

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Bangunan Cagar Budaya

2.1.1 Kawasan Bersejarah

Kawasan bersejarah merupakan kawasan yang memiliki kaitan dengan suatu kehidupan di masa lalu yang lebih dari 50 tahun (Wiryomartono, 2002). Namun jika mengacu pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) maka dipisah menjadi dua kata yaitu Kawasan dan Bersejarah. Kata kawasan memiliki arti daerah tertentu yang mempunyai ciri tertentu, semacam tempat tinggal, pertokoan, industri, dan sebagainya. Kata bersejarah memiliki arti mengandung sejarah. Maka jika digabungkan akan memiliki makna sebagai suatu daerah yang memiliki kandungan sejarah dan atau makna kultural di dalamnya.

Dalam kebijakan pemerintah juga dicantumkan pada RTRW Kota Malang Tahun 2011, BAB IV ‘Tujuan Kebijakan dan Strategi’ Paragraf 3 Kebijakan dan Strategi Penetapan Kawasan Strategis Kota Ayat 2 dikatakan pada Butir C, D, E, F berikut ini:

- C. Menetapkan kawasan strategis sosial budaya yang menunjukkan jati diri maupun penanda budaya kota
- D. Menetapkan bangunan-bangunan yang memiliki nilai sejarah dan kriteria benda cagar budaya yang menunjukkan penanda kota dan aset wisata budaya
- E. Mempertahankan dan mengembangkan lingkungan dan bangunan cagar budaya untuk kepentingan sejarah, ilmu pengetahuan, kebudayaan dan kepariwisataan
- F. Mempercepat revitalisasi kawasan kota yang terjadi penurunan fungsi sehingga menjadi pusat kegiatan pariwisata sejarah dan budaya

Dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang cagar budaya pada BAB I pasal 1 ayat 6 bahwa Kawasan Cagar Budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki dua Situs Cagar Budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas. Dengan itu dapat dikatakan bahwa kawasan bersejarah merupakan kawasan cagar budaya.

2.1.2 Makna Kultural

Makna kultural menurut Catanese (1979), adalah Estetika, Kejamanan, Kelangkaan, Keistimewaan, dan Peranan Sejarah bangunan tersebut kepada kawasan sekitar dan sebagai

mana peran bangunan tersebut memperkuat kawasan. Makna Kultural disini dapat dikategorikan sebagai instrumen untuk melihat kelayakan suatu kawasan dan bangunan cagar budaya.

1. Estetika, berkaitan dengan nilai estetis dan arsitektural, meliputi bentuk, gaya, struktur, tata ruang dan ornamental. Bangunan atau bagian kota mewakili prestasi khusus atau gaya-gaya sejarah tertentu. Kerangka pertimbangan dari penetapan estetis merupakan keputusan sulit, untuk membuktikan suatu bangunan penting yang akan di konservasi.
2. Kejamakan, objek yang akan dilestarikan karena mewakili dari kelas dan jenis khusus, tipikal yang cukup berperan. Tolak ukur kejamakan ditentukan pada bentuk suatu ragam atau jenis khusus yang spesifik.
3. Kelangkaan, adalah yang mewakili sisa dari warisan peninggalan terakhir dari gaya yang mewakili jamannya, tidak dimiliki daerah lain.
4. Keistimewaan, adalah salah satu kriteria yang digunakan dalam menetapkan objek konservasi yang perlu dilestarikan. Suatu objek konservasi yang memiliki bentuk yang paling menonjol, tinggi dan besar. Keistimewaan memberi tanda atau ciri suatu kawasan.
5. Peranan Sejarah, bermaksud menjelaskan bahwa bangunan atau kawasan yang di konservasi tersebut tentunya memiliki nilai sejarah yang seharusnya tetap dijaga, dipertahankan, dan dikembangkan sesuai fungsi dan keadaan aslinya, tanpa perubahan besar apalagi sampai menghilangkan nilai historis di dalamnya. Sebaliknya nilai historis dan kultural di dalamnya harus dikeluarkan/ditonjolkan/ditunjukkan sehingga nilai yang terkandung di dalamnya muncul dan menarik untuk menambah pengetahuan sebagai bukti sejarah.
6. Sebagai Pemerkuat Kawasan, kehadiran suatu objek, atau kehadiran suatu karya akan mempengaruhi kawasan-kawasan sekitar dan bermakna untuk meningkatkan kualitas dan citra lingkungan.

2.1.3 Gaya Bangunan Masa Kolonial Belanda

Menurut Rishnawati (2008) gaya bangunan pada bangunan cagar budaya di koridor Jalan Jaksa Agung Suprpto terdiri dari tiga macam gaya, yaitu:

1. Gaya Romantiek

Bangunan bergaya Romantiek adalah sebuah aliran bercorak arsitektur NA1900 yang lebih romantic. NA 1900 adalah aliran arsitektur dengan muka bangunan menonjolkan elemen vernacular arsitektur Belanda berupa gevel, teritis, dan masih terdapat variasi mahkota batu pada ujung gevel dan tepi listplank beton. Sedangkan pada bangunan bergaya Romantiek terdapat penambahan detail dekoratif pada hamper seluruh bagian bangunan dan elemen ruang luar. Elemen bangunan yang membentuk muka bangunan yang memebedakan dengan gaya bangunan colonial lain adalah adanya penambahan dentils, bracket, dan/atau modillions pada bagian atap bangunan, penambahan cresting, finial, weathervane, dan/atau balustrade pada bubungan atap. Ciri-ciri utama adalah banyaknya penggunaan lengkung, bentuk atap tinggi (kemiringan 45-60 derajat) dengan penutup genting. Komposisi bangunan gaya romantiek ini lebih kuat pada vertical bangunan, sehingga kesan bangunan menjadi tinggi.



Gambar 2.1 Ragam Hias Gevel pada bangunan bergaya Romantiek

Sumber: Putri Ayu Pertiwi (2009)

2. Gaya De Stijl

Gaya bangunan *de stijl* dan *Amsterdam school* merupakan aliran arsitektur modern yang berkembang di Belanda pada tahun 1930-an. Bangunan dengan gaya *de stijl* menitik beratkan pada fungsi dengan ciri-ciri permainan volume bangunan berbentuk kubus, bahan dasar pabrikan, gevel horizontal tanpa dekorasi serta lepas dari permainan warna, hanya menggunakan warna-warna primer bersamaan dengan warna hitam dan putih. Contoh bangunan bergaya *de stijl* di Indonesia adalah Istana Sultan Kutai yaitu Kedaton Putih (sekarang Museum Mulawarman) gambar 2..



Gambar 2.2 Contoh Bangunan bergaya *de stijl*

Sumber: wikipedia.com

3. *Gaya Amsterdam School*

Ciri-ciri umum bangunan bergaya *Amsterdam School* adalah bangunan terbuat dari bahan dasar alam dan menghasilkan bentuk massif dan plastis, ornamen skulptural dan perbedaan warna material beragam mempunyai peran esensial dalam desain, bentuk atap runcing (sudut kemiringan 45-60 derajat). Menurut Hadinoto (1996) bangunan dari aliran *Amsterdam school* biasanya dibuat dari susunan bata yang dikerjakan dengan keahlian tangan yang tinggi dan bentuknya sangat plastis; ornamen skulptural dan diferensiasi warna dari bahan-bahan asli (bata, batu alam, kayu) memainkan peran penting dalam desainnya.



Gambar 2.3 Contoh Bangunan bergaya *Amsterdam School*

2.2 Tinjauan Reklame

2.2.1 Definisi Reklame

Menurut Perda No 4 Tahun 2006 Kota Malang Tentang Penyelenggaraan Reklame, definisi reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah atau Pemerintah Daerah.

Beberapa jenis reklame yang dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu media reklame permanen atau berdurasi lama (minimal 1 tahun) dan reklame yang temporer atau berdurasi pendek (mingguan atau bulanan). Yang termasuk reklame permanen antara lain jenis Billboard tanam maupun tempel, backlight tanam maupun tempel, frontlight tanam maupun tempel, bando jalan, primatek, thin plat, dan rombongan. Sedangkan yang termasuk reklame temporer atau berdurasi pendek antara lain spanduk, umbul-umbul, poster, banner kain, baliho, dan balon udara. Keberadaan reklame berdurasi pendek ini relatif sulit dikendalikan karena dapat dipasang sewaktu-waktu dan berpotensi mengurangi estetika visual.

Klasifikasi reklame biasanya didasarkan pada isi pesan, bahan, sifat informasi dan teknik pemasangan reklame. Berikut ini merupakan pemaparan klasifikasi reklame (Kelly dan Rasso dalam Yulisar, 1999).

1. Berdasarkan isi pesannya, media reklame dibedakan menjadi:
 - a. Media komersial, merupakan media reklame yang menyampaikan informasi suatu barang atau jasa yang digunakan untuk kepentingan dagang (*private sign*).
 - b. Media reklame non komersial, merupakan media reklame yang hanya mengandung informasi pelayanan ataupun pesan-pesan terhadap masyarakat (*public sign*).
2. Berdasarkan bahan dan periode waktu yang digunakan media reklame dibedakan atas:
 - a. Media reklame permanen. Media reklame permanen memiliki izin dalam pemasangannya karena media reklame ini bersifat ditanam ke dalam tanah dengan struktur tertentu yang memiliki pondasi sendiri. Selain itu tempat pemasangannya pun tidak boleh di sembarang tempat.

- b. Media reklame temporer. Media reklame temporer hanya ada pada kurun waktu tertentu saja ketika ada suatu acara maupun kegiatan. Ciri-ciri dari media reklame temporer ini adalah mudah dipindahkan dimana saja ataupun dibongkar karena menggunakan bahan yang tidak mahal.
3. Berdasarkan sifat penyampaian informasi terdiri dari: (Shirvani, 1985)
 - a. Media reklame yang bersifat langsung. Media ini berada di kegiatan, bangunan atau lingkungan tempat reklame tersebut diletakkan karena fungsi dari reklame tersebut adalah menunjukkan identitas kegiatan, lingkungan atau bangunan tersebut.
 - b. Media reklame yang bersifat tidak langsung. Media reklame ini memiliki isi berupa pesan-pesan yang tidak ada kaitannya dengan kegiatan atau bangunan tempat reklame tersebut diletakkan.
4. Secara teknis pemasangan, media reklame dibedakan atas: (Kelly dan Rasso dalam Yulisar, 1999)
 - a. Media reklame yang berdiri sendiri (*free standing signs*), memiliki dua bentuk yaitu:
 - 1) Media reklame dengan tiang (*pole signs*). Media reklame ini menggunakan tiang sebagai pendukungnya dan terkadang tiang yang digunakan lebih dari satu, terpisah dari tanah serta bangunan dan struktur yang lain.
 - 2) Media reklame yang terletak di tanah (*ground signs*). Media reklame ini menggunakan tanah sebagai dasarnya atau tertanam di dalam tanah serta terpisah dari bangunan dan struktur lainnya.
 - b. Media reklame pada atap bangunan (*roof signs*) yang terdiri atas:
 - 1) Media reklame yang tidak menyatu dengan atas. Media reklame ini berada di atas bangunan dengan penyangga struktur atas serta berada tinggi di atas atap.
 - 2) Media reklame yang menyatu dengan atas. Media reklame yang menyatu dengan atap ini memiliki ciri-ciri tidak ada reklame yang memiliki ketinggian melebihi atap dan terpasang paralel tidak lebih dari 21 cm.
 - c. Media reklame dari tenda maupun *awning* (*canopy and awning signs*) yang meliputi:
 - 1) Media reklame pada tenda maupun *awning* yang permanen.
 - 2) Media reklame pada tenda maupun *awning* yang dapat dilihat.

- d. *Projected sign*. Media reklame ini didirikan pada bangunan atau dinding sedemikian rupa untuk menghadapi arus kendaraan dengan jarak tidak lebih dari 15 cm dari dinding bangunan dan dipasang tegak lurus dari bangunan.
- e. Media reklame yang ditempatkan pada dinding (*wall signs*). Media reklame yang masuk dalam kategori ini adalah media reklame yang dipasang secara paralel dalam jarak maksimum 15 cm dari dinding bangunan, media reklame yang dicat pada permukaan dinding atau struktur bangunan yang lain.
- f. Media reklame yang digantung (*suspended signs*). Media reklame ini digantung pada bagian bawah bidang horizontal (langit-langit) pada serambi bangunan. Umumnya media reklame ini berukuran lebih kecil dari papan nama atau alamat untuk memberitahukan pada pejalan kaki yang tidak dapat melihat media reklame yang lebih besar yang diletakkan pada dinding di atas serambi bagian depan bangunan.
- g. Media reklame di atas pintu keluar masuk bangunan (*marquee signs*). Media reklame ini diletakkan pada struktur bangunan seperti atap di atas pintu keluar masuk bangunan.

Media reklame pada jendela atau pintu (*window/door signs*). Media reklame jenis ini dapat berupa gambar, simbol atau kombinasi keduanya yang dirancang untuk memberikan informasi mengenai suatu aktivitas, bisnis, komoditi, peristiwa, perdagangan atau suatu perdagangan atau suhu pelayanan yang diletakkan pada jendela atau pintu dari kaca dan tampak dari sisi sebelah luar.

2.2.2 Kriteria Penataan Reklame

Model-model pengaturan media reklame mengandung beberapa elemen. Elemen-elemen yang dikandung selain peraturan yang menyangkut atas media reklame yang dibutuhkan atau yang dilarang (Natalivan, 1997), peraturan menyangkut media reklame yang sifatnya khusus, pelanggaran maupun administrasi juga mengatur persoalan teknis pemasangan media reklame, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jumlah media reklame
- 2) Lokasi media reklame
- 3) Luas dan ukuran media reklame
- 4) Penerangan

Model yang digunakan dalam pengaturan reklame harus bersifat netral, karena ada peraturan yang melarang beberapa bagian yang sifatnya komersil sedangkan yang lainnya diizinkan demi keefektifan administrasi. Aspek-aspek yang diatur antara lain:

- 1) Penggunaan peraturan
- 2) Peraturan media reklame pada milik pribadi dengan dan tanpa izin
- 3) Peraturan yang menyangkut izin yang dibutuhkan
- 4) Peraturan atas desain, konstruksi dan pemeliharaan
- 5) Rencana induk kota
- 6) Peraturan atas media reklame yang berada di jalan umum
- 7) Tata informasi yang dikecualikan dan dilarang dalam peraturan
- 8) Prosedur perizinan secara umum termasuk izin untuk membangun maupun memodifikasi media reklame serta perpanjangan izin
- 9) Waktu berlakunya peraturan serta pelanggaran
- 10) Upaya pelaksanaan dan perbaikan

Penataan reklame secara teknis harus tetap bertitik terhadap persoalan-persoalan yang tetap memperhatikan kualitas lingkungan kota dan kebutuhan masyarakat. Elemen-elemen dalam penataan reklame ini adalah jumlah, lokasi, luas dan ukuran, penerangan dan penempatannya.

Menurut Shirvani, ukuran dan kualitas dirancang agar mengurangi dampak visual yang negatif, ketidak teraturan dalam persaingan antara reklame yang bersifat komersial, non komersial serta reklame lalu lintas.

2.2.3 Pengendalian Reklame Sebagai Unsur Lingkungan

Reklame merupakan elemen lanskap yang perlu diperhatikan dalam penataannya karena dapat merusak atau mengurangi kualitas lingkungan (Hill, 1995). Sehingga keberadaan reklame harus direncanakan sebaik mungkin agar sesuai dengan lanskap sekitarnya.

a. Unsur Lingkungan

Lingkungan merupakan wadah bagi manusia untuk beraktifitas dan berinteraksi dengan sesama manusia dan alam beserta isinya. Manusia selalu melakukan persepsi dan interpretasi terhadap lingkungannya. Proses persepsi dan interpretasi merupakan rangkaian tindakan manusia sebagai upaya mendapatkan gambaran dari lingkungannya, sehingga manusia dapat menetapkan tindakan selanjutnya terhadap lingkungan tersebut. Arah dan bentuk tindakan

manusia terhadap lingkungannya dapat berupa hal-hal yang positif atau negatif, dimana pilihan tindakan tersebut sangat bergantung dari hasil persepsi dan interpretasi sebelumnya. Tindakan yang positif seperti pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam dengan bijaksana merupakan hasil pemahaman yang benar terhadap lingkungannya, sebaliknya tindakan negatif seperti perusakan dan pemborosan terhadap sumber daya alam merupakan hasil pemahaman yang salah terhadap lingkungannya. Dengan demikian perlu penanaman pengetahuan tentang persepsi dan interpretasi yang benar, sehingga manusia dapat menetapkan tindakan yang benar dalam mengelola lingkungannya.

b. Sistem Visual

Menurut Cullen (1996), keberadaan reklame tidak dapat terlepas dari kondisi visual sebuah kota sebagai hasil perkembangan ekonomi dan merupakan bagian dari peradaban. Tetapi kehadiran papan reklame memang berpotensi mengurangi kualitas visual. Terdapat empat hal yang merupakan keberatan utama terhadap keberadaan reklame, yaitu:

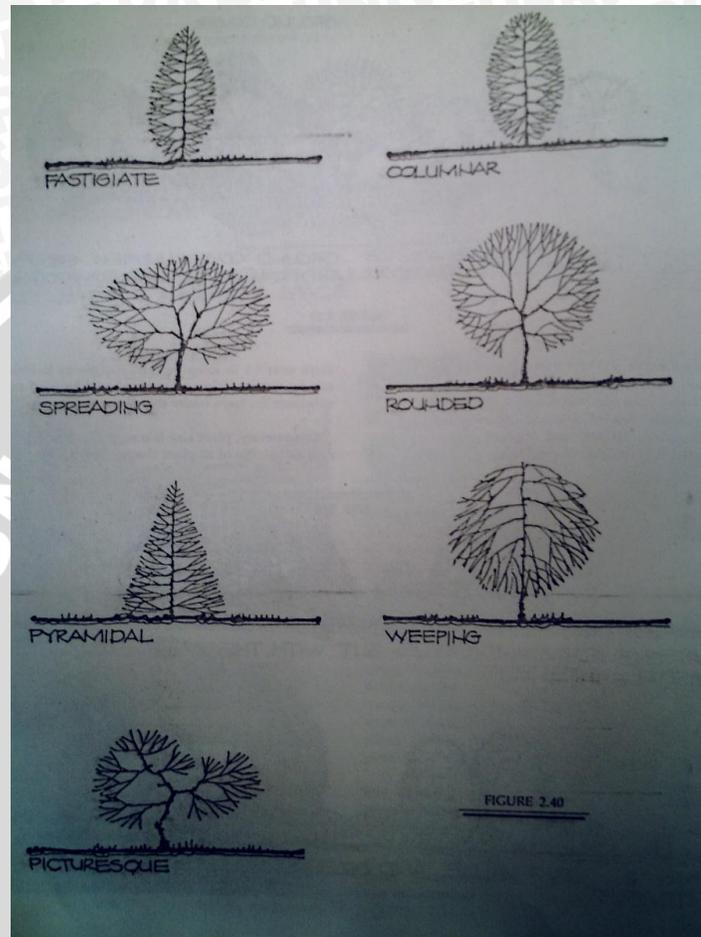
1. Keberadaan reklame seringkali tidak pantas dan bagaimanapun juga mengganggu atau merusak kenyamanan.
2. Reklame mengeksploitasi jalan raya umum dan masyarakat terpaksa menerimanya karena tak punya pilihan untuk tidak memandangnya.
3. Reklame membuat lingkungan umum menjadi vulgar atau kasar dan menurunkan cita rasa publik.
4. Reklame memecah atau mengganggu perhatian para pengendara motor maupun pemakai jalan yang lain.

2.3 Tinjauan Vegetasi

2.3.1 *Plant Form* (Bentuk Pohon)

Plant form atau bentuk tumbuhan merupakan karakteristik tumbuhan secara visual yang menunjukkan keseluruhan bentuk dan pola pertumbuhan. Bentuk tumbuhan merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan struktur komposisi tumbuhan, mempengaruhi kesatuan dan keanekaan, serta berperan dalam pembentukan karakter suatu tampilan kota. Vegetasi yang menjadi background maupun foreground pada suatu bangunan juga berpengaruh terhadap kualitas estetika bangunan tersebut. Vegetasi dengan tajuk yang lebar akan memberikan kesan teduh namun juga akan menjadi blockage bagi bangunan

disekitarnya. Booth (1990) mengelompokkan *plant form* kedalam tujuh bentuk umum yaitu fastigiata (ramping dan meruncing), columnar (lonjong), spreading (melebar), rounded (bulat), pyramidal (piramid), weeping (merunduk), dan picturesque (menyerupai lukisan).



Gambar 2.4 Plant Form

Sumber: Booth (1990)

a. Fastigiata (Ramping & Meruncing)

Pohon fastigiata memiliki bentuk yang meruncing dan profil yang ramping yang mengarahkan mata memandang secara vertical ke atas. Jika ditanam dalam baris, mereka bisa menciptakan kesan yang cantik sebagai *hedge* (pagar/pelindung) untuk mendefinisikan batas, pemecah angin dan sebagai screen yang efektif untuk meredam polusi suara atau menutupi pemandangan yang kurang enak dilihat.

Contoh: Keluarga Bambu, seperti Tabebuya (Bambu Kuning)

b. Columnar (Lonjong)

Seperti namanya, bentuk pohon columnar (lonjong) menyerupai kolom atau silinder dengan cabang (ranting) pohon yang panjangnya seragam. Kesannya

seperti ramping, padahal sebenarnya tidak. Hal ini disebabkan karena pola percabangannya. Banyak jenis pohon yang diketahui umumnya masuk ke dalam kategori ini. Bagus sebagai pohon pengarah yang diaplikasikan pada jalan masuk, dan sebagainya.

Contoh: cherry, European hornbeam, Lombardy poplar, red maple, quaking aspen, sugar maple, tuliptree.

c. Spreading (Melebar)

Pohon yang tajuknya melebar bahkan di bagian puncak kanopinya memberi kesan yang sangat luas. Terlihat massif (padat) membuat rumah (property) yang hanya satu lantai semakin terlihat pendek. Tapi, jika ditanam untuk rumah yang fasadnya ramping justru terlihat kontras dan menarik.

Contoh: Rustika Rubra (*Magnolia soulangeana*)

d. Rounded (Bulat)

Bentuk bulat kanopi pohon ini sangat ideal untuk lanskap yang desainnya formal. Jika ditanam berbaris akan menciptakan kesan linear yang kuat, diperhalus dengan kanopinya yang mampu menangkap angin. Jika ditanam sendiri pun di padang rumput, pohon rounded ini akan menjadi sebuah spesimen yang menarik.

Contoh: Kesumba Keling (*Bixa Orellana*), Bunga Terompet (*Tabebuia* sp.), Bintaro (*Cerbera Odollam*), Dadap Varigata, Kerai Payung (*Filicium decipiens*)

e. Pryramidal (Piramid)

Pohon berbentuk pyramid ini memiliki kanopi segitiga – lebar di bagian bawah dan menyempit (meramping) di bagian puncak. Banyak pohon-pohon desidu dan konifer yang memiliki bentuk klasik ini. Satu buah pohon bentuk pyramid yang berukuran besar akan terlihat menarik jika ditanam di halaman yang luasannya cukup lebar, sehingga memberi ruang bagi pohon ini tumbuh dengan baik.

Contoh: Keluarga Cemara

f. Weeping (Merunduk)

Ranting pohon merunduk ini jatuh ke bawah dan terlindungi dengan menarik. Umumnya pohon ini lebih kecil dan ornamental yang mampu memperlembut elemen hardscape. Kebanyakan pohon yang umum memiliki bentuk ini.

Contoh: Kenanga (*Cananga odorata*), Liang Liu/Janda Merana (*Salix* sp.)

g. Picturesque (Seperti Lukisan)

Bentuk rantingnya irregular (tidak teratur) dan acak, menciptakan bentuk kanopi asimetris yang menarik. Menciptakan bayangan yang bagus, dan setelah daunnya berguguran, rantingnya yang arsitektural menciptakan siluet yang dramatis.

Contoh: Pandan Bali, Kamboja

2.3.2 *Wayside Trees* (Pohon Pinggir Jalan)

Booth (1990) mengemukakan bahwa koridor jalan yang tidak memiliki tumbuhan ataupun pohon di tepi-tepinya akan menimbulkan kesan tidak terorganisir dan tidak menyambung. Hal itu disebabkan adanya jarak atau *gap* yang tercipta di antara gedung-gedung bangunan. Vegetasi yang ada di tepi jalan akan bertindak sebagai pemersatu dan mengkoordinasikan tampilan dari koridor jalan tersebut.



Gambar 2.5 Peran *Wayside Trees* pada koridor jalan

Sumber: Booth (1990)

Namun, dalam penanamannya perlu diperhatikan beberapa hal seperti lokasi penanaman dan karakter vegetasi. Lokasi vegetasi mencakup seberapa luas lahan lokasi, ketinggian lokasi, kelembapan, dan exposure sinar matahari. Karakter vegetasi seperti ketinggian vegetasi, cakupan mahkota (kerimbunan), dan daya tahan akar. Vegetasi dengan sistem percabangan yang ekstensif kurang cocok untuk ditanam di tepi jalan karena cabang-cabangnya akan mengganggu kabel listrik, telepon, lampu penerangan, dan berpotensi menimbulkan kecelakaan bila cabang terjatuh akibat angin ataupun hujan. Tanaman seperti Trembesi, Flamboyan, dan Beringin tidak disarankan untuk ditanam di pinggir jalan,

melainkan di pinggir atau tengah sebuah tanah lapang, seperti Alun-alun. Percabangan yang ekstensif juga akan menutupi sebagian muka bangunan maupun signage dan reklame.

2.4 Tinjauan Estetika

2.4.1 Persepsi Lingkungan

Persepsi merupakan suatu gambaran, pengertian, serta interpretasi seseorang terhadap suatu obyek, terutama bagaimana orang menghubungkan informasi yang diperolehnya dengan diri dan lingkungan dimana dia berada. Bentuk persepsi tersebut berbeda pada setiap orang, karena pengaruh latar belakang intelektual, pengalaman emosional, pergaulan, dan sikap seseorang. Sedangkan, kedalaman persepsi akan sebanding dengan kedalaman intelektual dan semakin banyaknya pengalaman emosional yang dialami seseorang. Proses persepsi dari rangsangan yang diterima oleh indera, menghasilkan stimulus yang dipengaruhi oleh pengalaman, pendidikan, dan latar belakang psikologi yang berpengaruh pada kognitif seseorang dan menentukan sikap atau tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang. Persepsi yang diterima oleh setiap individu tidaklah sama, begitu juga dengan tindakan yang dihasilkan dari persepsi tersebut.

Salah satu objek pengamatan oleh seseorang adalah visual cityscape, dimana seseorang melakukan persepsi terhadap visual cityscape yang dilihatnya. Hasilnya adalah penilaian indah dan tidak indah yang tergantung pada tingkat kepuasan perasaan seseorang terhadap visual cityscape tersebut.

Gifford (1997) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi manusia terhadap lingkungannya, yaitu:

1. Faktor karakteristik pribadi, seperti jenis kelamin, pendidikan, minat, dan emosi.
2. Faktor latar belakang budaya.
3. Faktor pengaruh fisik, yaitu penampilan fisik dari objek stimulus yang terdiri dari nilai, arti, dan familiaritas intensitas.

2.4.2 Teori Estetika

Teori Estetika pada dasarnya dapat dibagi menjadi 3, yaitu :

1. Teori Estetik Formil

Banyak berhubungan dengan seni klasik dan pemikiran-pemikiran klasik. Teori ini menyatakan bahwa keindahan luar bangunan menyangkut persoalan bentuk dan warna. Teori

beranggapan bahwa keindahan merupakan hasil formil dari ketinggian, lebar, ukuran (dimensi) dan warna. Rasa indah merupakan emosi langsung yang diakibatkan oleh bentuk tanpa memandang konsep-konsep lain. Teori ini menuntut konsep ideal yang absolut yang dituju oleh bentuk-bentuk indah, mengarah pada mistik.

2. Teori Estetik Ekspresionis

Teori menyebutkan bahwa keindahan tidak selalu terjelma dari bentuknya tetapi dari maksud dan tujuan atau ekspresinya. Teori ini beranggapan bahwa keindahan karya seni terutama tergantung pada apa yang diekspresikannya. Dalam arsitektur keindahan dihasilkan oleh ekspresi yang paling sempurna antara kekuatan gaya tarik dan kekuatan bahan (material). Kini anggapan dasar utama keindahan arsitektur adalah ekspresi fungsi atau kegunaan suatu bangunan.

3. Teori Estetik Psikologis

Menurut Teori ini keindahan mempunyai 3 aspek :

- a. Keindahan dalam arsitektur merupakan irama yang sederhana dan mudah. Dalam arsitektur pengamat merasa dirinya mengerjakan apa yang dilakukan bangunan dengan cara sederhana, mudah dan luwes.
- b. Keindahan merupakan akibat dari emosi yang hanya dapat diperlihatkan dengan prosedur Psikoanalistik. Karya seni mendapat kekuatan keindahannya dari reaksi yang berbeda secara keseluruhan.
- c. Keindahan merupakan akibat rasa kepuasan si pengamat sendiri terhadap obyek yang dilihatnya.

Ketiga teori ini merupakan manifestasi untuk menerangkan keindahan dari macam-macam sudut pandang : secara mistik, emosional atau ilmiah intelektual.

Teori yang kemudian muncul, seperti dikutip Maryono (1982) antara lain adalah teori keindahan Obyektif dan Subyektif. Teori Obyektif berpendapat bahwa keindahan adalah sifat (kualitas) yang melekat pada obyek. Teori Subyektif mengemukakan bahwa keindahan hanyalah tanggapan perasaan pengamat dan tergantung pada persepsi pengamat.

Estetika adalah sesuatu yang dirasakan oleh manusia sebagai hasil hubungan yang harmonis dari semua elemen, baik itu elemen pada suatu obyek, ruang maupun kegiatan. Estetika berkaitan erat dengan penilaian secara visual, karena penampilan suatu obyek otomatis dinilai dari penampakan visualnya (Simonds, 1983; Nasar, 1988). Selanjutnya Heath

(1988) menambahkan bahwa manusia pada umumnya menyukai keindahan. Untuk itu manusia senantiasa menjadikan lingkungannya tetap indah. Salah satu upaya yang dilakukan manusia adalah perlindungan terhadap kualitas keindahan lingkungan.

Penilaian terhadap kualitas estetik lingkungan menjadi alat yang relevan dalam lingkup pengamatan lanskap alami maupun nonalami. Meskipun kualitas estetik merupakan sumber daya alam yang tidak dapat dimakan, tetapi dapat memberikan kepuasan secara mental bagi manusia. Pemenuhan terhadap kepuasan estetik merupakan puncak dari kebutuhan manusia, karena pada dasarnya manusia tidak hanya menghendaki kepuasan secara fisik, tetapi yang lebih utama adalah kepuasan mental atau jiwa. Keindahan lingkungan sebagai salah satu alat pemenuhan kebutuhan estetik perlu dipelajari dan dibuat metode penilaiannya, sehingga lingkungan dapat dikelola dengan baik agar kualitas estetiknyapun dapat terlindungi dan tetap terjaga (Daniel dan Boster, 1976; Foster, 1982).

Salah satu indikator kesuksesan rancangan sebuah bangunan adalah estetika. Karya rancang bangunan yang dibangun dengan rentang waktu yang berbeda akan menghasilkan nilai keindahan dan kualitas bangunan yang berbeda pula sesuai dengan pengetahuan pada rentang waktu tertentu. Hal ini akan memunculkan penilaian yang berbeda terhadap kualitas estetika sebuah bangunan/kawasan. Menurut Monroe Beardsley (1981) nilai estetika memiliki ciri-ciri:

- a. Kesatuan, yang diartikan bahwa benda estetis itu tersusun secara baik/utuh atau sempurna bentuknya.
- b. Kompleksitas, artinya benda estetis tidak sederhana, melainkan kaya akan isi maupun unsur-unsur yang saling berlawanan ataupun mengandung perbedaan-perbedaan yang halus.
- c. Intensitas, dimaknai bahwa suatu benda estetis yang baik harus mempunyai sebuah kualitas tertentu yang menonjol dan bukan sekedar sesuatu yang kosong.

2.4.3 Estetika Visual Bangunan Cagar Budaya

Sebagai bangunan yang memiliki nilai sejarah dan ciri khas gaya bangunan pada masanya, bangunan cagar budaya memiliki nilai estetika tersendiri. Menurut Hastijanti (2008) kriteria penilaian visual bangunan cagar budaya dalam aspek estetika adalah bentuk bangunan, struktur bangunan, dan ornamen bangunan.

