yang dijadikan lokasi studi merupakan salah satu koridor jalan yang berada di kecamatan Lowokwaru dengan hirarki jalan kolektor sekunder. Lokasi pengamatan difokuskan pada penggalan jalan mulai dari jembatan Soekarno-Hatta di sebelah selatan, hingga monumen bundaran pesawat terbang di sebelah utara. Pemilihan batasan wilayah studi didasarkan pada karakteristik fungsi kawasan serta karakteristik media reklame yang ada.

### **1.5.2 Ruang Lingkup Materi**

Ruang lingkup Materi yang dibahas pada penelitian ini meliputi hal-hal yang berkaitan dengan penataan papan reklame di koridor jalan Soekarno-Hatta, yaitu:

1. Materi yang membahas tentang karakteristik pemasangan media reklame didasarkan pada 3 aspek yaitu aspek keselamatan, keindahan dan keefektifan dalam penyampaian informasi.
2. Materi tentang daya tampung media reklame didasarkan pada jarak minimal media reklame yang dapat dibaca (Ls).
3. Materi yang membahas tentang kesesuaian media reklame didasarkan pada aspek keindahan, keselamatan dan keefektifan dalam penyampaian informasi (Natalivan, 1997)
4. Jenis media reklame yang dibahas meliputi: billboard besar, billboard sedang, billboard kecil, dan neon box. Ketiga reklame ini dipilih berdasarkan pada pertimbangan bahwa ketiganya merupakan jenis media yang paling banyak ditemui pada wilayah studi.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini ada dua, yaitu:

1. Manfaat akademik

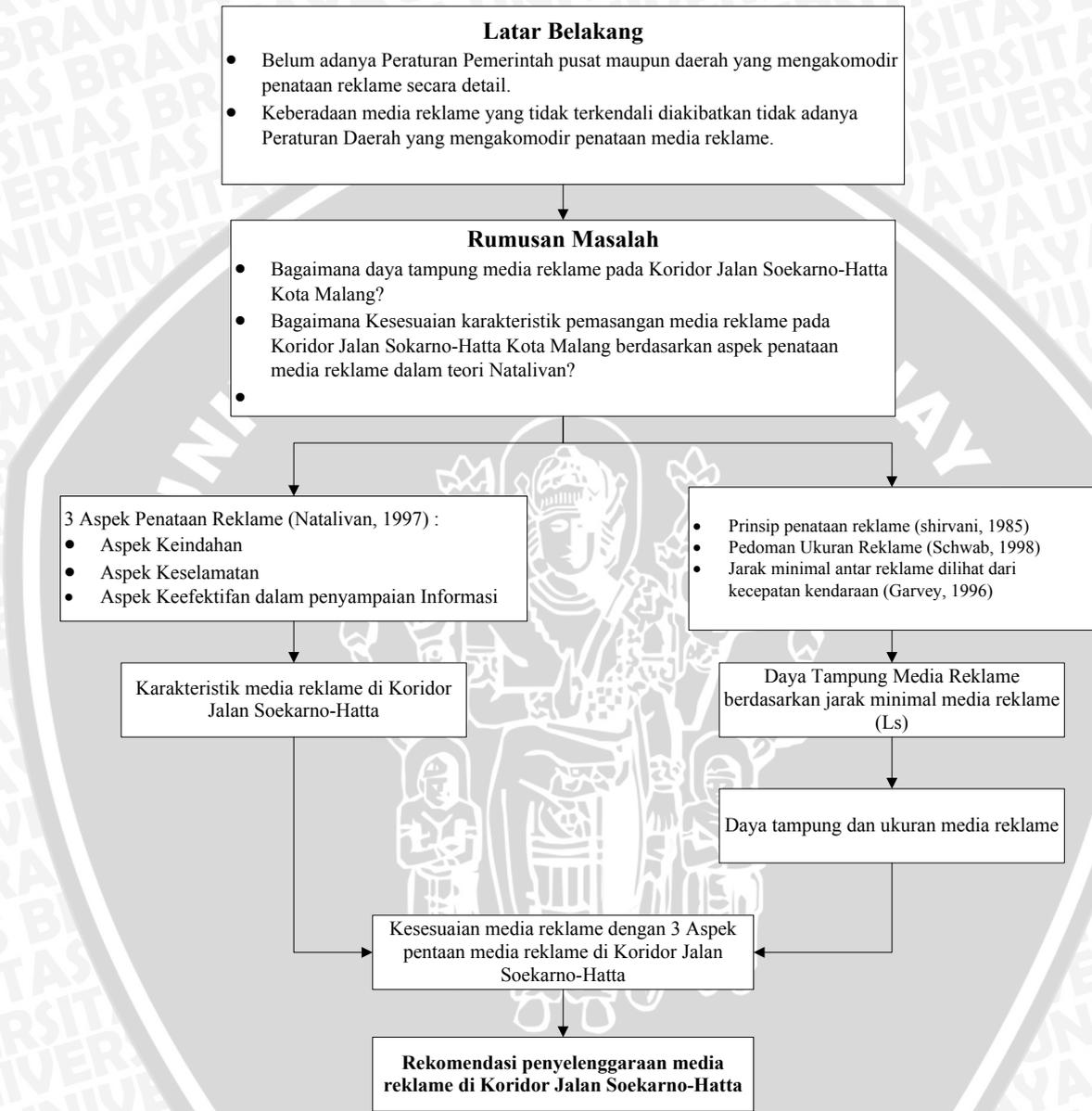
Manfaat akademik dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan bidang keilmuan terutama dalam bidang pengaturan media reklame dengan memperhatikan daya tampung. Fokus penelitian berupa analisis daya tampung sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan mengutamakan arahan teknis penataan dan pemasangan media reklame.

2. Manfaat praktis

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Memberikan pertimbangan kepada Pemerintah Kota Malang dalam pengambilan kebijakan terkait penyelenggaraan media reklame khususnya pada koridor jalan Soekarno-Hatta.
- b. Memberikan dasar pertimbangan daya tampung media reklame di koridor jalan Soekarno-Hatta dalam merumuskan peraturan.

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian