

625.8  
les  
p. c 1

**PENGARUH *SIGNAGE* TERHADAP ESTETIKA VISUAL  
(KORIDOR KOMERSIAL)  
JALAN AGUS SALIM SEMARANG**

**TESIS**

**Disusun dalam rangka memenuhi persyaratan  
Program Magister Teknik Arsitektur**



**Oleh:**

**DWI JATI LESTARININGSIH  
L4B 098 073**

**PROGRAM PASCA SARJANA  
MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2002**

# LEMBAR PENGESAHAN

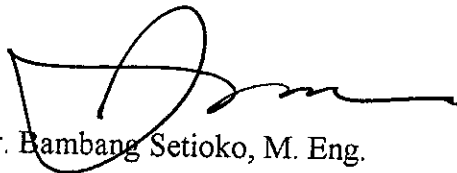
## PENGARUH *SIGNAGE* TERHADAP ESTETIKA VISUAL (KORIDOR KOMERSIAL) JALAN AGUS SALIM SEMARANG

Disusun oleh:

Dwi Jati Lestariningsih  
L4B 098 073

Tesis ini telah diterima  
sebagai persyaratan memperoleh gelar Magister Teknik Bidang Ilmu Arsitektur

Pembimbing Utama



Ir. Bambang Setioko, M. Eng.

Pembimbing Pendamping

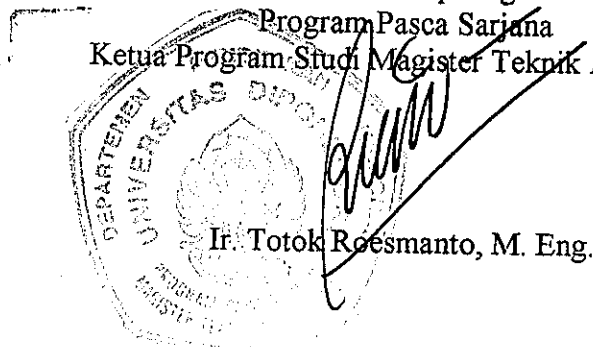


Ir. Ragil Haryanto, MSP.

Semarang, 11 Januari 2002

Universitas Diponegoro  
Program Pasca Sarjana

Ketua Program Studi Magister Teknik Arsitektur



Ir. Totok Roesmanto, M. Eng.

## ABSTRACT

Semarang as a capital of Central Java has rapidly developed in physical buildings, is indicated by mainly the increase of to the commercial building, such as supermarket, office building, and mall in its prototype building. This form usually spread out on corridor along commercial area within many functions. It needs signage to give the identity of building which its function as a communication tool in architecture and quick give information for community. There are 4 reasons why signage is needed in a city regarded on the aspect of function: traffic sign, commercial identity, informational sign and mall identity.

In fact, commercial identity has dominated the signage at commercial corridor. Besides the trespassing line, the commercial corridor are developing to become economically expressional and information media, because advertising is very effective to win the market competition. This condition again happens on commercial corridor at Agus Salim street which directly bordered with Semarang Kota Lama conservation area.

This study aimed both to search the signage influences of (commercial corridor) visual aesthetic and its functions over the vehicles. From literature and general observation result were decided element constructed the visual corridor character, they are the forming wall, space typology, and its activity. Signage characteristics were constructed by its functions, location, marks, color and delight.

This study used rationalistic qualitative methods, a holistic methods which is stressed over the empiric meaning and intellectual understanding based on the grand concept. To touch the objectivity, it is used the stratified random sampling technique. The respondent are architect (the people which architecture background), ordinary people and settlers, who are living or work on location every day. The number of samples were taken proportional, and used area sampling.

The analyzing technique which is used frequency distributions analysis and serial vision graphic analysis. We have found that:

- The negative effect signage on (commercial corridor) visual aesthetic, all degradation. They in order are unity, proportion, rhythm, scale, color and lighting.
- From serial vision graphic analysis indicated the sequence phenomena's, such as focal point, occupied territory, deflection, closure, fluctuation, punctuation, trees on value center, here and there, publicity and multiple views.
- Based in functions signage give positive effect to the vehicles.

From this study, it can be concluded that the exist of signage on Agus Salim corridor dominated by commercial identity, brought negative effect to aesthetic visual, and based on its functions signage gives significant positive effect to the riders with vehicles. Therefore, the exist of signage still be needed on. The signage design (especially commercial identity) is needed for urban design aesthetic so there will be synergy between aesthetic, so there will be synergy between aesthetic townscape and economic interest.

## ABSTRAKSI

Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah mengalami perkembangan fisik bangunan yang cukup pesat, ditandai dengan merebaknya pembangunan mal dan pasar swalayan berbentuk bangunan blok tunggal rupa. Bangunan tersebut biasanya menyebar di koridor sepanjang kawasan komersial dengan berbagai fungsi. Untuk memberikan identitas pada bangunan diperlukan *signage* yang berfungsi sebagai alat komunikasi dalam arsitektur dan pemberi informasi secara cepat kepada masyarakat. Ada empat alasan mengapa *signage* dibutuhkan di dalam kota ditinjau dari aspek fungsi yaitu: *traffic sign*, *commercial identity*, *informational sign* dan *mall identity*.

Pada kenyataannya di kawasan komersial *signage* didominasi oleh *commercial identity*. Koridor selain sebagai sebagai jalur lintasan berkembang menjadi sarana untuk berekspresi dan informasi yang bersifat ekonomi. Sebab media luar ruang ini sangat efektif untuk memenangkan persaingan pasar. Kondisi ini terjadi pula di koridor komersial jalan Agus Salim yang berbatasan langsung dengan kawasan konservasi Kota Lama.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor dan mencari pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan. Dari studi literatur dan hasil observasi lapangan ditentukan elemen yang membentuk karakter visual koridor adalah dinding yang membentuknya, tipologi ruang serta aktivitasnya. Sedangkan karakteristik *signage* ditentukan oleh fungsi, lokasi, sifat, warna dan pencahayaan.

Metodologi penelitian yang dipakai adalah kualitatif rasionalistik, suatu metode holistik yang menekankan pemaknaan empirik dan pemahaman intelektual berdasar pada *grand concept*. Untuk mencapai obyektivitas digunakan teknik *stratified random sampling*. Populasi yang dijadikan responden adalah arsitek, masyarakat umum dan penghuni yaitu masyarakat yang setiap hari berada di lokasi. Selanjutnya jumlah sampel diambil secara proporsional. Untuk menentukan sampel lokasi penentuan dipakai *area sampling*.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis distribusi frekuensi dan analisis grafis *serial vision*. Dari hasil analisis diperoleh temuan penelitian sebagai berikut:

- Pengaruh negatif *signage* terhadap estetika visual koridor lebih dominan, dengan faktor-faktor estetika yang mempengaruhi penurunan estetika tersebut secara berurutan adalah kesatuan, proporsi, irama, skala, warna dan pencahayaan.
- Dari hasil kajian grafis *serial vision* dari dua araha ditemukan bahwa *signage* berpengaruh terhadap sekuens koridor jalan Agus Salim Semarang.
- Menurut fungsinya *signage* memberikan pengaruh positif terhadap pemakai jalan dengan moda transportasi kendaraan bermotor.

Dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa keberadaan *signage* di koridor jalan Agus Salim yang didominasi oleh *commercial identity* memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor. Menurut fungsinya *signage* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pemakai jalan dengan moda transportasi kendaraan bermotor. Jadi, meskipun *signage* berpengaruh negatif terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim tetapi secara fungsional keberadaan *signage* tetap dibutuhkan. Oleh sebab itu dalam perencanaan *signage* (terutama *commercial identity*) hendaknya dipertimbangkan estetika *townscape*.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas segala berkah, rahmat dan karunia yang telah diberikan Allah SWT. Atas ijin-Nya, tesis ini akhirnya dapat selesai dengan hasil cukup baik. Judul tesis adalah: **Pengaruh *Signage* terhadap Estetika Visual (Koridor Komersial) di Jalan Agus Salim Semarang.** Dilatar belakangi oleh ketertarikan kepada permasalahan *signage* (terutama *commercial identity*) di koridor komersial yang kian kompleks disebabkan oleh pemasangan yang semakin tidak terkontrol sehingga mempengaruhi pada estetika. Jalan Agus Salim sebagai lokasi penelitian merupakan koridor komersial yang berbatasan langsung dengan kawasan konservasi Kota Lama Semarang, yang memerlukan aspek khusus dalam perencanaan *signage*.

Dalam menyelesaikan tesis ini penulis mendapat bantuan dan dukungan yang tak terhingga dari berbagai pihak. Oleh sebab itu perkenankanlah untuk menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Totok Roesmanto, M. Eng., selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro Semarang;
2. Ir. Bambang Setioko, M. Eng. dan Ir. Ragil Haryanto MSP., sebagai mentor dan co-mentor. Terima kasih atas dukungan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam membuka wawasan baru dan memantapkan arah penyusunan tesis ini;
3. Prof. Ir. Eko Budihardjo, MSc. dan Ir. Edi Darmawan, M. Eng., selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak koreksi, kritikan dan saran baik dalam penulisan maupun kajian pustaka sehingga menguatkan temuan penelitian;
4. Ibu dan bapak tercinta, yang dengan tulus dan penuh kasih selalu berdo'a dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil.
5. Yayasan Wijayakusuma Purwokerto yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dana;

6. Ir. Sunardi MTP. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijayakusuma Purwokerto atas dukungan dan pinjaman literturnya; Ir. Reni SAM., Ir. Yohana Ir. Wahyu DY., dan Ir. Atiyah, MT. atas semua pengertian dan bantuannya.
7. Kakak-kakakku Mbak Utit, mas Son, mbak Esti, serta ponakan tersayang Vita, Dwiki, Avi dan Tining yang selalu memberikan semangat dan do'a-nya.
8. Teman-temanku, Ir. Nurini MT., Ir. Suci Widianingrum MT., Ir. Shanti Tresnati MT., Ir. SP. Astuti, Drs. Ir. Ashar Ekanto, Ir. Hadi Wahyono. MA., Angger Winarno ST., Ajie Cahyo ST., Ripan S Sos., mbak Yayuk, Iwuk, Lucky, mbak Yati SE., mas Bambang, mak Gun dan pak Man terimakasih atas semuanya;
9. Mbak Tutik, mbak Etik dan Moko atas semua bantuan dan support-nya;
10. Para responden dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah ikut terlibat dalam penelitian ini baik langsung maupun tidak langsung.

Disadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih banyak kekurangan yang perlu disempurnakan, maka dengan senang hati penulis akan menerima saran dan kritik membangun untuk kesempurnaan tesis ini. Selanjutnya diharapkan temuan-temuan dan rekomendasi yang disampaikan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Semarang, Januari 2002

Dwi Jati Lestariningsih

*Tesis ini kupersembahkan kepada:  
Orang-orang tercinta  
dan  
Civitas Akademika Universitas Wijayakusuma  
Surabaya*

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL  
LEMBAR PENGESAHAN

<i>Abstract</i> .....	i
Abstraksi .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar .....	x
Daftar Peta .....	xii
Daftar Diagram .....	xiii
Daftar Tabel .....	xiv

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Penentuan Lokasi Penelitian .....	4
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Sasaran Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Lingkup Obyek Penelitian .....	9
F. Kerangka Pemikiran Tesis .....	11
G. Sistematika Penulisan .....	12

## BAB II KAJIAN *SIGNAGE* DAN ESTETIKA VISUAL

A. Tinjauan <i>Urban Design</i> .....	15
B. Tinjauan <i>Signage</i> dari Aspek <i>Urban Design</i> .....	17

1.	Pengertian .....	17
2.	Sasaran dan Fungsi <i>Signage</i> .....	18
3.	Karakteristik <i>Signage</i> .....	20
3.1.	Lokasi <i>signage</i> .....	21
3.2.	Sifat <i>signage</i> .....	22
3.3.	Klasifikasi <i>signage</i> .....	23
3.4.	Dimensi <i>signage</i> .....	26
3.5.	Warna dan pencahayaan <i>signage</i> .....	26
4.	Tinjauan <i>Signage</i> dari Aspek konomi .....	27
4.1.	Papan advertensi .....	29
4.2.	Komersial koridor sebagai media advertensi .....	30
C.	Tinjauan Visual Koridor .....	31
1.	Pengertian .....	31
2.	Karakterisrik Visual Koridor .....	32
2.1.	Tipologi ruang dinamis .....	33
2.2.	Aktivitas komersial .....	38
2.3.	Sirkulasi dan parkir .....	39
2.4.	Fasade bangunan .....	40
2.5.	Topografi .....	41
4.6.	<i>Skyline</i> .....	42
D.	Tinjauan Estetika .....	43
1.	Pengertian .....	43
2.	Faktor-faktor Estetika .....	45
2.1.	Keterpaduan .....	45
2.2.	Proporsi .....	46
2.3.	Skala .....	47
2.4.	Keseimbangan .....	50
2.5.	Ritme .....	51
2.6.	Warna .....	51
3.	<i>Serial Vision</i> .....	53

3.1.	Orientasi .....	55
3.2.	Posisi .....	56
3.3.	Isi .....	59
E.	Rangkuman .....	62
1.	Batasan Pengertian .....	62
2.	Proposisi .....	62
<b>BAB III TINJAUAN KORIDOR JALAN AGUS SALIM SEBAGAI KAWASAN PENELITIAN</b>		
A.	Gambaran Lokasi .....	65
1.	Sejarah .....	65
2.	Lokasi Koridor Jalan Agus Salim .....	68
B.	Tinjauan <i>Signage</i> .....	69
1.	Fungsi <i>Signage</i> .....	70
2.	Lokasi <i>Signage</i> .....	71
3.	Sifat <i>Signage</i> .....	73
4.	Klasifikasi <i>Signage</i> .....	74
5.	Dimensi <i>Signage</i> .....	75
6.	Warna dan Pencahayaan <i>Signage</i> .....	76
C.	Tinjaun Visual Koridor .....	78
1.	Tipologi Ruang .....	78
2.	Aktivitas Komersial .....	80
3.	Sirkulasi dan Parkir .....	82
4.	Fasade Bangunan .....	85
5.	Topografi dan Garis Cakrawala .....	88
6.	<i>Serial Vision</i> .....	88
<b>BAB IV ANALISIS PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL (KORIDOR KOMERSIAL) JALAN AGUS SALIM SEMARANG</b>		
A.	Metode Penelitian .....	89
1.	Menentukan Variabel Penelitian .....	90

2.	Teknik Sampling .....	90
2.1.	<i>Stratified Random Sampling</i> .....	91
2.2.	<i>Area Sampling</i> .....	93
3.	Teknik Analisis .....	95
3.1.	Analisis distribusi frekuensi .....	95
3.2.	Analisis grafis <i>serial vision</i> .....	96
B.	Analisis Pengaruh <i>Signage</i> terhadap Estetika Visual .....	98
1.	Pengaruh Lokasi .....	98
1.1.	Zona Trafik .....	99
1.2.	Zona Advertensi .....	101
1.3.	Zona Pedestrian .....	103
2.	Pengaruh Sifat <i>Signage</i> .....	104
2.1.	<i>Sign</i> sementara .....	106
2.2.	<i>Sign</i> permanen .....	107
3.	Warna dan Pencahayaan <i>Signage</i> .....	108
4.	Estetika Visual Koridor Komersial Jalan Agus Salim .....	111
4.1.	Pengaruh <i>Signage</i> terhadap Estetika Visual .....	112
4.2.	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap estetika visual .....	113
C.	Analisis Grafis <i>Serial Vision</i> .....	118
1.	<i>Serial Vision</i> dari Arah Barat .....	118
1.1.	<i>Focal Point</i> .....	120
1.2.	<i>Deflection</i> .....	121
1.3.	<i>Occupied Territory</i> .....	122
1.4.	<i>Closure</i> .....	123
1.5.	<i>Fluctuation</i> .....	124
1.6.	<i>Publicity</i> .....	125
1.7.	<i>Multiple Views</i> .....	126
2.	<i>Serial Vision</i> dari Arah Timur .....	127
2.1.	<i>Recession</i> .....	129
2.2.	<i>Fluctuation</i> .....	130

2.3.	<i>Punctuation</i> .....	131
2.4.	<i>Trees in Value Center</i> .....	132
2.5.	<i>Here and There</i> .....	133
2.6.	<i>Occupied Territory</i> .....	134
1.7.	<i>Multiple Views</i> .....	135
D.	Analisis Pengaruh Fungsi <i>Signage</i> terhadap Pemakai Jalan .....	136
1.	<i>Traffic Sign</i> .....	137
2.	<i>Informational Sign</i> .....	138
3.	<i>Commercial Identity</i> .....	140
4.	<i>Mall Identity</i> .....	142
E.	Temuan Penelitian .....	143
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>		
A.	Kesimpulan .....	148
B.	Rekomendasi .....	150
	Daftar Pustaka .....	151
	Daftar Kosa kata .....	155
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kecenderungan dalam arsitektur modern .....	17
Gambar 2.2.	Lokasi <i>signage</i> menurut zona .....	22
Gambar 2.3.	Klasifikasi <i>signage</i> .....	25
Gambar 2.4.	Tipologi ruang dinamis .....	34
Gambar 2.5.	<i>Chicago skyline</i> dan <i>medieval skyline</i> .....	43
Gambar 2.6.	Hubungan jarak dengan ketinggian dalam arsitektur .....	47
Gambar 2.7.	Skala perkotaan .....	49
Gambar 2.8.	Keseimbangan ( <i>balance</i> ) .....	50
Gambar 2.9.	Skema warna .....	52
Gambar 2.10.	<i>Serial vision</i> .....	54
Gambar 3.1	Fungsi <i>signage</i> .....	71
Gambar 3.3.	Lokasi <i>signage</i> .....	72
Gambar 3.4.	Sifat <i>signage</i> .....	73
Gambar 3.5.	Dimensi <i>signage</i> .....	76
Gambar 3.6.	Warna <i>signage</i> .....	77
Gambar 3.7.	Tipologi ruang koridor jalan Agus Salim .....	79
Gambar 3.8.	Perubahan tipolohgi ruang dinamis .....	80
Gambar 3.9.	Aktivitas komersial .....	81
Gambar 3.10.	Parkir di badan jalan .....	84
Gambar 3.11.	Fasade bangunan .....	86
Gambar 3.12.	Fasade bangunan .....	87
Gambar 4.1.	Pembagian koridor dalam 3 segmen .....	94
Gambar 4.2.	Lokasi <i>signage</i> di zona trafik .....	100
Gambar 4.3.	Lokasi <i>signage</i> di zona advertensi .....	102
Gambar 4.4.	Lokasi <i>signage</i> di zona pedestrian .....	104

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penjelasan tipologi ruang dinamis .....	35
Tabel 2.2.	Penjelasan posisi ( <i>position</i> ) .....	57
Tabel 2.3.	Penjelasan isi ( <i>content</i> ) .....	60
Tabel 3.1	Frekuensi <i>signage</i> menurut fungsi .....	70
Tabel 3.2.	Frekuensi <i>signage</i> menurut lokasi .....	72
Tabel 3.3.	Frekuensi <i>signage</i> menurut dimensi .....	75
Tabel 4.1.	Penentuan jumlah responden .....	93
Tabel 4.2.	Penilaian responden tentang pengaruh lokasi <i>signage</i> .....	98
Tabel 4.3.	Penilaian responden tentang pengaruh sifat <i>signage</i> .....	105
Tabel 4.4.	Penilaian responden tentang pengaruh warna dan pencahayaan .....	109
Tabel 4.5.	Penilaian responden tentang pengaruh <i>signage</i> terhadap estetika visual jalan Agus Salim Semarang .....	112
Tabel 4.6.	Faktor-faktor <i>signage</i> yang berpengaruh terhadap estetika .....	113
Tabel 4.7.	Penilaian responden tentang pengaruh fungsi <i>signage</i> terhadap pemakai jalan Agus Salim Semarang .....	136
Tabel 4.8.	Temuan pengaruh <i>signage</i> terhadap estetika visual .....	143
Tabel 4.9.	Temuan pengaruh <i>serial vision</i> .....	145
Tabel 4.10.	Temuan pengaruh <i>signage</i> terhadap pemakai jalan .....	147

## DAFTAR PETA

Peta 1.1.	Lokasi koridor jalan Agus Salim .....	6
Peta 3.1.	Kawasan penelitian .....	69
Peta 3.2.	Lokasi penyempitan ruang ( <i>narrowing</i> ) .....	79
Peta 3.3.	Lokasi parkir di badan jalan .....	83

## DAFTAR SKEMA

1. Skema 1.1. Kerangka pemikiran tesis .....	11
2. Skema 1.2. Sistematika pembahasan .....	14

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

#### 1.1. Latar belakang masalah

Wujud fisik suatu kota terbentuk akibat pertumbuhan dan perkembangan aktivitas perkotaan baik sosial budaya politik maupun ekonomi, karena bentuk fisik dan aktivitas masyarakat kota saling terkait. Selain itu aktivitas masyarakat juga dapat menciptakan elemen fisik, sehingga terjadi reaksi masyarakat terhadap kondisi fisik lingkungannya. Hal tersebut terjadi karena di dalam kota, secara alamiah terdapat hubungan yang erat antara masyarakat (dengan aktivitasnya) terhadap ruang sebagai wadah. Ruang kota sebagai tempat terpusatnya aktivitas masyarakat akan terus berkembang baik kualitas maupun kuantitasnya, sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat. Hal ini merupakan indikator dinamika sosial serta kondisi kualitas dan kuantitas pembangunan masyarakat.

Pembangunan di perkotaan semakin meningkat terutama di pusat kota (*Central Business District*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan wadah aktivitas akibat pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Sehingga perencanaan kota harus

berpacu dengan pembangunan fisik bangunan, sarana dan prasarana kota lainnya. Maraknya pembangunan mal, pasar swalayan dan bangunan-bangunan superblok membuat perubahan besar pada *urban design*. Demikian juga dengan bangunan tunggal rupa tanpa identitas, yang memerlukan suatu penanda (*signage*) sebagai pengenalan atau identitas.

*Signage* sebagai alat komunikasi dalam arsitektur telah dikenal dan digunakan sebelum manusia mengenal makna arsitektur itu sendiri dan hingga saat ini digunakan dengan fungsi dan bentuk yang makin beragam. Rubenstein (1992) menjelaskan bahwa *signage* berfungsi untuk menyampaikan pesan yang berhubungan dengan fungsi keselamatan dan kesehatan. Selain itu *signage* juga dapat menjadi *eye catcher* bagi suatu bangunan atau kawasan, dan menghidupkan suasana kota. *Signage* akan menuntun orang pada tujuan tertentu bahkan dapat menciptakan *image* suatu kawasan atau kota. Seperti kota Las Vegas Nevada terdapat hubungan yang erat antara kombinasi *signage* dengan bangunan, antara simbol-simbol dalam arsitektur, dan antara bentuk dan makna yang terkandung di dalamnya. Dengan *signage* tercipta suatu citra kota, seperti Las Vegas, tercipta karena *signage*-nya. *Image of Las Vegas: Inclusion and Allusion in Architecture*. (Venturi, et al. 1978).

Lokasi *signage* di tempat-tempat strategis dan mudah terlihat, baik pada ruang-ruang kota maupun bangunan, sesuai dengan fungsinya sebagai penanda bagi suatu bangunan atau kawasan agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau visual lebih luas. Hal tersebut dapat dimengerti sebab *signage* merupakan *outdoor publicity* atau

media luar ruang, suatu media atau alat untuk menyampaikan pesan dengan jangkauan lokal, jangkauannya hanya sejauh jangkauan visual (Kasali, 1995).

Pesatnya pertumbuhan ekonomi memunculkan masalah baru di dalam kota, dengan berkembangnya *urban space* menjadi ruang komunikasi. Hampir semua *urban space* digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan atau informasi yang benar-benar berfungsi, atau suatu simbol untuk meyakinkan masyarakat. Hal ini tidak dapat dihindari, karena masyarakat membutuhkan informasi murah dan cepat. Selanjutnya fungsi *signage* sebagai sarana komunikasi berkembang menjadi sarana informasi untuk memenangkan persaingan pasar. Sehingga ruang kota seperti koridor komersial didominasi oleh papan advertensi.

Fenomena tersebut sudah tidak asing lagi dijumpai baik di kota besar maupun kecil. Ruang-ruang diantara bangunan yang berbentuk koridor dan merupakan ruang aksesibilitas berkembang menjadi ruang komunikasi, antara lain komunikasi bersifat komersial. Obyek-obyek komunikasi mendominasi persepsi manusia terhadap *urban space*, dan pesan-pesan tertulis atau advertensi mengambil alih ruang sehingga menghilangkan tepian (*edge*) ruang (Trancik, 1986). Koridor sebagai *linear urban space* sangat potensial untuk pemasangan *signage* karena dilewati banyak orang setiap hari dan frekuensinya akan meningkat di kawasan komersial.

Akibatnya adalah tidak terkontrolnya pemasangan *signage*, sehingga sering terjadi polusi visual sebagai efek negatif *signage*. Hal ini terjadi karena tidak terpenuhinya syarat-syarat estetika, yang menurut Ishar (1992) estetika adalah hal-hal

yang menyenangkan mata dan pikiran, yaitu nilai-nilai bentuk dan ekspresi yang menyenangkan. Selain itu memang belum ada peraturan yang mengatur tentang estetika *urban design*.

## 1.2. Penentuan lokasi penelitian

Kota Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Munculnya bangunan komersial seperti mal, pasar swalayan dan perkantoran dalam bentuk bangunan superblok menimbulkan masalah dalam bidang *urban design*. Maraknya pembangunan infrastruktur tersebut diikuti pula oleh pemasangan *signage* pada bangunan dan ruang-ruang kota seperti koridor. Untuk menarik perhatian maka *signage* didesain sedemikian rupa agar menarik dan mudah terlihat.

Berdasar pada pengamatan sepintas, tidak ada perbedaan yang signifikan pada koridor-koridor komersial di kota Semarang. Tetapi pada dasarnya tiap-tiap kawasan akan memiliki karakter sendiri. Sebab keberadaan *signage* pada suatu lokasi turut berperan dalam menciptakan karakter suatu kawasan. Jalan Agus Salim adalah salah satu koridor komersial di kota Semarang berada di kawasan perdagangan Johar yang merupakan batas sebelah selatan kawasan konservasi Kota Lama. Koridor ini turut menyimpan sejarah panjang *urban design* di kota Semarang ditandai dengan aneka ragam bangunan yang membentuk koridor. Seiring dengan perjalanan waktu koridor

ini telah mengalami banyak perubahan baik fisik maupun visual. Sebagai koridor komersial keberadaan *signage* sangat dominan, terutama papan advertensi. Kondisi tersebut memang tidak dapat dihindari dan akan selalu meningkat dan keberadaan *signage* dapat menjadikan penanda bagi suatu kehidupan kota.

Kurangnya koordinasi dalam pemasangan *signage* menyebabkan penurunan estetika *urban design*. Arogansi dalam pemasangan *signage* pada tiap bangunan adalah cara untuk berekspresi. Individualisme sangat menonjol, antara bangunan satu dengan lainnya tidak ada kesatuan dalam pemasangan *signage*. Sehingga tujuan utama *signage* sebagai alat komunikasi dalam arsitektur bergeser menjadi media untuk memenangkan persaingan pasar. Kondisi ini sangat berlainan dengan kawasan Kota Lama yang berada di sebelahnya. Padahal dalam melihat suatu kota bukanlah melihat dari satu titik saja, karena kota merupakan suatu *linkage visual* yang dapat dihayati dengan cara bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya berupa pandangan ber-seri (*serial vision*) Cullen (1962).

Berbeda dengan koridor ini, kawasan Kota Lama tidak memerlukan banyak *signage* karena pada dasarnya bangunan dapat menjadi *signage (building as sign)*, hingga mudah diingat atau dikenal tanpa harus diberi berbagai atribut. Dengan lokasi yang berbatasan dengan kawasan konservasi tersebut maka diperlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam segi *urban design*. Tata letak, dimensi maupun estetika *signage* yang spesifik perlu diperhatikan agar *sequence* yang terbentuk merupakan urutan-urutan yang harmonis.

Sesuai dengan pendapat Lynch (1979) bahwa gambaran suatu kota bukan hanya kesan seseorang terhadap bangunan, lingkungan tertentu atau seluruh wilayah kota, tetapi memiliki arti-arti lainnya yang mempengaruhi tiap orang. Dari lingkungannya sendiri setiap orang membentuk gambaran mental bagian kota, yang sebagian besar dibentuk oleh karya-karya arsitektur yang dilihat sebagai suatu yang harmonis atau kacau yang dapat diterima secara bersama-sama. Selanjutnya Cullen dalam Zahnd (1999) menjelaskan bahwa jika seseorang selalu melihat lingkungannya (baik fisik maupun non fisik kacau maka pikirannya pun cenderung kacau, yang akan mempengaruhi cara kehidupannya.

## B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang studi dapat diidentifikasi beberapa perumusan masalah untuk mengarahkan pada inti permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

- 1) Pertumbuhan ekonomi suatu kota berpengaruh terhadap *urban desain*, ditandai dengan merembaknya pembangunan pasar swalayan, mal, berbentuk bangunan blok tunggal rupa. Untuk mempermudah dalam identifikasi bangunan maka diperlukan *signage* sebagai alat komunikasi dalam arsitektur dan penanda suatu bangunan atau kawasan.
- 2) Di kawasan komersial ruang kota (koridor) berkembang menjadi ruang ekspresi dan informasi yang dibutuhkan masyarakat sehingga terjadi pergeseran fungsi

*signage* sebagai sarana untuk memenangkan persaingan pasar. Media luar ruang ini berkembang pesat di koridor komersial. Oleh sebab itu *signage* di kawasan komersial didominasi oleh papan advertensi.

- 3) Hal tersebut sangat dilematis, disatu sisi para pelaku ekonomi membutuhkan sarana untuk advertensi, masyarakat butuh informasi yang cepat dan mudah sampai dan disisi lain *urban designer* membutuhkan faktor-faktor estetika *urban design* yang sangat menentukan estetika dari suatu kawasan kota.
- 4) *Signage* akan berpengaruh terhadap estetika visual koridor sebab dalam melihat suatu kota tidak dapat dilihat secara terpisah-pisah tetapi merupakan kesatuan visual yang akan lebih bermakna jika dilakukan dengan cara berjalan dari lokasi satu ke lainnya dalam bentuk pandangan ber-seri (*serial vision*).

Sebagai koridor komersial yang berbatasan dengan kawasan konservasi Kota Lama jalan Agus Salim memiliki permasalahan visual yang spesifik. Sebagai jalan kolektor primer merupakan jalur penghubung berbagai kawasan dengan lalu lntas sangat padat. Moda transport yang digunakan sangat beragam bercampur dengan aktivitas komersial yang berada luar bangunan hampir di sepanjang koridor.

Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Pengaruh apakah yang ditimbulkan oleh *signage* terhadap estetika visual di koridor komersial jalan Agus Salim ?
2. Apakah pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan dengan moda transport kendaraan bermotor ?

### C. Tujuan dan Sasaran Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mencari pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor komersial jalan Agus Salim Semarang.
2. Mencari pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan dengan moda transport kendaraan bermotor;

Sedang sasaran yang menjadi dari penelitian adalah:

1. Identifikasi *signage*, aktivitas, dan *visual* koridor;
2. Identifikasi faktor-faktor pembentuk visual koridor;
3. Menganalisis pengaruh *sinage* terhadap estetika visual;
4. Menganalisis faktor-faktor estetika;
5. Menganalisis grafis *serial vision*;
6. Menganalisis fungsi *signage* terhadap pemakai jalan.

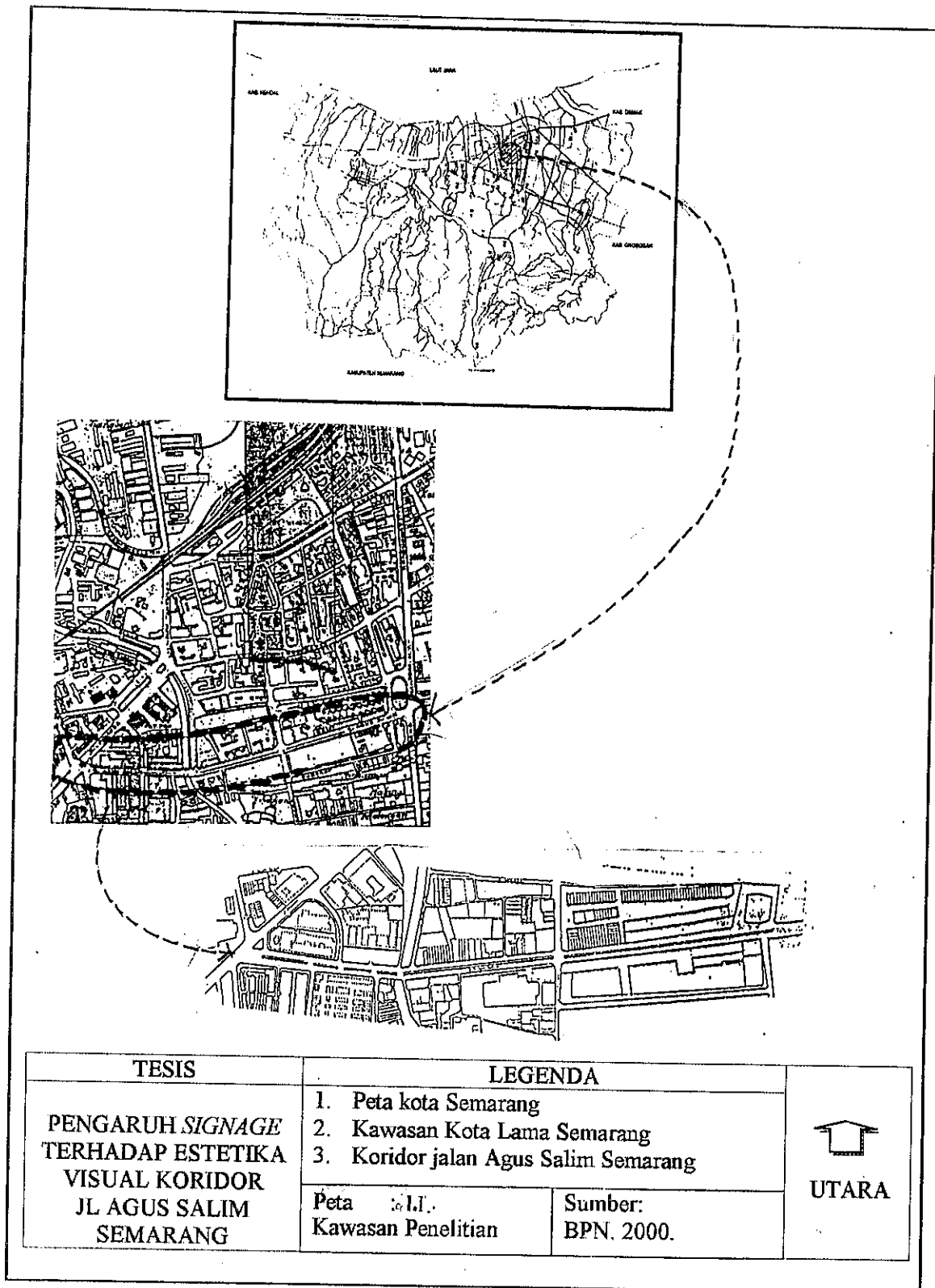
### D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi ilmu pengetahuan, terutama dalam dunia arsitektur dan perencanaan kota, untuk

memperkaya wawasan arsitektur dan perencanaan kota, berkaitan dengan *signage* dan estetika visual, khususnya di koridor komersial. Selanjutnya hasil studi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada unsur-unsur penentu kebijakan dalam menentukan kriteria *signage*, sesuai dengan fungsi dan tujuannya. Dalam hal ini pertimbangan *signage* bukan hanya dari aspek ekonomi, tetapi harus dipertimbangkan pula kondisi fisik dan visual lingkungan, serta estetika kota.

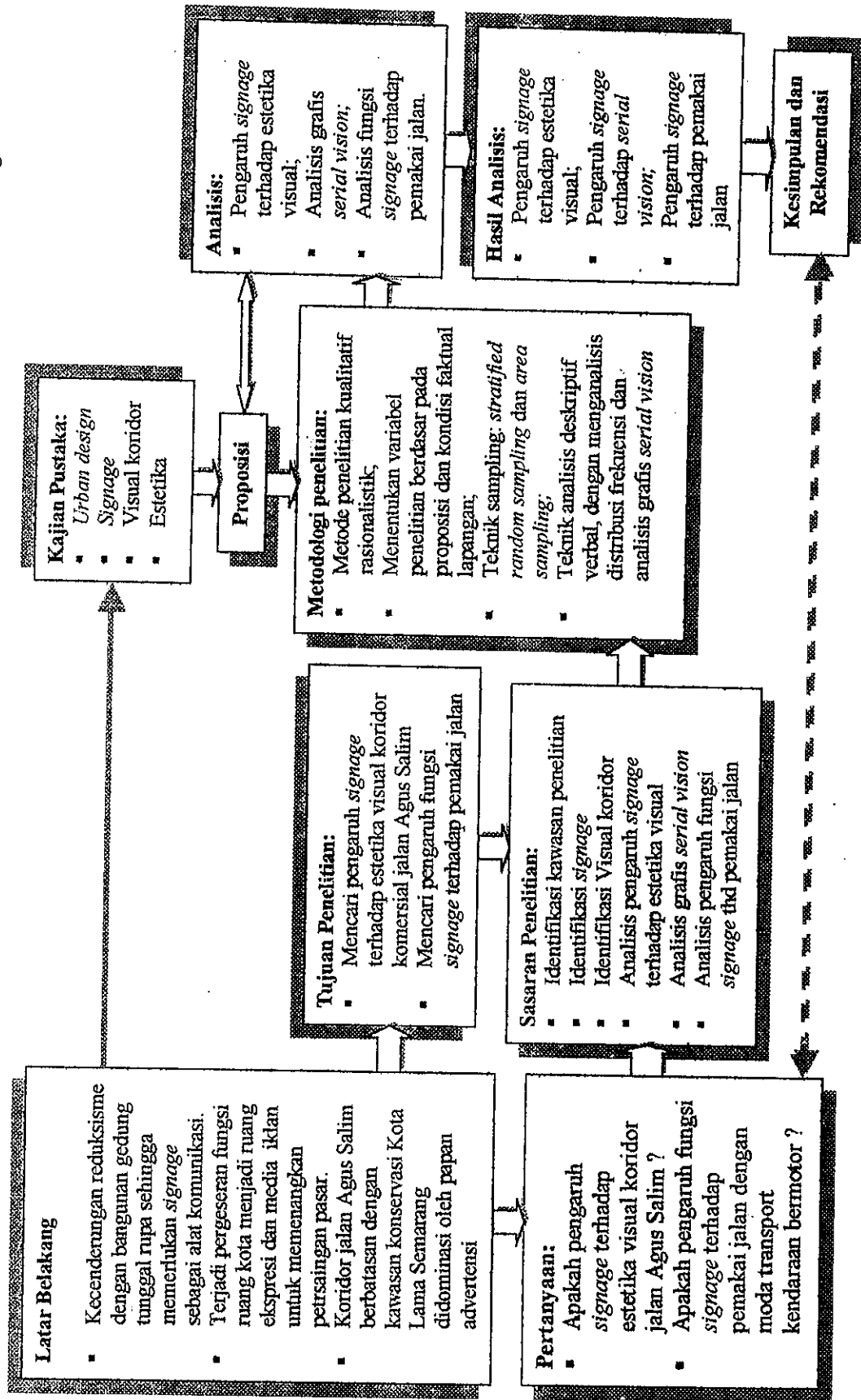
#### E. Lingkup Obyek Penelitian

- Yang dimaksud koridor jalan Agus Salim Johar Semarang adalah koridor yang dibentuk oleh dinding bangunan sebagai batas utara dan selatan koridor, sedang batas sebelah timur adalah jalan MT. Haryono dan sebelah barat jalan Pemuda dan jalan Kauman barat.
- Tinjauan *signage* dari aspek *urban design*, dimana *signage* merupakan bagian dari delapan unsur fisik *urban design*.
- Penelitian dilakukan hanya pada siang hari, sebab pada malam hari koridor ini hanya berfungsi sebagai jalur lintasan.



### Skema: 1.1. Kerangka Pemikiran Tesis

#### Judul: Pengaruh *Signage* terhadap Estetika Visual (koridor komersial) Jalan Agus Salim Semarang



## G. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini terbagi dalam lima bab, meliputi pendahuluan, kajian pustaka, tinjauan kawasan penelitian, analisis penelitian dan diakhiri dengan suatu kesimpulan dan rekomendasi. Pembahasan pada masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

**Bab I** merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan sasaran serta manfaat studi. Selain itu dijelaskan pula mengenai ruang lingkup obyek penelitian dan kerangka pikir studi. Sebagai sub bab yang mengakhiri bab I menjelaskan tentang sistematika penulisan tesis dengan judul Pengaruh *Signage* terhadap Estetika Visual (Koridor Komersial) di Jalan Agus Salim Semarang.

**Bab II** berisi tentang kajian literatur yang membahas *urban design*. Sesuai dengan judul penelitian maka kajian literatur diutamakan pada *signage* dan visual koridor. Bab ini terbagi dalam lima sub bab, diawali dengan sub pertama membahas tentang garis besar *urban design*. Dilanjutkan dengan kajian tentang *signage* sebagai elemen fisik *urban design*, dimana *signage* ini juga ditinjau dari aspek ekonomi. Sub bab selanjutnya kajian tentang visual koridor yang berisi tentang pengertian, karakteristik dan elemen-elemen pembentuk visual koridor. Selanjutnya dibahas tentang estetika, yang menjelaskan tentang pengertian, faktor-faktor estetika dan *serial vision*. Bab ini diakhiri dengan suatu kesimpulan dan proposisi.

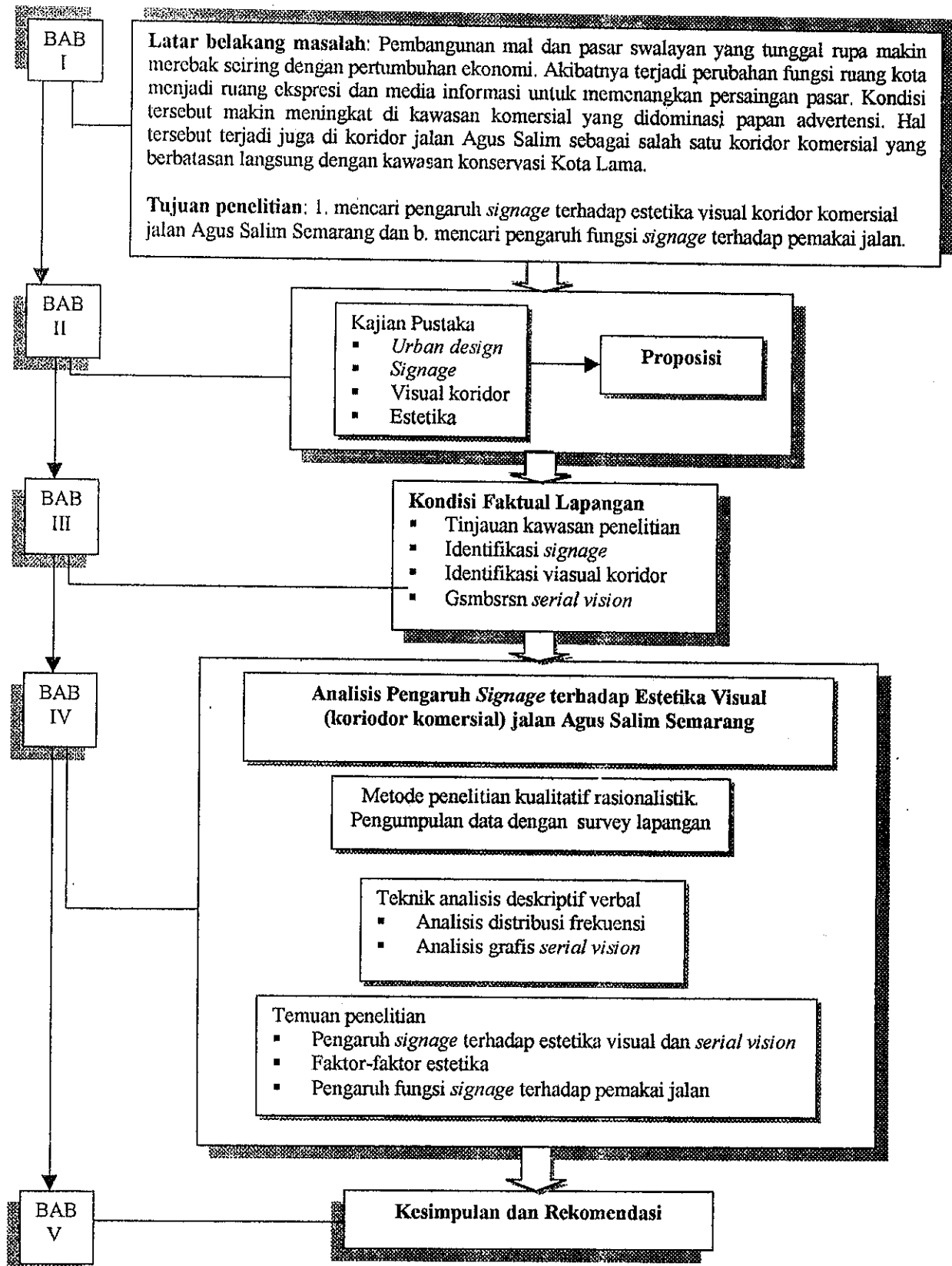
**Bab III** merupakan bab yang menyampaikan kajian kawasan penelitian, diawali dengan gambaran umum lokasi penelitian. Dilanjutkan identifikasi *signage* di kawasan penelitian, yang terdiri dari fungsi, lokasi, sifat, klasifikasi, posisi, warna dan pencahayaan serta dimensi *signage*. Sub bab ketiga mengidentifikasi visual koridor di kawasan penelitian dan diakhiri dengan gambaran *serial vision* di koridor jalan Agus Salim Semarang.

**Bab IV** merupakan analisis penelitian. Diawali dengan metodologi penelitian yang dipakai, langkah penelitian, dan teknik analisis. Dilanjutkan dengan menganalisis pengaruh *signage* estetika visual koridor, dan analisis grafis *serial vision*. Untuk menjawab tujuan penelitian poin dua selanjutnya dianalisis pengaruh *signage* terhadap pemakai jalan. Bab ini diakhiri dengan temuan penelitian dalam bentuk tabel-tabel.

**Bab V** sebagai penutup dari keseluruhan penulisan tesis terdiri dari dua sub bab. Sub bab pertama adalah kesimpulan yang berpedoman pada temuan penelitian pada bab sebelumnya, disimpulkan secara cermat. Dari kesimpulan tersebut dihasilkan rekomendasi sebagai titik pijak dalam menindak lanjuti hasil penelitian ini dalam merencanakan estetika visual di koridor komersial. Keseluruhan tesis ini dilengkapi dengan lampiran-lampiran baik data maupun analisis yang merupakan rangkaian dari keseluruhan kegiatan penyusunan tesis. Untuk memperjelas sistematika pembahasan dapat dilihat pada skema 1.2.

**Skema: 1.2. Sistematika Penulisan Tesis**

**Judul: Pengaruh *Signage* terhadap Estetika Visual (Koridor Komersial) Jalan Agus Salim Semarang**



## BAB II

### KAJIAN *SIGNAGE* DAN ESTETIKA VISUAL

#### A. Tinjauan *Urban Design*

Dari sudut pandang profesi, perancangan kota (*urban design*) merupakan hasil perpaduan kegiatan antara profesi perencana kota, arsitektur, lansekap, rekayasa sipil dan transportasi. Penekanan pada bentuk fisik kota, yang dalam sejarahnya disiplin ilmu profesi arsitektur dan perencanaan kota berkepentingan dalam penciptaan permukiman-permukiman manusia serta meningkatkan kualitas fisiknya. (Catanese, 1986; Budihardjo dan Suyarto, 1998). Senada dengan itu, Beckley menjelaskan bahwa *urban design* merupakan jembatan antara profesi perencana kota dan arsitektur dengan perhatian utama pada fisik kota. Dari disiplin keilmuan, dijelaskan bahwa *urban design* adalah bagian dari proses perencanaan yang berhubungan dengan kualitas lingkungan fisik kota sebagai kelanjutan *urban planning* Shirvani (1985).

Amos Rappoport dalam Catanese (1986) menjelaskan bahwa kota tidak akan muncul secara tiba-tiba, hingga tidak mungkin terjadi revolusi kota (*urban revolution*), karena kota tumbuh secara bertahap sesuai dengan budaya masyarakatnya. Latar belakang sejarah *urban design* terbagi dua kategori yaitu *design* sadar diri (*consciousness*) dan *design* tidak sadar diri (*unconsciousness*). Suatu *design* sadar diri diciptakan oleh orang yang menganggap dirinya sebagai *designer*.

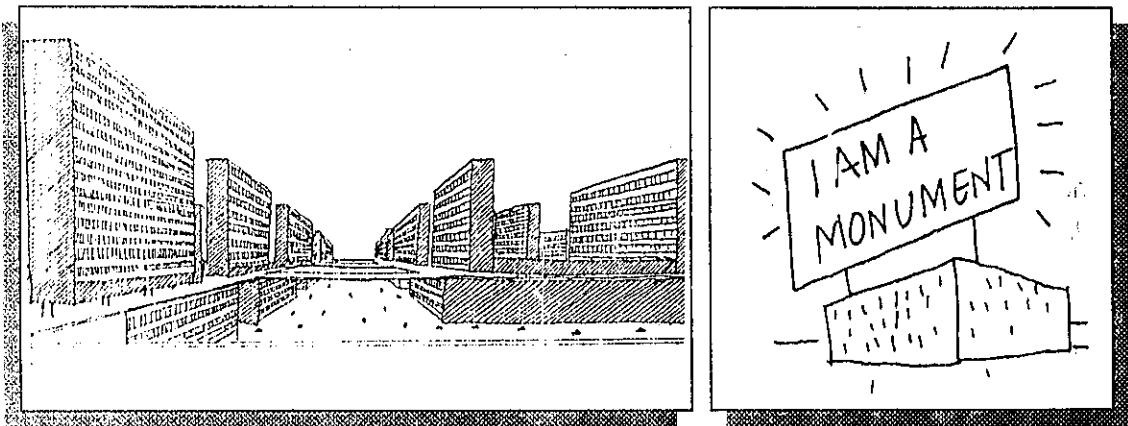
Keahliannya digunakan untuk menciptakan lingkungan perkotaan yang nyaman, dengan serangkaian pemikiran atau prinsip-prinsip *design* yang jelas. *Design* tidak sadar diri diciptakan oleh orang-orang bukan *designer*, tetapi memiliki peranan dalam menentukan bentuk lingkungan perkotaan, dan berdasar pada intuisi tidak jelas.

Pada kota-kota kuno, kota dibangun berdasar pada budaya masyarakat dan sistem religi. Seperti dikatakan Rappoport dalam Catanese (1986), bahwa setiap kebudayaan tradisional selalu berpedoman pada aturan-aturan suci, mulai dari lingkungan rumah, permukiman sampai keseluruhan lingkungan. Sebagai contoh pembangunan kota Cina kuno, yang haeus melalui proses pensucian lokasi, karena kota dipandang sebagai “lambang keajaiban kosmos”, dan pola kota meniru pola dasar angkasa raya (Eisner *et al.* 1992).

Pola-pola demografis dan ekologis dari hampir semua kota tradisional memiliki suatu kebersamaan yang dilintasi budaya tradisional setempat. Susunan kotanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membatasi polanya, yaitu keamanan dan persatuan; keterbatasan bahan dan teknologi; serta mobilitas dan struktur sosial. Oleh sebab itu perkembangan kota tradisional agak lambat. Kota modern dipengaruhi oleh faktor yang tidak lagi dibatasi oleh batasan tertentu seperti kota tradisional. Sebab sistem komunikasi, teknologi dan mobilitas yang tidak terbatas, dan pengaruh individual mengenai ide-ide baru, serta pemakaian material (Zahnd, 1999).

Masalah yang dihadapi *urban design* kota-kota modern-pun lebih kompleks. Akibatnya kota-kota modern mengalami dua kecenderungan, yaitu **reduksisme** dan **individualisme**. Reduksisme dapat dipahami sebagai strategi yang dengan sengaja

menekankan minimalisme dan fungsionalisme. Sedangkan Moshe Safdie berpandangan bahwa individualisme akan menurunkan kualitas lingkungan kota. Safdie dalam Zahnd (1999) mengilustrasikan, seandainya lima arsitek terbaik dunia diminta untuk membangun sebuah kawasan secara bersama, maka tidak akan ditemukan kesamaan pendapat. Bahkan kualitas kawasan itu mungkin akan menurun.



Gambar: 2.1. Kecenderungan dalam arsitektur modern. (a) Reduksisme yang sangat radikal dalam proyek dirancang oleh Hilbesheimer, dan (b) Individualisme, sebuah gedung yang mengutamakan diri sendiri saja. 'Saya adalah monument'. (Zahnd, 1999: 53, 54)

## B. Tinjauan *Signage* dari Aspek *Urban Design*

### 1. Pengertian

Arti *sign* menurut Echols (1975) adalah tanda, sedang dalam arsitektur *sign* diartikan sebagai bentuk-bentuk informasi dan orientasi kota yang dirancang khusus

sebagai bagian dari delapan elemen *urban design* (Shirvani, 1985). Rubenstein (1992) mendefinisikan bahwa *signage* merupakan tanda-tanda visual di perkotaan yang berfungsi sebagai sarana informasi/ komunikasi secara arsitektural. Senada dengan hal tersebut, Lynch (1962) menyebutkan bahwa *sign* dapat berfungsi sebagai alat untuk orientasi bagi warga kota. Venturi *et al.* (1978) dalam penelitian *signage* di kota Las Vegas mengindikasikan bahwa *signage* dapat menciptakan *image* bagi suatu kota, *image of Las Vegas: inclusion and allusion*. Hal ini disebabkan oleh keberadaan *signage* yang mendominasi kota Las Vegas, *Las Vegas without signage is not Las Vegas* (Frey, 1999).

## 2. Sasaran dan fungsi *Signage*

Di dalam arsitektur dikenal moda atau cara berkomunikasi. Seperti dalam komunikasi secara verbal, dikenal istilah “bahasa arsitektur” sebagai alat komunikasi yang lazim dikenal melalui bentuk. Kata-kata dalam bahasa arsitektur lebih elastis dan memiliki banyak bentuk dibandingkan bahasa lisan atau tulisan. Bahasa arsitektur akan menjadi lebih berarti dalam hubungan fisik antara satu dengan lainnya yang berada di dalam suatu lingkungan. Seperti misalnya suatu bentuk pintu, jendela, partisi, kantilever, tangga, atap dapat berubah artinya atau memiliki makna yang lebih

kuat bila berada di dalam suatu gabungan dan susunan (bentuk utuh suatu bangunan) Jenks, dalam Broadbent (1980).

*Signage* mempunyai dua sasaran, yaitu langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung, menspesifikasikan identitas usaha, lokasi dan barang-barang bisnis dan pelayanan yang ditawarkan. *Signage* tersebut mempunyai keterkaitan langsung dengan bangunan dan lingkungan setempat. Sedangkan *signage* yang tidak mempunyai keterkaitan dengan kegiatan di dalam bangunan atau lingkungan setempat merupakan komunikasi tidak langsung.

Sebagai salah satu elemen *urban design* dan penanda bagi suatu kawasan atau kota, *signage* memiliki bermacam-macam fungsi. Pentingnya perencanaan *signage* ini dikemukakan oleh Rubenstein (1992) dalam bukunya *Pedestrian Malls, Streetscape and Urban Spaces*. Ada empat fungsi utama *signage* yang menjadikan *signage* sebagai elemen yang makin penting di dalam kota.

- a. **Jatidiri (identitas) mal (*mall identity*)**, dapat berupa simbol atau logo untuk memberikan identitas suatu mal, dan logo tersebut dapat digunakan untuk suatu informasi pada publik.
- b. **Rambu-rambu lalu lintas (*traffic sign*)**, yang meliputi rambu-rambu pada *highway*, lampu-lampu lalu lintas, rute-rute perjalanan, tanda parkir, tanda berhenti, penyeberangan pejalan kaki dan tanda penunjuk arah.

- c. **Jatidiri komersial (*Commercial identity*)**, dimana penempatan *sign* pada bangunan berfungsi sebagai jatidiri pertokoan seperti papan nama (*name plate*), *sign advertising* (papan advertensi) di sepanjang jalan, atau blok bangunan.
- d. **Tanda-tanda informasi (*Informational Sign*)**, merupakan tanda-tanda (*signs*) yang berfungsi untuk memberikan informasi seperti penunjuk arah, peta-peta, dan tanda-tanda (*signs*) khusus yang menunjukkan lokasi parkir, *subway*, atau halte bis. Dengan informasi tersebut akan menuntun orang menuju tujuan tertentu.

Menurut Spreiregen (1979), banyaknya *signage* akan membuat kekacauan visual, yang dapat diatasi dengan membuat *signage* terpadu dalam satu *pole*. Misalnya, untuk memberikan informasi pada suatu persimpangan dapat dibuat dengan membuat kombinasi antara papan nama jalan dengan rambu lalu lintas pada tempat atau tiang yang sama. Demikian juga *street furnishing* lain dapat dikombinasikan dalam satu unit. *Signage design* untuk *downtown* Pittsburg, misalnya, dalam satu tiang (*pole*) dibuat suatu sistem *traffic sign* terpadu, terdiri dari lampu lalu lintas, penerangan jalan, penunjuk arah dan sebagainya. (Barnett, 1982).

### 3. Karakteristik *Signage*

Dalam buku *Urban Design Process*, Hamid Shirvani (1985) menyebutkan bahwa *signage* menjadi elemen visual yang semakin penting di perkotaan karena

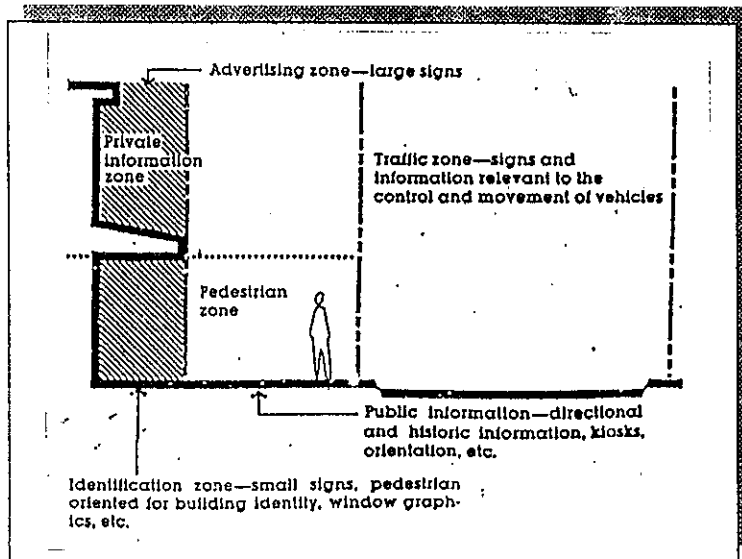
dapat meningkatkan estetika dan menjadi penanda bagi suatu kawasan atau bahkan kota. Oleh sebab itu diperlukan karakter tertentu dalam perencanaan dan penataan *signage*. Richardson dalam Shirvani (1985), mengemukakan bahwa untuk meningkatkan estetika lingkungan kota maka dituntut karakteristik *signage* sebagai berikut: (1) penggunaan *signage* harus dapat merefleksikan karakter suatu tempat; (2) jarak *sign* yang satu dengan lainnya harus memadai dan menghindari kepadatan dan kekacau balauan; (3) penggunaan *sign* harus harmonis dengan bangunan arsitektur dimana *sign* tersebut berada; (4) pembatasan lampu dan *sign*, kecuali untuk teater dan *entertainment* lain.

### 3.1. Lokasi *signage*

Lokasi (penempatan) *signage* menurut peruntukannya, dibagi dalam zona - zona. (Shirvani, 1985).

- a. **Zona Pedestrian** (identifikasi), merupakan informasi untuk kepentingan umum, agar mudah mengenali bangunan, rancangan etalase dan sebagainya. Sebagai petunjuk dan orientasi bagi para pejalan kaki, untuk *signage* berukuran kecil.
- b. **Zona lalu lintas** (*traffic zone*), yaitu penempatan pada badan atau pulau jalan. Untuk *signage* yang relevan sebagai kontrol dan pergerakan lalu lintas dan sirkulasi.

- c. **Zona advertensi** (*advertising zone*), merupakan penempatan pada fasade bangunan, bagi *signage* berukuran besar. Penempatan *signage* di zona ini tidak mengganggu sirkulasi pejalan kaki.



Gambar: 2.2. Lokasi *signage* menurut zona di City of Charlotte-USA (Shirvani, 1985:42)

### 3.2. Sifat *signage*

Menurut sifatnya *signage* dibedakan menjadi 2, yaitu *signage* permanen dan sementara (Kelly and Raso, 1991). *Permanent sign* (tanda-tanda permanen), dapat berbentuk bangunan atau elemen yang berdiri sendiri maupun sebagai elemen dari satu bangunan yang sifatnya permanen. *Sign* yang merupakan elemen bangunan merupakan satu kesatuan dengan bangunan tersebut. *Permanent sign* yang berfungsi sebagai papan advertensi memiliki jangka waktu pasang tertentu sesuai dengan

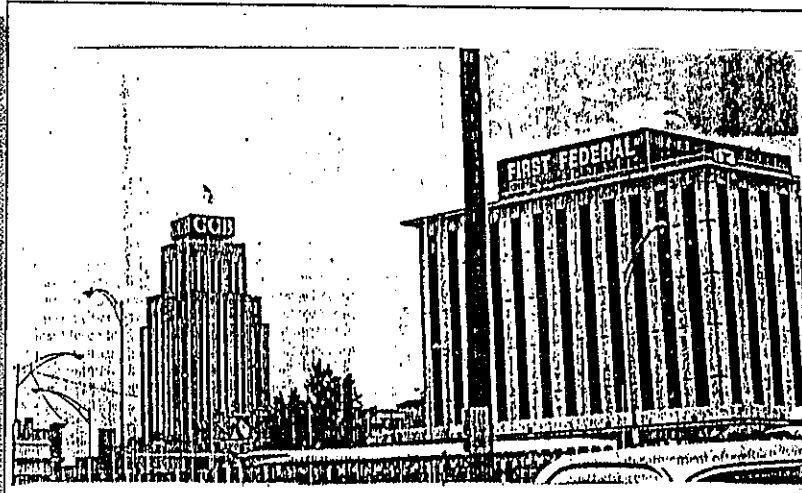
ketentuan yang berlaku/ diundangkan (Kelly and Raso, 1992). Hal ini dapat mengatasi kondisi *sign* yang rusak atau tidak layak lagi untuk dipasang.

*Temporary sign* (tanda-tanda sementara), bersifat tidak permanen atau temporer. *Sign* yang bersifat temporer dapat berbentuk bendera, umbul-umbul, spanduk pada bangunan, di depan toko atau di pinggir-pinggir jalan. Masa pemasangan tanda-tanda temporer ini memiliki batas waktu sesuai dengan kebijakan dan perijinan setempat.

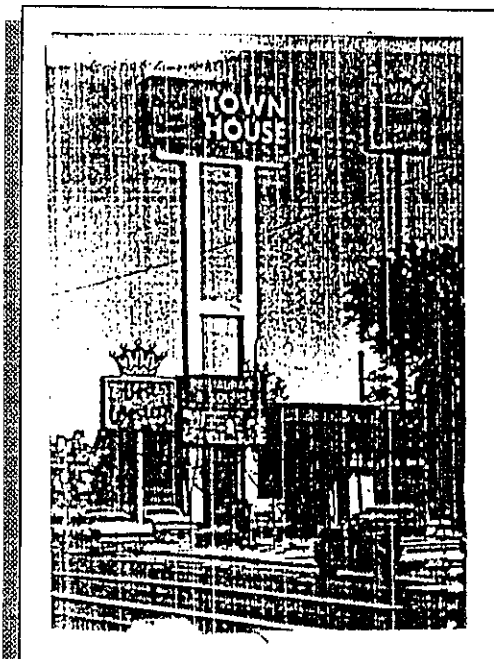
### 3.3. Klasifikasi *signage*

- a. *Freestanding signs*, merupakan *sign* yang berdiri sendiri, yang dibedakan menjadi *pole signs* dan *ground sign*. *Pole sign*, merupakan *sign* yang didukung oleh satu tiang atau lebih, berupa struktur terpisah dengan bangunan. Sedangkan *ground sign*, seluruh permukaan *sign* menempel pada tanah. Seperti *pole signs*, *ground signs* merupakan bagian terpisah dari bangunan.
- b. *Wall signs*, merupakan *sign* yang ditempel pada satu dinding bangunan, dan menjadi satu kesatuan dengan dinding bangunannya. *Wall signs* ini meliputi *sign* dicat pada dinding, atau ditempel pada dinding bangunan.
- c. *Roof signs*, suatu *sign* yang terletak di atap bangunan atau bagian paling atas bangunan. *Roof sign* dapat berupa elemen atap bangunan, atau struktur atap bangunan tersebut berfungsi sebagai *sign*.

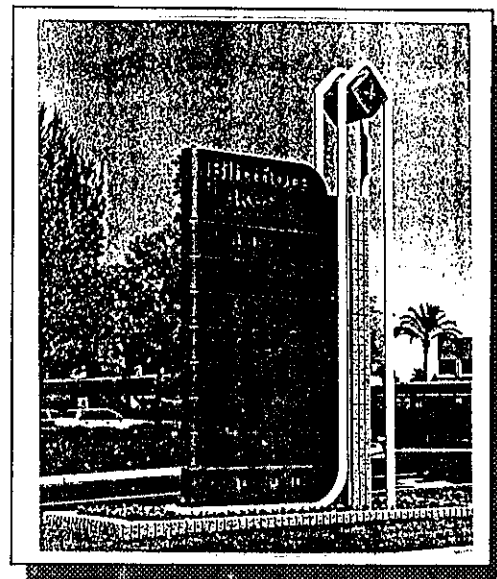
- d. *Suspended signs*, adalah *sign* yang menggantung pada satu elemen bangunan. *Suspended signs* ini biasanya terletak pada fasade bangunan atau pada sisi jalan, sebagai orientasi para pedestrian.
- e. *Projecting signs*, berkaitan dengan posisi *sign* terhadap ruang, penempatannya dapat menyatu atau terpisah dengan bangunan.
- f. *Marquee signs*, pada mulanya digunakan terutama pada teater-teater. Dapat berbentuk *pole*, *wall* ataupun *projecting sign*. *Marquee signs* ini berkaitan dengan pencahayaan atau elektronik.
- g. *Window/door signs*, adalah suatu *sign* sederhana terletak pada jendela atau pintu. Biasanya berupa tulisan-tulisan atau informasi pada jendela atau pintu tentang kegiatan yang ada di dalam bangunan.
- h. *Billboard*, merupakan *sign* yang terbuat dari material plastik, fiber glas, kayu atau lainnya. Pemasangannya berdiri sendiri atau menempel pada bangunan.
- i. *Snipe sign*, adalah *sign* yang ditempel pada pohon atau tiang. Banyak digunakan untuk advertensi bersifat sementara.
- j. *Parked vehicles with signs*, satu *sign* yang dipasang pada sisi kendaraan, atau kendaraan berbentuk *sign*.



*Roof sign* dan *wall sign*. *CCB sign*, adalah *roof sign*, yang merupakan struktur tidak terpisah dengan struktur bangunan. sedang *First Federal* adalah *wall sign*, sebagai unsur *sign* yang menyatu dengan dinding bangunan.



*Pole sign*. suatu tanda-tanda yang Disangga oleh tiang. (Kelly and Raso, 1992: 9).



*Ground sign*. Suatu *sign* dimana seluruh *sign* menempel pada dasar atau permukaan tanah (Sign Design Gallery 2, 1995: 8)

Gambar: 2.3. Klasifikasi *signage*.

### 3.4. Dimensi *signage*

Dimensi *sign* berkaitan dengan luasan, dan ketinggian *sign*. Beberapa faktor yang mempengaruhi dimensi *sign* adalah lokasi (penempatan), luas ruang, dan kecepatan pergerakan (Ashihara 1983, Lynch 1988, Kelly dan Raso 1991, Smardon 1992). Oleh sebab itu dimensi *sign* akan berlainan untuk jalan-jalan di dalam kota dan jalan bebas hambatan. Selain itu harus dipertimbangkan pula skala *signage*, yang meliputi jangkauan dan proporsi *sign* terhadap lingkungan sekitarnya.

Dalam Keputusan Walikota Semarang nomor 973/ 0645 tahun 1999 diuraikan mengenai tipe papan advertensi berdasar pada luasan (dimensinya), yang terdiri dari papan advertensi dengan satu dan dua muka. Dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa luasan papan advertensi di kota Semarang antara 0,50 m<sup>2</sup> (0,50m X 1,00m) sampai dengan 96,00 m<sup>2</sup> (8,00m X 12,00 m). Sedangkan lokasinya ditentukan melalui peraturan setempat.

### 3.5. Warna dan pencahayaan *signage*

Pertimbangan utama pemilihan warna dan material *sign* adalah estetika, disamping faktor kejelasan (*legibility*). Karena sasaran *sign* adalah untuk menarik perhatian orang yang melihatnya, maka *sign* dibuat dalam warna-warna mencolok. Hal ini dapat menimbulkan kontras terhadap lingkungan. Untuk mengurangi efek

negatif warna maka perlu penyesuaian warna *sign* dengan lingkungan di sekitarnya. Sedangkan pemilihan material berpengaruh terhadap estetika dan efek pencahayaan. Material mengkilap seperti fiber glas atau plastik akan menimbulkan *glare* jika terkena cahaya, terutama cahaya langsung.

Efek utama pencahayaan adalah penerangan pada malam hari. Seperti diungkapkan oleh Appleyard dalam Smardon (1986), bahwa tidak ada efek yang menarik selain pencahayaan pada malam hari. Dari pencahayaan tersebut dapat terlihat *node-node*, dengan banyaknya cahaya tidak beraturan yang ditimbulkan oleh *sign*. Pencahayaan pada *sign* akan menambah suasana menjadi lebih hidup. Selain aspek kejelasan, pencahayaan berfungsi estetis.

Ada tiga dasar pencahayaan *sign*, (Kelly and Rasso, 1991), yaitu: (a) *Internal lighting*, penyinaran yang berasal dari permukaan bidang; (b) *Direct external lighting*, penerangan langsung dari luar bidang seperti *spotlight*, lampu sorot; (c) *External but integral to sign*, penyinaran dari luar tapi integral dengan *sign*, seperti lampu bolam.

#### 4. Tinjauan *Signage* dari Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi berpengaruh terhadap *urban design*, karena menurut Hatt dan Reiss dalam Gallion dan Eisner (1992) bahwa kehadiran kota adalah untuk memenuhi

kebutuhan sosial dan ekonomi penduduk yang selalu berkembang. Selain itu kota juga merupakan sebuah sistem baik secara fisik maupun sosial ekonomi, bersifat tidak statis yang sewaktu-waktu bisa menjadi tidak beraturan dan susah untuk dikontrol. Pengaruhnya akan tercermin pada lingkungan fisik perkotaan. Branch dalam bukunya *Comprehensive Planning* (1995) mengatakan bahwa kota merupakan tempat yang dipandang dan dirasakan dari berbagai sudut pandang karena kota menggambarkan keaktifan, keberagaman dan kompleksitas.

Ditinjau dari aspek ekonomi *signage* selalu berhubungan dengan advertensi, sebagai sarana untuk mempromosikan produk. Pada awal penggunaan advertensi dalam bentuk pesan berantai yang sering disebut dengan *the word of mouth*. Selanjutnya mulai digunakan sarana tulisan sebagai alat penyampaian pesan, yang dapat ditemukan pada sisa-sisa peradaban berusia 3000 tahun. Pada masyarakat Yunani dan Romawi kuno advertensi pada *terakota* dan *perkamenn* telah digunakan untuk kepentingan *lost and found*. Pada waktu itu telah banyak toko di kota-kota besar mulai memakai tanda dan simbol atau papan nama, setelah ditemukannya sistem percetakan oleh Guttenberg tahun 1450. Di Indonesia advertensi baru dikenal sejak koran pertama beredar di Indonesia lebih dari seratus tahun lalu (Kasali, 1995).

Di tengah peradaban modern dewasa ini kita tidak dapat terlepas dari dunia advertensi, yang mengisi hampir setiap ruang dan waktu. Berbagai advertensi dapat dijumpai sepanjang hari melalui berbagai media. Meskipun dari aspek *urban design* advertensi menimbulkan pro kontra, tetapi dari aspek ekonomi sangat vital, karena advertensi dapat membangun masyarakat ekonomi. Seperti yang dikatakan Reichert

Gene (1988), bahwa aktivitas pokok perusahaan modern dewasa ini adalah menciptakan pasar, dimana semua kegiatan perusahaan yang lain hanyalah sebagai pendukung. Kondisi tersebut tidak dapat dihindari karena masyarakat membutuhkan informasi yang cepat sampai.

#### 4.1. Papan advertensi

Secara sederhana advertensi didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk, ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Advertensi lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli, seperti yang dikatakan oleh Frank Jefkins: *advertising aims to persuade people to buy* (Kasali, 1992). Sedang Webster mendefinisikan bahwa advertensi adalah setiap bentuk pemberitahuan kepada publik yang bertujuan untuk memberi bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penjualan komoditi, dalam keamanan pekerjaan dan sebagainya. Rosser Reeves dalam Reichert (1988) merumuskan, advertensi adalah seni untuk memberikan pesan penjualan yang khas ke dalam benak kebanyakan orang dengan kemungkinan biaya yang serendah-rendahnya. Menurut Forbey (1997) advertensi adalah suatu cara membeli dan menjual ruang di media, dan mengembangkannya sehingga menghasilkan pesan.

Advertensi akan memperluas alternatif bagi konsumen, karena konsumen dapat mengetahui adanya berbagai produk, sehingga muncul berbagai pilihan. Advertensi juga membantu produsen menimbulkan kepercayaan bagi konsumen dan

membuat kepercayaan yang tinggi bagi produsennya, sehingga membuat orang kenal, ingat dan percaya pada hal yang diiklankan (Kasali, 1992). Sedangkan Farbey dalam bukunya *How to produce Successful Advertising* (1997), menyebutkan bahwa advertensi bertujuan mengkomunikasikan suatu pesan yang bisa mengandung dan mengkombinasikan beberapa tujuan yang berbeda, yang memiliki dua karakteristik pokok yaitu memberi informasi dan membujuk konsumen.

#### **4.2. Komersial koridor sebagai media advertensi**

Untuk menyampaikan pesan promosi kepada konsumen diperlukan suatu media. Media advertensi terdiri dari media elektronik, cetak, audio dan media luar ruang (Kasali, 1992). Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual, dalam bentuk majalah, koran, tabloid dan sebagainya. Media elektronik yang paling umum adalah televisi, yang baru dikenal di Indonesia sejak tahun 1960. Sedang media radio memiliki jangkauan selektif terhadap segmen pasar tertentu. Sebagai media, radio memiliki banyak kekuatan, karena dapat menjangkau khalayak sasaran besar dalam waktu bersamaan, penyampaian informasi secara cepat, dapat mengatasi kendala geografis dan mudah dimengerti.

Media advertensi yang berpengaruh langsung terhadap *urban design* adalah media luar ruang, adalah media dengan jangkauan lokal, yang dapat dilihat sejauh jangkauan pandangan (Kasali, 1992). Selanjutnya dijelaskan bahwa dalam menentukan lokasi papan advertensi aspek yang perlu diperhatikan adalah: arus

perjalanan, jenis produk, jangkauan, kecepatan arus lalu lintas, persepsi orang terhadap lokasi dan keserasian dengan bangunan di sekitarnya.

Papan advertensi pada ruang-ruang kota memberikan dampak pada fisik maupun visual. Media ini dipilih karena advertensi di ruang terbuka menawarkan komunikasi kilat, frekuensi tinggi, memiliki dampak yang sangat luas dengan peliputan fleksibel. Selain itu jenis advertensi media luar ruang tidak memperhitungkan jenis kelamin, umur, atau kriteria lain calon pembeli (Reichart, 1988).

### C. Tinjauan Visual Koridor

#### 1. Pengertian

Arti visual menurut Purwodarminto (1972) adalah berdasar pada penglihatan, dapat dilihat, kelihatan. Menurut Normies dalam Mulyani (1996) arti visual adalah dapat dilihat dengan indera (mata). Koridor (*corridor*) menurut Sungguh dalam Mulyani (1996) adalah gang. Sedang Purwodarminto (1979) mendefinisikan bahwa koridor adalah jalan di dalam rumah. Ditinjau dari aspek *urban design*, koridor adalah ruang kota sebagai sarana pergerakan linear (Budihardjo dan Sujarto, 1998).

*Visual corridor: a contonous succession of visually and spatially distinct experiences; series of consecutive or composite viewsheds. Each visually and spatially distinct experience (Jones and Jones 1977) dalam Smardon (1986: 314)*

Jalan atau koridor merupakan elemen penting untuk mengekspresikan suatu kota dan kehidupan masyarakatnya. Dalam mengamati suatu kota, maka yang pertama terlintas adalah jalan-jalannya seperti diungkapkan oleh Jane Jacobs dalam Ashihara (1983), jika jalan di suatu kota terlihat menarik, maka kota tersebut akan menarik, dan sebaliknya bila jalan-jalan terlihat membosankan maka suatu kota akan membosankan. Kevin Lynch (1969) mengemukakan, *path* (jalur) adalah elemen yang paling penting di perkotaan. Dalam risetnya ditengarai jika identitas elemen *path* tidak jelas maka kebanyakan orang meragukan citra kota secara keseluruhan.

## 2. Karakteristik Visual

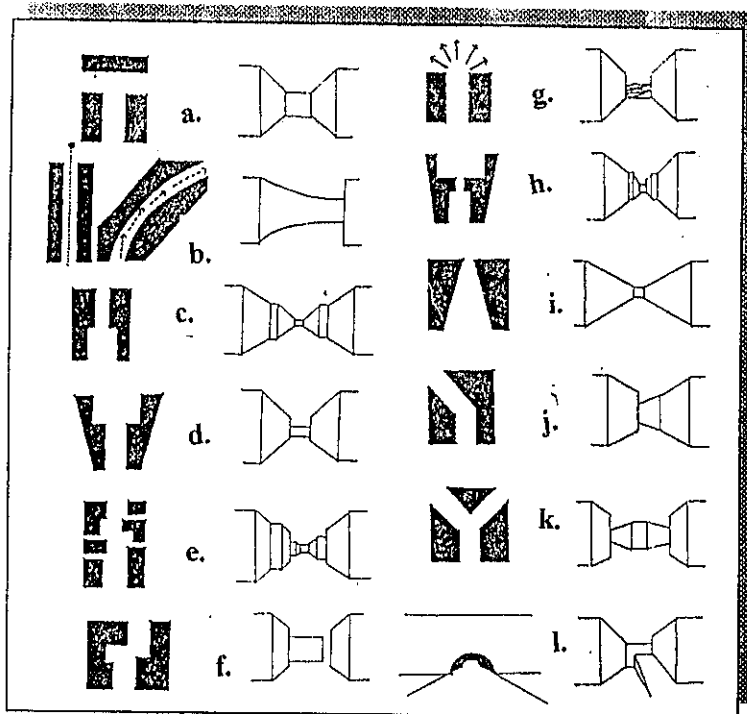
Kualitas visual merupakan atribut kusus yang ditentukan oleh nilai-nilai kultural dan property fisik yang hakiki Smardon (1986). Menurut Krier (1979), yang menentukan karakteristik geometris koridor adalah pola fungsi, sirkulasi dan dinding yang membatasi. Dinding atau pembatas tersebut dapat berupa bangunan, pepohonan atau unsur lain yang membentuk kesan ruang. Selanjutnya dijelaskan bahwa karakter visual suatu kawasan ditunjukkan oleh adanya kualitas fisik yang terbentuk oleh interelasi antar elemen visual dalam lansekap kota, yang terdiri dari:

- a. Dominasi (*domination*), dibentuk oleh satu atau dua elemen yang sangat kontras dan secara visual sangat menonjol.
- b. Keragaman (*diversity*), yang dimaksud disini adalah tingkat keragaman visual.

- c. Kesenambungan (*continuity*) adalah kesinambungan secara visual.
- d. Kepaduan (*intacness*), yaitu integrasi dari tatanan lansekap alam maupun buatan manusia, yang bebas dari gangguan visual.
- e. Kesatuan (*unity*), adalah harmoni secara keseluruhan yang mengacu pada kecocokan atau kesesuaian antar elemen visual.
- f. Sekuens (*sequence*), merupakan tatanan unit-unit visual yang berurutan, menuju arah tertentu (menuju suatu hirarki).
- g. Keunikan (*unique*), yaitu kondisi atau karakter visual yang tidak dijumpai di lingkungan lain.
- h. Keindahan (*vividness*), yaitu suatu penampilan secara kusus mengesankan, dibentuk oleh adanya elemen visual yang menonjol dan menarik.

## 2.1. Tipologi ruang dinamis

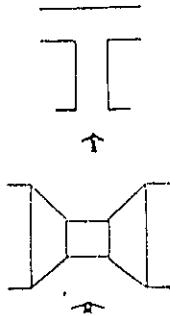

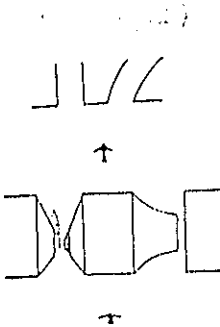
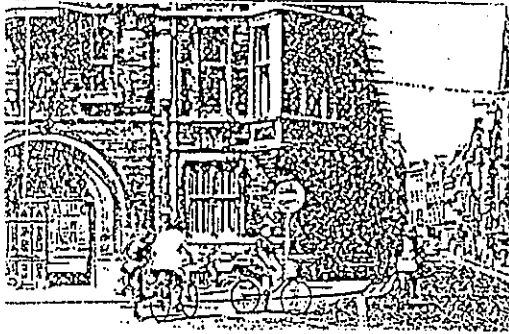
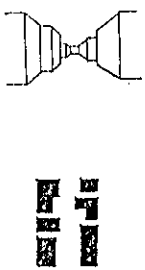
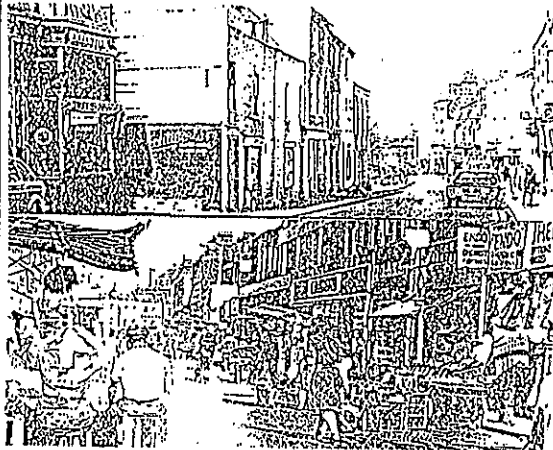
Rob Krier (1979), Zahnd (1999) membagi karakter ruang kota (*urban space*) menurut tipologinya menjadi dua yaitu tipologi ruang statis dan dinamis. Menurut tipologinya, *square* masuk dalam tipologi ruang statis dan *street* adalah tipologi ruang dinamis. Tipologi ruang dapat membentuk karakter suatu tempat, yang pada dasarnya tipologi bentuk suatu tempat tidak selalu sudah jelas karena dapat merupakan campuran antara tipologi ruang statis dan dinamis.



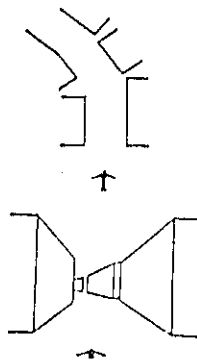

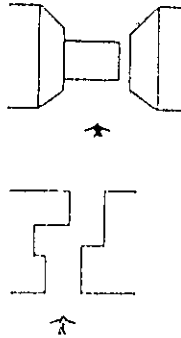

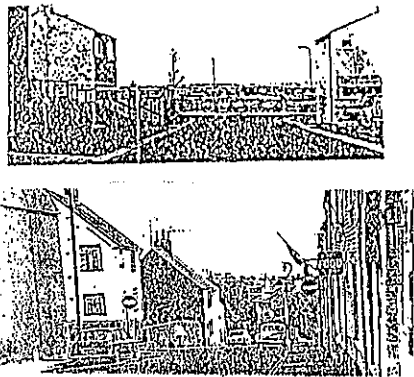
Gambar : 2.4. Tipologi ruang dinamis. Zahnd, (1999:148)

Pada awalnya *street* atau jalan terbentuk oleh adanya penyebaran rumah tinggal, yang merupakan kerangka untuk distribusi dan memberikan akses pada ruang-ruang individu, dengan fungsi utama sebagai ruang sirkulasi dan rekreasi. Suatu jalan atau koridor termasuk dalam tipologi ruang dinamis. Ruang dinamis (yang sering juga disebut sebagai *street* atau jalan), memiliki kaitan tersendiri antara bentuk dan fungsinya, sehingga Spiro Kostof mengatakan bahwa ruang dinamis yang disebut jalan sekaligus merupakan elemen dan institusi perkotaan. Bentuk ruang dinamis sesuai dengan lokasi dan fungsinya di dalam kota, sebagai tempat pergerakan (sirkulasi) dan aktivitas publik.

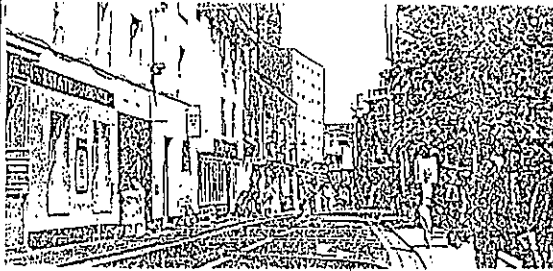
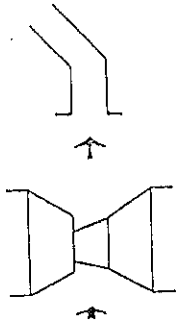

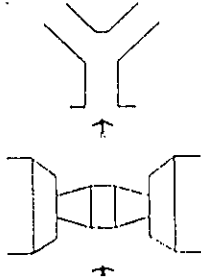

Tabel: 2.1. Penjelasan tipologi ruang dinamis

Tipologi ruang	Visualisasi	Penjelasan
<p data-bbox="277 472 427 506"><i>T-junction</i></p> 	 <p data-bbox="480 875 919 909">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 112-113</p>	<p data-bbox="1050 483 1362 909"><i>T-junction</i> membuat satu penutupan pemandangan yang membantu dalam membuat rasa tempat (<i>sense of place</i>). Penutupan (<i>closure</i>) terjadi secara tiba-tiba atau mendadak, namun ada alternatif rute-rute yang ditunjukkan menuju jurusan berbeda</p>
<p data-bbox="252 913 453 947"><i>Multiple views</i></p> 	 <p data-bbox="480 1317 868 1350">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 114.</p>	<p data-bbox="1050 925 1362 1350">Karena dapat melihat dua tempat sekaligus, <i>multiple view</i> akan memberikan perasaan yang menyenangkan pada pengamat. Hal tersebut juga memungkinkan untuk membandingkan ruang-ruang yang berbeda bentuk dan karakternya secara serentak.</p>
<p data-bbox="256 1355 443 1429"><i>Narrowing</i> (penyempitan)</p> 	 <p data-bbox="480 1872 900 1906">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 118.</p>	<p data-bbox="1050 1366 1362 1872">Permukaan jalan akan memperluas bidang vertikal yang mengisi ruang, sehingga penjorokan keluar garis bangunan memberikan makna penyempitan. <i>Narrowing</i> tidak selalu disebabkan oleh penjorokan garis bangunan, tetapi dapat juga akibat aktivitas seperti pasar tradisional, parkir atau para pejalan kaki (b).</p>

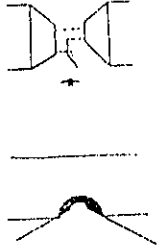
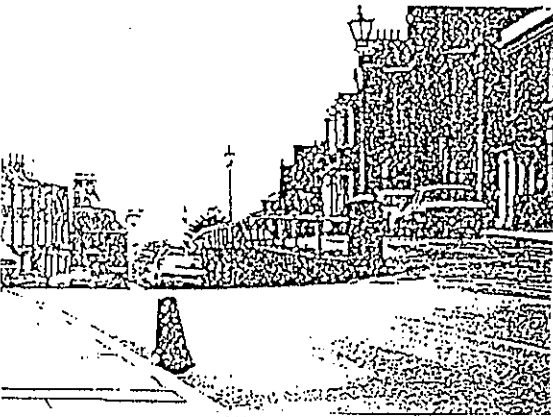
Tabel: 2.1. Lanjutan

Tipologi ruang	Visualisasi	Penjelasan
<p data-bbox="252 461 432 533"><i>Deflection</i> (pembelokan)</p> 	 <p data-bbox="475 902 858 936">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 118</p>	<p data-bbox="1042 477 1362 913">Sebuah struktur yang sumbunya merupakan sebuah sudut ke jurusan atau arah utama suatu rute, dapat muncul untuk membelokkan pengguna ke arah yang baru. Taktik ini dapat juga digunakan pada tingkat perubahan dalam orientasi dari beberapa tingkatan sudut siku-siku.</p>
<p data-bbox="284 936 384 969"><i>Hinting</i></p> 	 <p data-bbox="467 1339 850 1373">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 127</p>	<p data-bbox="1042 947 1362 1350">Gambar di samping merupakan salah satu tampilan figurasi, dimana seseorang dapat memasuki ruang yang tidak hanya ditunjukkan oleh suatu tanda jalan masuk. Bukaan pada sebelah kanan pada gambar tersebut menjadi lebih jelas sbg ruang untuk dilewati</p>
<p data-bbox="292 1368 379 1402"><i>Vistas</i></p>	 <p data-bbox="467 1776 850 1809">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 129.</p>	<p data-bbox="1042 1379 1362 1783">Perubahan secara mendadak, kadang akan lebih menarik dari transisi yang terjadi secara perlahan-lahan (a). Perubahan ini dapat juga terjadi oleh perubahan permukaan tanah untuk memperlihatkan vista yang paling menarik / menguntungkan (b)</p>

Tabel: 2.1. Lanjutan

Tipologi ruang	Visualisasi	Penjelasan
<p><i>Funelling</i> (penyempitan berangsur - angsur)</p>	 <p>Sumber: Mc. Clusky. 1979: 119</p>	<p>Dalam suatu ruang, jika penglihatan dari akhiran lebar ke akhiran sempit, maka suatu jalan akan nampak lebih panjang dari yang sebenarnya. Sebaliknya, jika pandangan dari arah berlawanan maka akan tampak lebih pendek.</p>
<p><i>Angles</i> (sudut)</p> 	 <p>Sumber: Mc. Clusky. 1979: 114</p>	<p>Suatu variasi kesan dapat disampaikan melalui perubahan sudut garis arah jalan (<i>the road alignment</i>). Dengan perubahan sudut kecil masih akan terlihat pemandangan yang jauh pada suatu vista yang akhirnya tertutup oleh bangunan. Pada gambar terlihat sudut melingkar di pusat kota yang berfungsi sbg <i>focal point</i>.</p>
<p><i>Y - junction</i></p> 	 <p>Sumber: Mc. Clusky. 1979: 113</p>	<p><i>Y - junction</i> menunjukkan tawaran yang jelas pada suatu pilihan. Karakter alternatif seringkali berbeda, sehingga menarik perhatian di bagian lain pada lingkungan yang dilihat. <i>Y - junction</i> ini digunakan dalam sebuah variasi yang besar pada skala dan gaya struktur kota.</p>

Tabel: 2.1. Lanjutan

Tipologi ruang	Visualisasi	Penjelasan
<p data-bbox="268 539 432 573"><i>Level change</i></p> 	 <p data-bbox="475 1196 855 1229">Sumber: Mc. Clusky. 1979: 117</p>	<p data-bbox="1042 551 1374 1200">Sebuah gerakan dari arah posisi lebih tinggi (<i>descending</i>) ke arah lebih rendah merupakan peristiwa <i>towncape</i> yang menarik. <i>Descending</i> memiliki beberapa konotasi, yang salah satunya merupakan pergerakan dari suatu posisi yang terbuka (tak terlindungi) menuju ke ruang yang lebih tertutup dan terlindungi. Pada gambar terlihat dinding yang mengisi koridor berbelok-belok memperkuat kesan penurunan.</p>

## 2.2. Aktivitas Komersial

Aktivitas secara umum dibedakan menjadi dua yaitu aktivitas di dalam dan luar bangunan. (Mulyani, 1996). Aktivitas dan perkembangan kota mempunyai pengaruh terhadap lingkungan fisik. Makin maju perekonomian suatu kota akan banyak infrastruktur dibangun, sehingga berpengaruh terhadap bentuk fisik dan visual kota, yang terbentuk oleh fasilitas-fasilitas ekonomi kota. Venturi dalam Frey (1999) menyebutkan bahwa kota saat ini terbentuk bukan hanya oleh *way of life*, tetapi juga

komunikasi dan teknologi transportasi serta kekuatan pasar. Semuanya ikut bertanggung jawab terhadap karakteristik dan arsitektur kota. *Today the city is more than over shaped by economic forces*, kekuatan pasar/ ekonomi turut menentukan bentuk kota.

Aktivitas komersial akan memperkuat ruang-ruang umum kota, karena saling melengkapi satu sama lain. Bentuk lokasi dan karakter koridor komersial akan menarik fungsi-fungsi dan aktifitas yang khas. Sebaliknya suatu aktivitas cenderung dilokasikan pada tempat yang paling mampu menyesuaikan keperluan-keperluannya. Saling ketergantungan antara ruang dan fungsi merupakan elemen penting dalam *urban design*. Untuk mendukung aktivitas bukan hanya menyediakan plaza, dan jalan pedestrian saja, tetapi juga mempertimbangkan elemen fungsional kota yang membangkitkan aktivitas.

### **2.3. Sirkulasi dan parkir (*Circulation and parking*)**

Koridor sebagai ruang pergerakan (sirkulasi) dan parkir memiliki dua pengaruh langsung pada kualitas lingkungan, yaitu: kelangsungan aktivitas komersial dan pengaruh visual yang kuat terhadap struktur dan bentuk fisik kota. Elemen sirkulasi *urban design* merupakan salah satu peralatan yang bermanfaat dalam

menyusun lingkungan kota, karena dapat membentuk, mengarahkan dan mengontrol pola-pola aktivitas dan pengembangan suatu kota. (Shirvani, 1985).

Selain itu moda transportasi dan kecepatan merupakan pertimbangan utama suatu koridor, terutama dari aspek keselamatan dan kenyamanan, karena akan berpengaruh terhadap dimensi dan lokasi *signage* (Ashihara, 1983). Jalan pedestrian merupakan elemen pendukung bagi kenyamanan aktivitas dan kehidupan ruang-ruang kota. Jarak tempuh pejalan kaki menurut Unterman (1984) masih dianggap menyenangkan sampai dengan jarak 500 yard (455m). Sedangkan menurut Charlthop dalam Child (1999) kenyamanan berjalan kaki masih dapat dirasakan sampai jarak 600m, meskipun untuk orang berbelanja dapat berjalan sampai 2jam dengan jarak sampai 2 mil tanpa disadari sepenuhnya oleh pelaku.

#### **2.4. Fasade bangunan.**

Bentukan-bentukan yang berada di tepi (sisi) ruang jalan sangat menentukan karakteristik koridor. Permukaan koridor akan bekerjasama dengan elemen lingkungan kota lain (bangunan, tanaman, kontur tanah) untuk membentuk ruang koridor Cluskey (1979). Fasade (bagian muka) bangunan merupakan aspek yang berkaitan erat dengan wajah koridor, terutama dari segi estetikanya. Dalam fasade bangunan terkandung suatu *face* (wajah), yang merupakan salah satu elemen visual lansekap. Seperti diungkapkan oleh Campbell, bahwa wajah sebagai salah satu

elemen lansekap berada dalam suatu fasade bangunan, baik berdiri sendiri maupun kombinasi dengan bangunan lain (Jackle, 1987). Selanjutnya dikatakan bahwa kebanyakan vista merangsang secara tidak langsung pemandangan dari suatu fasade, dan pengamat cenderung berhadapan dengan fasade, hanya dengan membatasi dan menyimpangkan vista atau dalam *enclosure* (keterlingkupan).

Penampilan suatu fasade, tentunya sangat dipengaruhi oleh gaya bangunan yang menyangkut ornamen, tekstur, ukuran dan bentuk jendela/ pintu dan sebagainya. Sedangkan gaya bangunan dipengaruhi oleh aspek budaya setempat yang selalu berbeda dari masa ke masa. Namun demikian dalam kenyataan saat ini fasade bangunan tidak dapat mencerminkan budaya setempat karena kondisi ekonomi, kemampuan pembangunan dan teknologi lebih dominan.

## **2.5. Topografi**

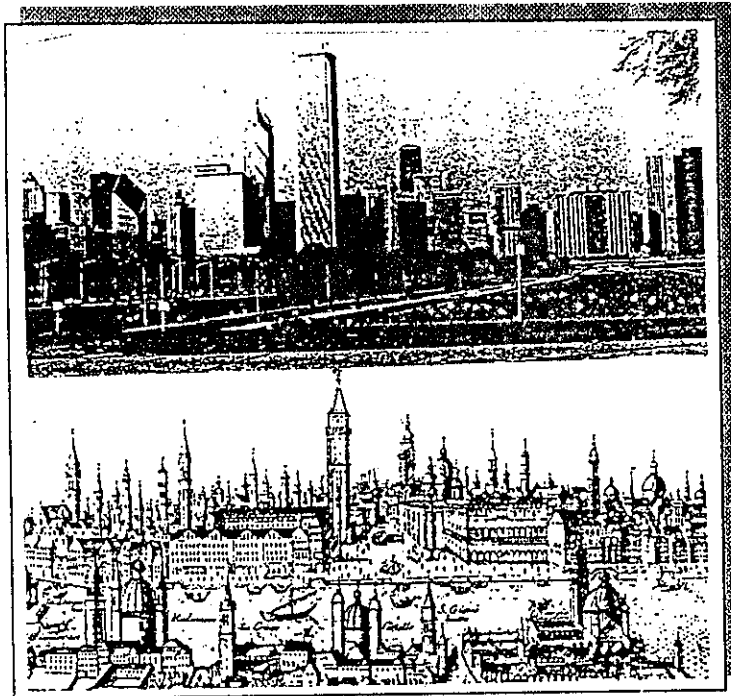
Topografi berperan dalam menentukan tampilan kota secara fisik dan visual, dalam suatu kota atau kawasan. Masing-masing elemen berpengaruh sangat kuat pada pengamat, sehubungan pengalamannya terhadap kualitas visual. Kondisi topografi suatu kawasan secara langsung akan berpengaruh pada kondisi topografi, hidrologi, geologi dan klimatologinya. Topografi, berkaitan dengan bentuk fisik visual kota, dalam pembentukan *skyline* (garis cakrawala). Pada topografi datar tidak memberikan

pengaruh besar terhadap kondisi visual kota. Sedang topografi berkontur, akan memberikan pengaruh besar terhadap visualnya.

## 2.6. *Skyline* (garis langit)

*Skyline* adalah suatu garis pertemuan dimana tanah dengan langit bertemu (Moughtin *et al.* 1995). Sebagai tanda-tanda kota, *skyline* dapat menunjukkan bentuk topografi suatu wilayah kota, yaitu pada suatu lembah atau bukit. Dikemukakan oleh Hedman (1984), *skyline* seperti halnya tulisan tangan, akan menyampaikan informasi yang sangat berarti mengenai kondisi alamnya. Hal-hal yang dapat dilihat dan diperoleh selama perjalanan, ditentukan oleh bentuk dasar permukaan tanah, skala dan pola pembangunan.

Senada dengan hal tersebut Shirvani dalam bukunya *Urban Design Process* mengatakan bahwa *skyline* suatu kota tergantung pada bentuk dan massa bangunan, *setback*, ketinggian bangunan dan topografi. Setiap kota memiliki vista-vista yang sangat baik, terjadi di dalam, ataupun menuju keluar kota. Kadang-kadang vista tersebut sangat sederhana, tetapi masih sangat penting dalam memberikan karakter terhadap kota. Spreiregen (1979) menambahkan, *skyline* kota merupakan penyajian secara fisik dari kenyataan-kenyataan kehidupan kota dan merupakan karya seni potensiil, karenan *skyline* merupakan vista-vista bersama. Kadang vista merupakan gejala (*phenomena*) visual yang melingkupi sejumlah maksimum dari bentuk kota.