1. Keklasikan

Hadinoto (1996) menyebutkan bahwa, bentuk arsitektur kolonial Belanda di Indonesia sesudah tahun 1900 merupakan bentuk yang spesifik. Bentuk tersebut merupakan hasil kompromi dari arsitektur modern yang berkembang di Belanda pada waktu bersamaan dengan penyesuaian iklim tropis basah di Indonesia. Ada juga beberapa bangunan arsitektur kolonia Belanda yang mengambil elemen-elemen tradisional setempat yang kemudian diterapkan ke dalam bentuk arsitekturnya. Hasil keseluruhan dari arsitektur kolonial Belanda di Indonesia tersebut adalah suatu bentuk khas yang berlainan dengan arsitektur modern yang ada di Belanda sendiri.

Keklasikan bangunan bergaya arsitektur kolonial Belanda tersebut dapat dilihat dari bentuk, struktur, serta elemen-elemen yang menghiasi bangunan. Elemen-elemen tersebut menurut Hadinoto (1996), antara lain:

- a) *Gevel (Gable)* pada tampak depan bangunan,
- b) *Tower*,
- c) *Dormer*,
- d) *Windwijzer* (penunjuk angin),
- e) *Nok Acroterie* (hiasan puncak atap),
- f) *Geveltoppen* (hiasan kemuncak tampak depan),
- g) Ragam hias pada tubuh bangunan, dan
- h) *Balustrade*.



Gambar. 2.6 Berbagai Bentuk Gevel pada bangunan Kolonial Belanda (Kiri),
berbagai bentuk Dormer (Kanan)

2. Kesemrawutan

Kesemrawutan adalah suatu hal yang tidak tertata dan dan tidak teratur. Menurut Sunarimahingsih (2013), keberadaan reklame tanpa penataan yang konseptual merupakan bumerang bagi kualitas visual kota. Di satu sisi, kehadirannya memberi akses kepada informasi bagi masyarakat luas kota serta memberi kontribusi positif bagi pendapatan asli daerah, namun pada sisi lain keberadaannya di ruang kota sering cenderung menghalangi pandangan ke arah elemen-elemen kota yang justru menarik dinikmati seperti arsitektur bangunan, unsur lanskap kota, dan sebagainya. Akibat hal tersebut adalah merosotnya kualitas visual kota karena ruang kota dilanda polusi papan reklame yang berlebihan. Penataan reklame yang tidak mengacu pada kaidah sistem komunikasi visual dan tatanan visual, serta tidak didasarkan pada sumber-sumber visual di lapangan akan memicu kesemrawutan visual kota.



Gambar 2.7 Kesemrawutan akibat reklame yang tidak teratur

3. Keragaman Warna

Salah satu komponen dalam bangunan cagar budaya adalah warna bangunan. Pada bangunan cagar budaya tipe A misalnya, desain dan warna bangunan tidak dapat diubah. Pada bangunan bergaya *Romantiek*, menurut Pertiwi (2009) warna bangunan yang digunakan adalah warna netral, seperti putih, coklat, dan merah bata. Sedangkan untuk bangunan dengan gaya bangunan *Amsterdam School* warna yang digunakan didominasi oleh warna alam, seperti kayu, batu alam, dan batu bata. Pada bangunan bergaya *de stijl* digunakan warna-warna primer yaitu merah, kuning, dan biru dikombinasikan dengan warna netral yaitu putih, abu-abu, dan hitam.

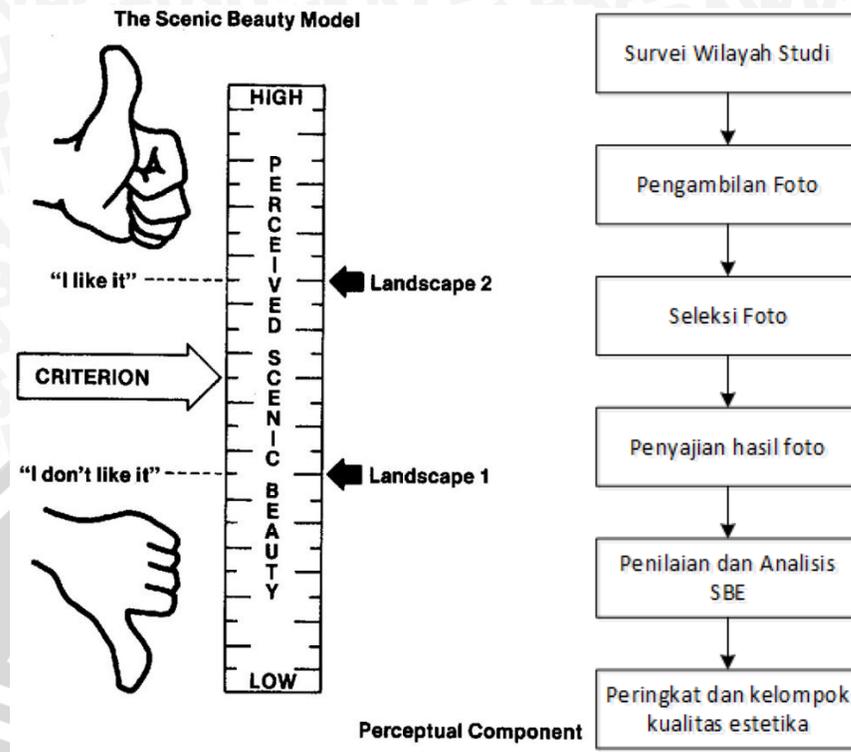
2.5 Pendugaan Nilai Estetika

Menurut Daniel dan Boster (1976) metode pendugaan nilai keindahan merupakan alat pendekatan dalam penilaian kualitas estetika satu tempat tertentu. Terdapat tiga metode umum yang dipakai dalam pendugaan nilai estetika, yaitu pengamatan deskriptif, survei dan kuesioner, dan penilaian persepsi pilihan. Masing-masing metode tersebut mempunyai bentuk khusus untuk penerapan secara praktis di lapangan. Salah satu metode khusus penilaian kualitas estetika adalah metode SBE (*Scenic Beauty Estimation*).

