



**LANDASAN PROGRAM PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
ARSITEKTUR**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Teknik

**BIRO IKLAN DI SEMARANG
PENEKANAN DISAIN ARSITEKTUR MORPHOSIS**

Diajukan oleh :

WASILAH BUDI SETYAWATI

NIM. L2B 097 295

Periode 78

Maret – Juli 2002

Kepada

**JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
BAB I**

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi global telah mengakibatkan perkembangan yang cukup pesat pada dunia usaha di Indonesia. Perkembangan ini selalu dikaitkan dengan semakin meningkatnya kemampuan dan pada bersamaan menurunnya sistem biaya, sehingga menghasilkan kombinasi price/performance yang semakin baik. Teknologi informasi dalam perusahaan terus berkembang sejak adanya era data processing (DP), era micro dan saat ini adalah era network. Persaingan bisnis yang semakin ketat dan kompetitif menjadikan para pelaku bisnis perlu berpikir serta bekerja keras untuk dapat mempromosikan produknya agar dapat diterima oleh masyarakat, dengan cara mempromosikan produk tersebut kepada masyarakat banyak. Hal tersebut di ataslah yang menyebabkan bisnis periklanan menjadi suatu wahana yang semakin marak dan mulai sangat dibutuhkan oleh dunia usaha dalam memasarkan produknya.

Iklan bukanlah hal baru dalam perekonomian Indonesia. Di Perpustakaan Nasional tersimpan bukti sejarah yang menunjukkan bahwa iklan telah ada sejak koran beredar di Indonesia lebih dari 100 tahun yang lalu. Sebagai contoh dapat dilihat pada iklan yang dimuat dalam surat kabar Tjahaya Siyang yang terbit di Manado sejak 1869.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah membuat berkembangnya pula media komunikasi yang berfungsi sebagai sarana penyampaian iklan. Media informasi terus berkembang pesat, ditandai dengan lahirnya media radio sebagai media baru yang menarik dan disusul hadirnya media televisi serta media informasi baru berupa internet.

Biro iklan sebagai perusahaan yang membuat iklan perlu siap dan tanggap terhadap kemajuan teknologi informasi yang saat ini terus berkembang dengan cepat, karena hal tersebut menyebabkan persaingan di dalam bisnis periklanan. Oleh sebab itulah, biro iklan di Indonesia dituntut memiliki wadah dengan sumber daya manusia dan teknologi yang memiliki kemampuan dalam pelayanan pembuatan iklan dengan macam media yang ada dan memiliki ide-ide kreatif serta inovatif dalam penciptaan media-media baru yang dapat mewartakan keinginan pengiklan/klien, sehingga pengiklan/klien dapat terjaga kepercayaannya terhadap biro iklan di Indonesia.

Berdasarkan data dari Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) tahun 2001, perusahaan-perusahaan periklanan sudah cukup lama berkembang di Semarang, dilihat dari telah terdapatnya tujuh belas biro iklan di Semarang yang telah menjadi anggota PPPI dan anggota tertuanya sudah mulai bekerja dalam bidang periklanan ini sejak tahun 1973. Namun dari semua bangunan biro iklan yang ada di Semarang, belum ada satu perusahaan pun yang memiliki bangunan dengan image sebuah perusahaan biro iklan, dimana image sebuah bangunan biro iklan diharapkan dapat tampil dinamis dan atraktif dengan pengolahan ragam bentuk serta ragam visual ruang. Hal-hal tersebut diataslah yang mendorong perlunya suatu perencanaan dan perancangan bangunan biro iklan di Semarang yang mampu mencerminkan image sebuah perusahaan biro iklan.

B. Permasalahan

Permasalahan yang terdapat dalam tulisan ini adalah sebagai berikut :

- a) Bagaimana menciptakan bangunan biro iklan yang didalamnya mewadahi kegiatan pelayanan pembuatan iklan dengan berbagai macam media yang ada.
- b) Pemecahan desain ruang dan hubungan antar ruang dalam upaya mewadahi kegiatan biro iklan yang menerapkan teknologi informasi sebagai pendukung utama kegiatan dalam upaya efektifitas dan efisiensi kerja.