Gambar: 2. 5. *Chicago skyline* dan *Medieval skyline* (Moughtin *et al.* 1995:71).

## D. Tinjauan Estetika

### 1. Pengertian

Keindahan (estetika) dalam arsitektur menurut Ishar (1993) adalah nilai-nilai yang menyenangkan mata, pikiran dan telinga. Karena arsitektur adalah seni visual, maka syarat keindahannya menjadi: nilai-nilai yang menyenangkan mata dan pikiran, yaitu nilai-nilai bentuk dan ekspresi yang menyenangkan. Keindahan bentuk lebih

banyak berbicara mengenai sesuatu yang lebih nyata, oleh sebab itu dapat diukur atau dihitung. Kebutuhan akan keindahan (*aesthetics needs*), merupakan kebutuhan utama manusia, sebagaimana kebutuhan kita akan udara segar (Spreiregen, 1978, Lang, 1995).

Sedang Hubert (dalam Ishar 1993) merumuskan bahwa keindahan sebagai hubungan harmonis yang dirasakan dari semua elemen yang diamati. Hubungan ini dapat diterapkan dalam hubungan kota dengan alam, atau hubungan antara bagian-bagian kota dan kehidupan sehari-hari, karena kualitas hidup penghuni sebuah kota sebagian besar ditentukan oleh bentuk kota (*the form of the cities*). Dengan mengacu pada kebutuhan manusia menurut Abraham Maslow (1954), di dalam kota terdapat juga tingkatan-tingkatan kebutuhan (Frey, 1999).

Ada tiga kategori estetika (*aesthetics*) Lang (1995), dan Porteous (1996), yaitu:

- a. *Sensory aesthetics*, suatu keindahan yang berkaitan dengan sensasi menyenangkan dalam lingkungan, meliputi suara, warna, tekstur, dan bau.
- b. *Formal aesthetics*, keindahan yang memperhatikan apresiasi dari bentuk, ritme, kompleksitas dan hal-hal yang berkaitan dengan sekuens visual. Dalam menilai suatu karya arsitektur lebih banyak berbicara mengenai *formal aestheic*.
- c. *Symbolic aesthetics*, meliputi apresiasi *meaning* dari suatu lingkungan, yang membuat perasaan nyaman.

## 2. Faktor-faktor Estetika

Elemen-elemen untuk menganalisa kualitas estetis *urban design* menurut (Moughtin, 1992. dan Moughtin, *et al.* 1995) terdiri dari keterpaduan, keseimbangan, proporsi, skala, kontras dan harmoni, serta ritme. Estetika suatu kota dapat tercipta jika elemen-elemen kotanya memiliki unsur-unsur tersebut (Ishar 1992).

### 2.1. Keterpaduan (*unity*)

Dalam bahasa Indonesia *unity* berarti kesatuan atau keterpaduan yang berarti tersusunnya beberapa unsur menjadi satu kesatuan yang kompak, utuh dan serasi (Ishar, 1992). Seperti dalam bahasa lisan, dalam arsitektur juga dikenal *vocabulary* dan *grammar*. Pola bahasa arsitektur termasuk dalam bahasa visual kota, yang pada prinsipnya *language of town* sangat banyak macamnya. Untuk mencapainya diperlukan suatu komposisi yang menyatukan bentuk satu dengan lainnya dengan mempertimbangkan fungsi bangunan. (Moughtin, 1992).

*Unity* menciptakan kesatuan secara visual dari tiap-tiap komponen kota dari elemen yang berbeda, sehingga membuat hal-hal yang kurang menyatu ke dalam organisasi visual terpadu (Moughtin 1992, dan Moughtin, *et al.* 1995). Hal penting dalam karakteristik *unity* adalah proporsi dari tiap-tiap elemen yang membentuk

komposisi. Gibberd dalam Moughtin (1992) menyatakan bahwa jalan bukanlah muka bangunan, tetapi ruang yang dibentuk oleh bangunan-bangunan yang membentuk *street picture*. Oleh sebab itu tampak luar bangunan individu sangat penting dalam membentuk keseluruhan *townscape*.

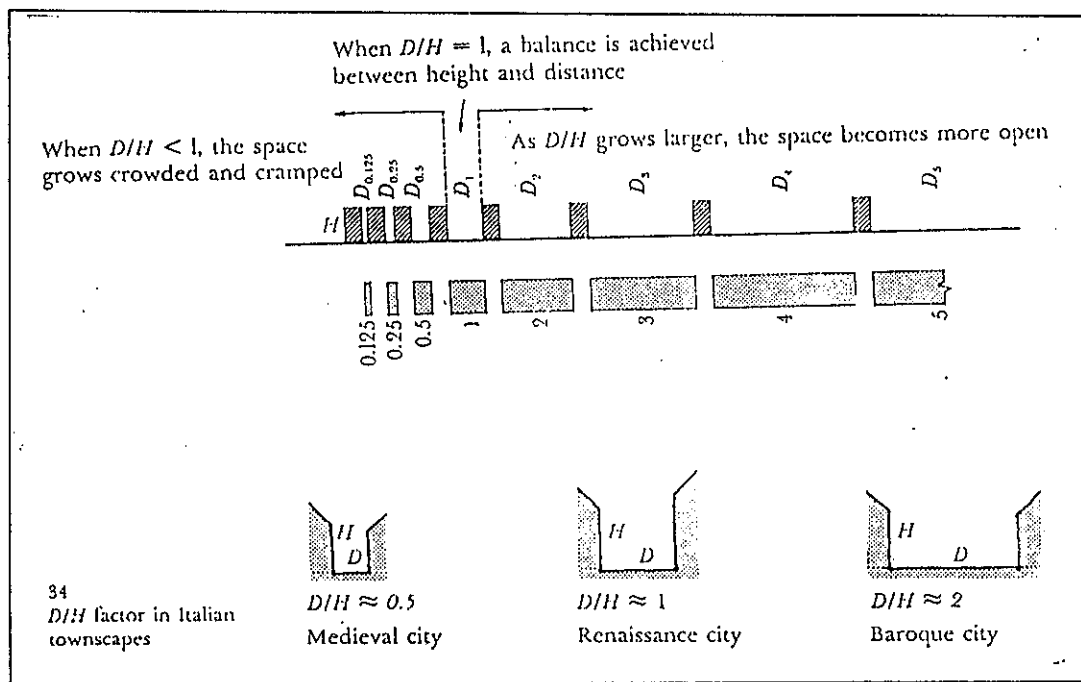
## 2.2. Proporsi (*Proportion*)

Proporsi merupakan suatu perbandingan kuantitatif dari dimensi-dimensi yang menghasilkan hubungan dan kesan visual yang konsisten berdasarkan keseimbangan rasio, yaitu suatu kualitas permanen dari rasio ke rasio lainnya (Ching, 1991). Dalam *urban design* proporsi adalah hubungan antara elemen-elemen dan bangunan-bangunan secara keseluruhan menjadi hubungan menyatu secara visual (Moughtin, 1992 dan Moughtin *et al.* 1995). Bangunan dikatakan memiliki bentuk proporsional jika dilihat dari jarak sudut pandang pengamat memenuhi persyaratan tertentu.

Aspek penting *townscape* diperoleh melalui komposisi dengan membandingkan antara lebar jalan (D) dengan ketinggian bangunan (H). Perbandingan ini telah ditemui baik di jalan-jalan *Medieval city*, *Baroque city* maupun *Renaissance city* (Ashihara, 1983). Dengan membandingkan antara D/H akan diperoleh proporsi sebagai berikut:

- a.  $D/H = 1$ , terjadi proporsi seimbang antara ketinggian bangunan dan lebar jalan.
- b.  $D/H < 1$ , ruang intim, berkesan sempit dan terasa tertekan.

- c.  $D/H > 1$ , ruang berkesan terbuka. Semakin besar hasil perbandingan  $D/H$  maka kesan ruang semakin terbuka.
- d.  $D/H = 1, 2$ , atau 3 sangat umum di dalam ruang kota.
- e.  $D/H > 4$ , pengaruh ruang sudah tidak terasa.



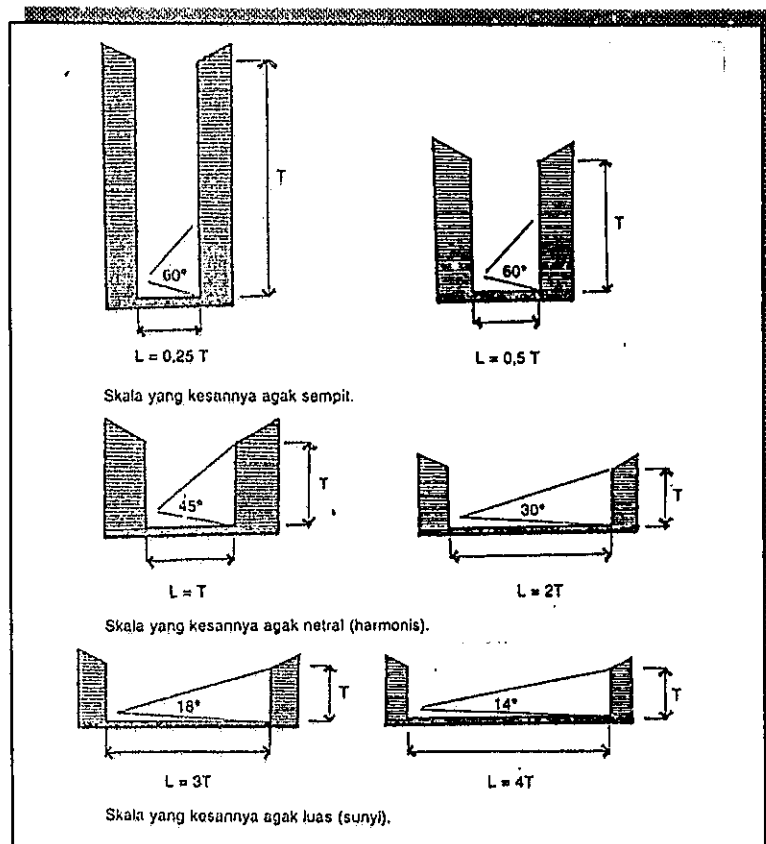
Gambar: 2. 6. Hubungan jarak dengan ketinggian bangunan ( $D/H$ ) di dalam arsitektur Ashihara, 1983:33).

### 2.3. Skala (*scale*)

Produk arsitektur merupakan tempat atau ruang yang selalu berhubungan dengan manusia. Oleh sebab itu skala dalam arsitektur harus selalu menunjukkan

perbandingan antara elemen bangunan atau ruang dengan elemen tertentu yang ukurannya sesuai dengan kebutuhan manusia. Menurut Ching (1991) skala adalah suatu perbandingan tertentu yang digunakan untuk menetapkan ukuran dan dimensi-dimensinya. Dimensi adalah manifestasi dari ukuran secara matematis dari bentuk bangunan, sedangkan skala memiliki arti perbandingan besarnya unsur suatu bangunan secara relatif terhadap bentuk-bentuk lainnya. Pada ruang-ruang yang masih dapat dijangkau manusia, dapat langsung dikaitkan dengan ukuran manusia, tetapi pada ruang-ruang di luar jangkauan penentuan skala harus didasarkan pada pengamatan visual dengan membandingkan elemen yang berhubungan dengan manusia (Budihardjo, dan Sujarto 1998).

Walaupun kesan sebuah tempat tergantung pada banyak faktor, dapat dikatakan secara umum bahwa skala, yaitu hubungan antara lebar/ panjang, dan tinggi ruang dari suatu tempat memberikan kesan yang bersifat agak umum pada orang yang bergerak di dalamnya. Gambar di atas memberikan suatu standar secara umum yang sudah diakui: kapan tempat berkesan sempit, netral atau harmonis, serta kapan dirasakan luas atau sunyi. Dalam hal ini perlu diperhatikan juga bahwa ukuran suatu ruang dari dua tempat akan sangat berbeda, walaupun skalanya tepat sama. (Zahnd, 1999).



Gambar: 2. 7. Skala perkotaan. Dengan memperhatikan pembatas *place* secara vertikal (Zahnd, 1999:150)

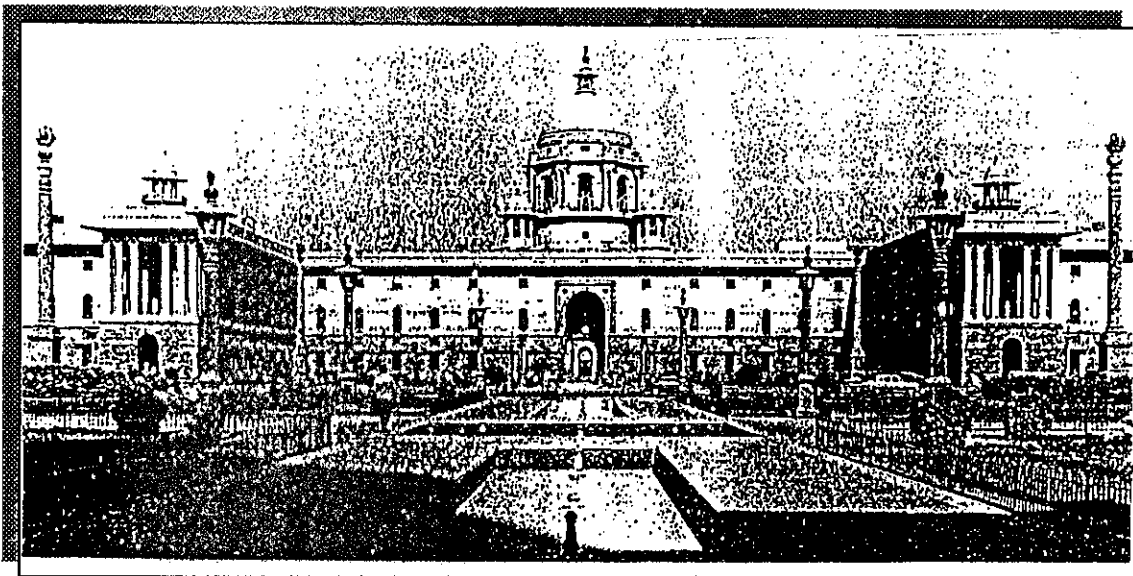
Selain itu Ashihara (1974), Spreiregen (1978) dan Hakim (1987) menjelaskan skala melalui sudut pandangan mata sebagai berikut:

- Jika orang melihat lurus ke depan maka bidang pandangan vertikal di atas bidang pandangan horisontal dengan sudut  $40^\circ$ , atau  $2/3$  seluruh pandangan mata.
- Orang dapat melihat seluruh bangunan dengan sudut pandang  $27^\circ$ , atau  $D/H = 2$ .
- Orang akan melihat sekelompok bangunan sekaligus dengan sudut pandang mata  $18^\circ$ , ini terjadi jika  $D/H = 3$ .

- d. Bangunan akan dilihat sebagai pembatas ke depan saja, jika sudut pandang  $7^\circ$ , atau  $D/H > 4$ .

#### 2.4. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan merupakan suatu nilai, ada pada setiap obyek yang daya tarik visualnya di kedua sisi pusat keseimbangan atau pusat daya tarik adalah keseimbangan. Pusat keseimbangan ini adalah titik istirahat mata, titik perhentian mata yang menghilangkan kekacauan dan keresahan. Manusia secara naluri mencari pusat keseimbangan dan berjalan ke arah itu. Pentingnya keseimbangan karena mempunyai daya untuk menunjuk arah gerak manusia.