2.5.1 *Scenic Beauty Estimation* (SBE)

Scenic beauty estimation (SBE) adalah sebuah metode analisis yang dilakukan untuk mengukur estetika sebuah pemandangan dari sudut pandang peneliti maupun responden. Konsep yang mendasari metode ini adalah keindahan merupakan hasil interaksi antara manusia dan alam, sebagai bentuk persepsi terhadap pemandangan lanskap melalui indera penglihatannya (Daniel dan Boster, 1976). Sebenarnya metode ini digunakan untuk melakukan penilaian terhadap keindahan lanskap, namun dalam penelitian ini digunakan untuk menilai keindahan wajah koridor. Tahap pelaksanaan metode ini adalah pengumpulan data, pengambilan foto wilayah studi, penyajian hasil foto kepada responden untuk dinilai, dan evaluasi penilaian kualitas estetika. Lokasi pengambilan foto dilakukan menurut selera peneliti, tetapi harus tetap mencakup elemen-elemen yang dinilai dalam penelitian. Sudut pandang yang dipakai adalah level mata manusia yang berdiri pada posisi normal. Pengambilan foto dilakukan pada siang hari atau cukup cahaya agar tidak terjadi bias dalam penilaiannya nanti. Tahap berikutnya adalah penyajian hasil foto kepada responden untuk kemudian dinilai oleh para responden. Tahap selanjutnya dilakukan analisis nilai estetika secara deskriptif sehingga diperoleh hasil yang dapat dijadikan representasi kualitas estetika.

Bentuk bangunan mewakili fungsi bangunan yang ada, seperti bangunan sekolah, pertokoan, dan perkantoran. Struktur bangunan yang dinilai sebagai nilai keindahan estetika bangunan, seperti adanya menara, struktur bangunan simetris. Ornamen yang ada mendukung dari gaya sebuah arsitektur di masanya, ornamen meliputi pintu, jendela, maupun ornamen lain yang ada di bangunan sejarah.



Sumber: Daniel and Boster, 1976

Gambar 2.8 Penilaian Persepsi oleh responden dalam SBE (kiri),
Tahapan *Scenic Beauty Estimation* (SBE) (kanan)

2.5.2 *Semantic Differential* (SD)

Metode *Semantic Differential* (SD) atau Skala Osgood merupakan metode yang dikemukakan oleh Osgood, Suci, dan Tannenbaum pada tahun 1957. Metode ini dipakai untuk mengukur atau mengetahui persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu obyek yang diteliti berdasarkan kesan menurut kata sifat yang diberikan, dimana kata sifat itu saling bertentangan atau bipolar adjective. Dua kata sifat yang saling berlawanan itu (misalnya: teratur – kacau) tadi diberi nilai skor (misalnya -3 sampai dengan 3).

Metode SD dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui persepsi responden terhadap estetika visual pada data yang disajikan berbeda atau sama. Sehingga data hasil analisis SBE dapat diketahui factor-faktor yang mempengaruhi nilai estetika visual pada wilayah study.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Tahun	Tujuan	Variabel	Metode Analisis
1.	Evy Rishnawati	Pelestarian Koridor Jl. Jaksa Agung Suprpto Kota Malang	2008	<ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi karakteristik koridor Jl. Jaksa Agung Suprpto Kota Malang Mengidentifikasi dan mengevaluasi perubahan yang terdapat di koridor Jl. Jaksa Agung Suprpto Kota Malang Menentukan prioritas pelestarian berdasarkan nilai makna kultural dari kriteria-kriteria pelestarian: estetika, kejamakan, memperkuat citra kawasan, keaslian dan peran sejarah. 	<ul style="list-style-type: none"> Peruntukan lahan Massa bangunan Citra koridor Path Node Landmark 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis deskriptif Metode analisis korelasi Metode analisis <i>before-after</i>
2.	Jamilah Othman	<i>Public Scenic Beauty Preferences of Highland Environment</i>	2011	<ul style="list-style-type: none"> Mengetahui nilai dari keindahan lanskap bukit Cameroon, Malaysia Mengetahui preferensi keindahan menurut wisatawan yang berkunjung ke bukit Cameroon, Malaysia 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Natural Beauty</i> <i>Land Use</i> <i>Management Activity</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis <i>Scenic Beauty Assessment</i>
3.	Teguh Budiono	Analisis Visual Terhadap Keberadaan Reklame Pada Lanskap Jalur Wisata Puncak Kabupaten Bogor	2011	<ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi karakter lanskap jalur wisata Puncak Menganalisis kualitas estetika lanskap bereklame pada jalur wisata Puncak Menganalisis hubungan kualitas estetika lanskap bereklame dengan karakter lanskapnya pada jalur wisata Puncak. Menyusun rekomendasi pemasangan reklame di jalur wisata Puncak 	<ul style="list-style-type: none"> Reklame Vegetasi 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Scenic Beauty Estimation (SBE)</i> <i>Semantic Differential</i>