C. Tujuan dan Sasaran

Tujuan

Mendapatkan konsep perencanaan dan perancangan suatu wadah kegiatan dalam suatu bangunan biro iklan di Semarang yang mampu menjawab kebutuhan akan ruang semua kegiatan yang berhubungan dengan periklanan, pemasaran, dan penjualan dengan menggunakan teknologi komputer maupun tidak.

Sasaran

Berupa rumusan perancangan tentang macam karakter kegiatan, pengolahan hubungan antar ruang-ruangnya, dan Semarang sebagai lokasi bangunan.sasaran ini dipakai sebagai dasar perancangan bangunan biro iklan.

D. Manfaat

1. Secara Obyektif

Untuk memenuhi salah satu persyaratan mengikuti Tugas Akhir di Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro.

2. Secara Subyektif

Dapat bermanfaat sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi mahasiswa yang akan mengajukan proposal Tugas Akhir.

E. Lingkup Pembahasan

Metode pembahasan yang digunakan dalam penyusunan LP3A ini adalah deskriptif dokumentatif, yaitu dengan memaparkan landasan teoritis yang diperoleh dari studi literatur, pengungkapan fakta melalui pengamatan di lapangan serta wawancara dan komparatif, yaitu melalui studi perbandingan dengan obyek studi berbeda yang kemudian dianalisa serta disimpulkan, sehingga menghasilkan suatu rumusan baru yang akan digunakan sebagai panduan dalam perencanaan dan perancangan biro iklan di Semarang. Pengumpulan data secara garis besar dilakukan dengan cara :

1. Studi literatur

Mengumpulkan berbagai hal tentang biro iklan dan hal-hal yang terkait dengannya dari berbagai literatur untuk komparasi.

2. Studi observasi

Mendapatkan data-data tentang biro iklan lain sebagai studi banding serta data-data tentang kota Semarang untuk pemilihan lokasi yang akan menjadi pertimbangan dalam Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A).

3. Wawancara

Wawancara dengan pihak terkait :

- a. Ibu Ellisa, Kepala Bagian Sumber Daya Manusia (Human Resource Department) Ogilvy Advertising Jakarta.
- b. Ibu Hani Sumarsono, Kepala Bagian Produksi Ogilvy Advertising Jakarta.
- c. Ibu Lingga, Kepala Bagian Sumber Daya Manusia (Human Resource Department) Matari Advertising Jakarta.
- d. Bapak Drs. FX. Budhi Herlianto, Ketua Perhimpunan Perusahaan Periklanan (PPPI) Cabang Jawa Tengah.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penulisan ini dikelompokkan dalam beberapa bab/bagian pokok yang saling berkesinambungan dan mengarah ke dalam suatu kesimpulan akhir.

BAB I PENDAHULUAN

Membahas tentang konteks permasalahan yang menjadi latar belakang, permasalahan, tujuan, sasaran, manfaat, lingkup pembahasan, metodologi pembahasan dan sistematika pembahasan perencanaan dan perancangan biro iklan di Semarang.

BAB II TINJAUAN UMUM BIRO IKLAN

Membahas biro iklan, yang meliputi : batasan pengertian, tujuan, fungsi dan polakegiatan. Selain itu juga membahas mengenai tinjauan media periklanan serta tinjauan teknologi informasi dan komunikasi.

BAB III TINJAUAN BIRO IKLAN DI SEMARANG

Menjelaskan mengenai tinjauan umum kota Semarang, potensi dan perkembangan biro iklan di Semarang, serta tinjauan pendekatan desain. Dalam bab ini dibahas juga beberapa contoh studi banding sebagai bahan perbandingan tinjauan dalam desain.

BAB IV KESIMPULAN, BATASAN DAN ANGGAPAN

Merupakan kesimpulan dari pembahasan sebelumnya sebagai landasan untuk menyusun batasan dan anggapan yang berkaitan dengan bidang arsitektural sebagai dasar dalam menentukan Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur (LP3A) biro iklan di Semarang.

BAB V PENDEKATAN KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Menguraikan pendekatan konsep meliputi titik tolak pendekatan fungsional, pendekatan kinerja ruang, pendekatan teknis, pendekatan lokasi dan tapak serta pendekatan arsitektural.