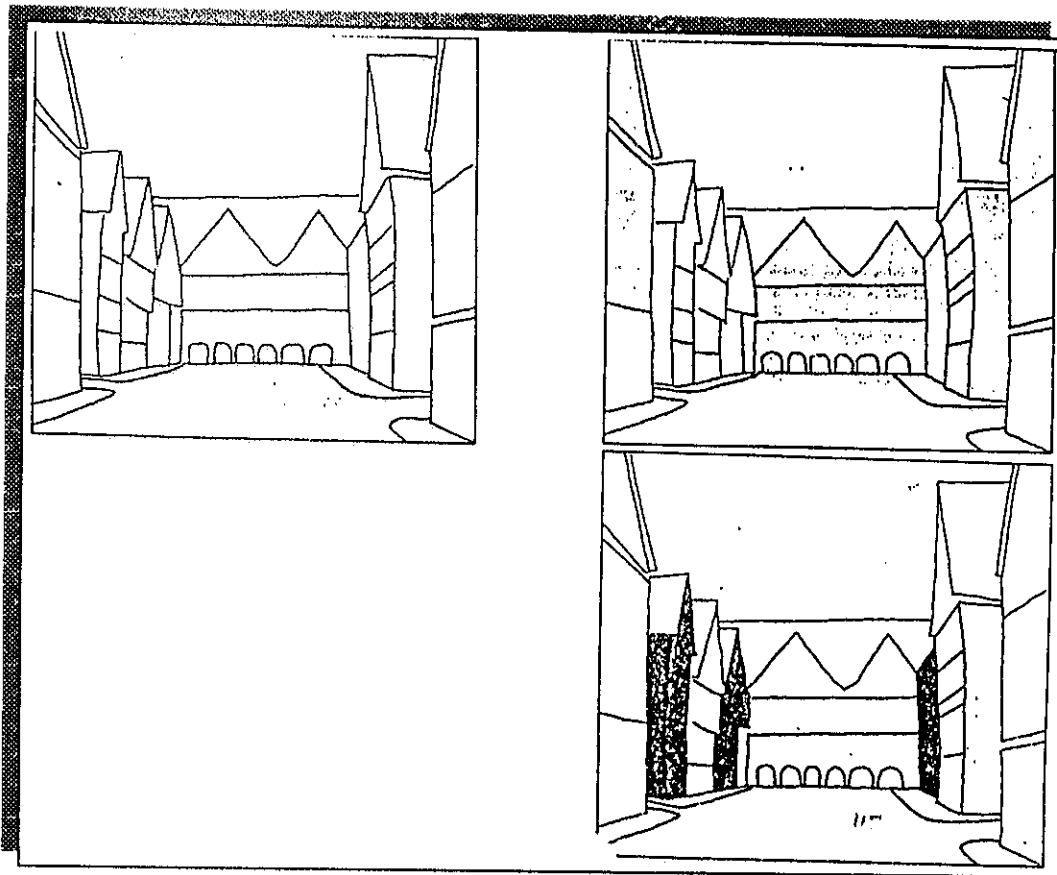
Gambar: 2. 8. *Balance* dicapai dengan *formal simetry*. *The Rajpath* New Delhi India (Moughtin, *et al.*, 1995:22).

## 2.5. Ritme (*Rhythm*)

Ritme atau irama dalam seni visual ialah pengulangan ciri secara sistematis dari unsur-unsur yang mempunyai hubungan yang dikenal (Ishar, 1992). Ritme ini digunakan untuk menghilangkan kesan monoton, sehingga tidak menjemukan. Ritme di dalam *urban design* diperoleh dengan membuat komposisi yang serasi dengan memberi penekanan, interval atau jarak, dan arah tertentu dari elemen-elemen pembentuk ruang kota (Moughtin, *et al.* 1995).

## 2.6. Warna (*color*)

Warna dapat menimbulkan kesan tertentu pada suatu bangunan atau kawasan (Porter, 1982). Meskipun bukan merupakan unsur utama dalam membentuk kualitas estetika *townscape* tetapi warna berperan cukup penting karena pengaruhnya cukup kuat. Hal ini disebabkan oleh karena tiap-tiap individu pemilik bangunan memiliki cita rasa tersendiri terhadap warna. Hal tersebut mestinya menjadi pertimbangan para *designer*, sebelum merancang bangunan dalam suatu kawasan. Frank Orr (1995) menjelaskan bahwa warna terang dan gelap, dapat membuat suatu permukaan tampak maju atau mundur, dapat memperkuat perhubungan kedominanan dan subordinasi. Selain itu warna memberikan pengaruh terhadap kesan skala, menciptakan keseimbangan dan irama tertentu Ishar (1992).



Gambar: 2.9. Skema warna memberikan penegasan pada ruang-ruang jalan (Moughtin, et al. 1995:143).

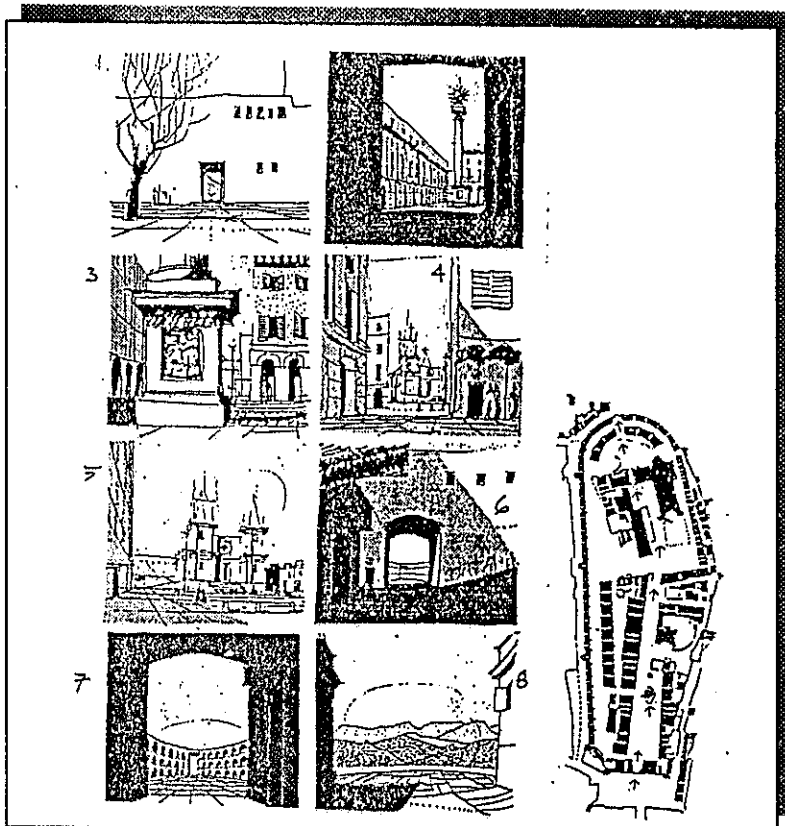
Ada dua cara pemakaian warna dalam *urban design*, untuk menggambarkan *hue* dari pelangi warna, (merah, kuning, biru dan sebagainya), dan yang lebih populer dengan pemakaian warna hitam, putih dan abu-abu. Dalam *urban design* terdapat bermacam-macam kualitas warna dari kota ke kota atau kawasan ke kawasan lain dan dari waktu ke waktu. Warna-warna terang akan memberikan kesan ruang lebih luas, sedang warna gelap memberikan kesan sempit atau berat (Moughtin et al. 1995).

Masih menurut Moughtin, ada empat perbedaan skala warna di dalam kota:

- a. skala dari kota atau kawasan kota;
- b. skala jalan atau *square*, dimana warna dapat memberikan karakteristik atau mempengaruhi bangunan di sekelilingnya;
- c. skala dari masing-masing bangunan individu;
- d. skala dari detail bangunan seperti jendela, pintu atau elemen dekorasi lainnya.

### **3. *Serial Vision* (Pandangan ber-seri)**

Fenomena psikologis berkaitan dengan penampilan fisik yang dapat menimbulkan rasa emosi tertentu. Sedang fenomena fisik berkaitan dengan penataan dan pengaturan lingkungan serta korelasi visual. Dalam menanggapi korelasi visual tersebut Cullen (1962) menyebutkan bahwa korelasi visual yang baik akan memberikan kepuasan estetis tertentu. Kualitas estetis tersebut diperoleh melalui pemandangan secara menyeluruh berupa *serial vision*. Dalam melihat sistem visual kawasan menurut Cullen dalam Zahnd (1999), ada tiga aspek yang harus diperhatikan, yaitu: orientasi (*orientation*), tempat (*place*), dan isi (*content*).



Gambar 2.10 *Serial Vision*. Gordon Cullen (1962: 17)

*Serial vision* di atas mengungkapakan:

1. Sebuah misteri yang memenuhi rasa ingin tahu, merupakan sebuah pertunjukan drama dari bentuk-bentuk geometri.
2. Gerbang lintasan sebagai pemisah pemandangan pada dua bagian, yaitu dimana jalan berada dan daerah dibalik gerbang.
3. Perubahan kesan dari kelompok-kelompok massa kompak, celah ruang serta bentuk vertikal yang tiba-tiba muncul di depannya akan berpengaruh secara keseluruhan.

4. Perbedaan tinggi muka tanah dan tirai penghalang. Pemandangan yang belakang merupakan pembesaran dari pemandangan sebelumnya.

### 3.1. Orientasi (*Orientation*)

Sebuah kota atau bagian kota tidak dapat dilihat dalam satu titik saja, tetapi melalui proses pengamatan di dalam gerakan. Cullen memakai istilah *optics* dalam proses tersebut, yang dibedakan menjadi dua kelompok yaitu:

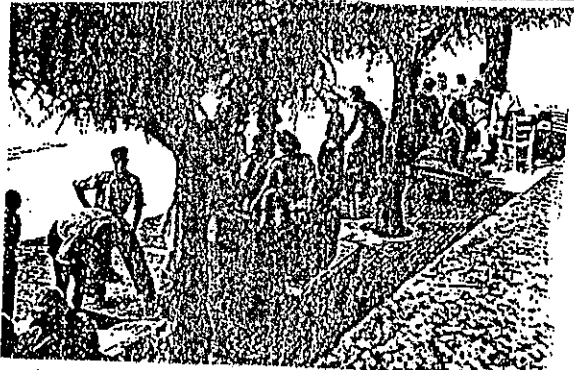
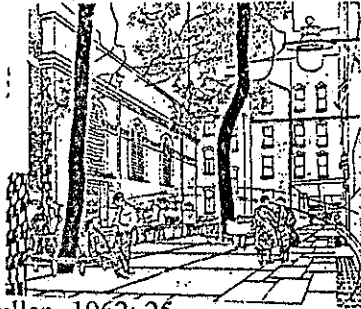
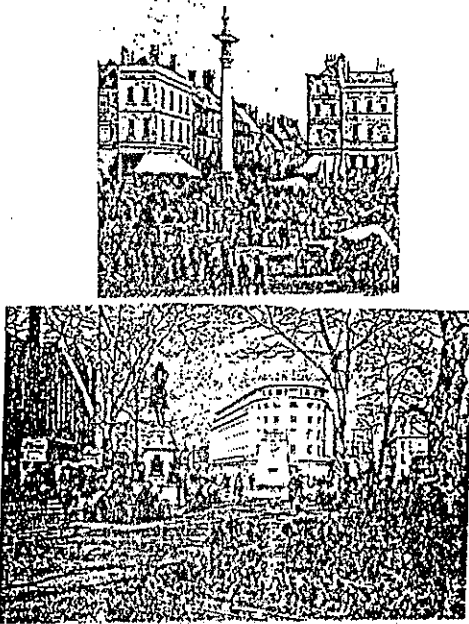
- a. pandangan yang ada (*existing view*), terfokus pada satu daerah saja, dan
- b. pandangan yang timbul (*emerging view*), fokusnya pada kaitan antara satu daerah dengan daerah yang lain.

Biasanya orang melakukan hal tersebut tanpa pengetahuan atau perhatian kusus, dan mereka melihat tanpa sadar apa yang ada dan terjadi secara visual, jika bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Namun dalam ketidak sadarannya orang selalu menerima berbagai informasi dari lingkungan yang akan mempengaruhi keadaannya, baik melalui faktor sosial maupun arsitektural. (Zahnd, 1999)

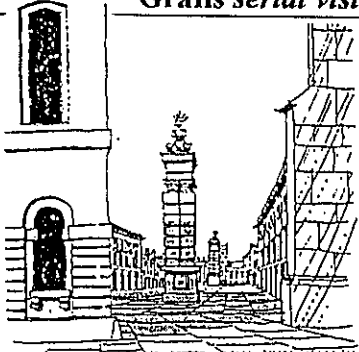
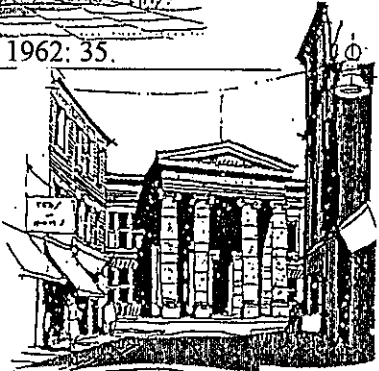
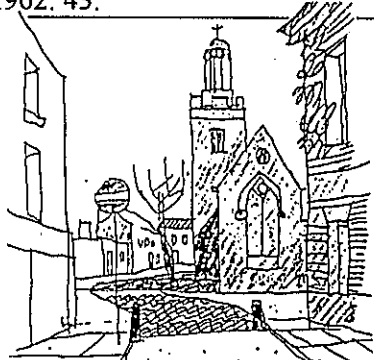

### 3.2. Posisi (*Position*)

Cullen (1962) mengilustrasikan bahwa orang selalu membutuhkan perasaan terhadap posisinya dalam suatu lingkungan, dimana dia berada, baik secara sadar maupun tidak sadar. Akan tetapi dalam aspek ini perasaan orang terhadap identitas tempat tersebut selalu mempunyai dua sisi, yaitu: **saya disini, bukan disana**. Ungkapan tersebut penting sekali bagi perasaan orang, karena tanpa kepekaan terhadap **disana** tidak muncul kepekaan terhadap **disini** dan sebaliknya. Antara **disini** dan **disana** dalam *urban design* tergantung pada cara pemisahan atau perhubungannya. Masih menurut Cullen, perasaan terhadap posisi orang sangat tergantung pada dua faktor, yaitu, pada tingkat batasnya (*enclosure*) dan tingkat perlindungan (*exposure*). Dengan adanya perasaan posisi ini maka orang akan dapat merasakan mereka berada di pinggir, di dalam atau di luar dari suatu kawasan kota. (Zahnd, 1999). Berikut ini adalah sebagian dari kategori posisi.

Tabel: 2.2. Penjelasan *serial vision position* (posisi)

Grafis <i>serial vision</i>	Penjelasan
 <p data-bbox="233 819 547 853">Sumber: Cullen. 1962: 25.</p>	<p data-bbox="887 495 1129 528"><b><i>Occupied territory</i></b></p> <p data-bbox="887 566 1347 824">Bayangan, tempat berlindung, orang bercakap-cakap, atau aktivitas biasanya menjadi daerah pemilikan atau penguasaan, yang akan menimbulkan satu <i>image</i> tersendiri pada satu kota. (Cullen, 1962: 23)</p>
 <p data-bbox="233 1155 547 1189">Sumber: Cullen. 1962: 25.</p>	<p data-bbox="887 864 1018 898"><b><i>Enclosure</i></b></p> <p data-bbox="887 936 1347 1189"><i>Enclosure</i> adalah pola dasar lingkungan selain suara dan komunikasi yang tidak membentuk ruang. Di dalam ruang seperti pada alun-alun atau <i>courtyard</i>, pada <i>enclosure</i> akan tersakan suatu skala manusia. (Cullen, 1962: 25)</p>
 <p data-bbox="233 1827 547 1861">Sumber: Cullen. 1962: 26.</p>	<p data-bbox="887 1234 1050 1267"><b><i>Focal point.</i></b></p> <p data-bbox="887 1305 1347 1637">Merupakan titik tangkap pandangan mata pada satu lingkungan atau kawasan. Pada sekumpulan bangunan yang membentuk ruang <i>enclosure</i>, unsur vertikal menjadi <i>focal point</i>. Pada suatu kawasan kota bangunan tuju vertikal akan mengkrystal menjadi titik tangkap lingkungan.</p>

Tabe: 2.2. Lanjutan

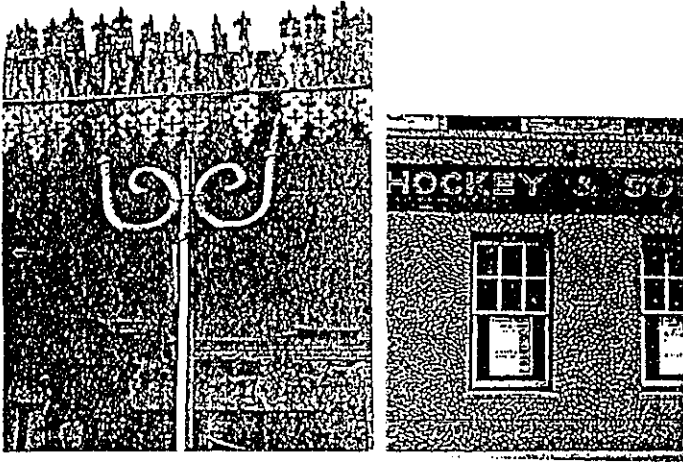

Grafis serial vision	Penjelasan
 <p data-bbox="236 734 547 768">Sumber: Cullen, 1962: 35.</p>	<p data-bbox="890 443 1086 477"><i>Here and there</i></p> <p data-bbox="890 517 1342 734">Visualisasi dari <i>Hawksmoor's for Cambridge</i>, sepanjang <i>Trinity street</i>. Dari sini dapat melihat dengan jelas ke tempat bangunan lain yang ditandai oleh adanya dua monumen. (Cullen, 1962: 35).</p>
 <p data-bbox="236 1070 547 1104">Sumber: Cullen, 1962: 43.</p>	<p data-bbox="890 813 1026 846"><i>Deflection</i></p> <p data-bbox="890 887 1337 1070">Merupakan variasi dari <i>closed vista</i>, dimana dapat belokan dengan sudut yang benar sehingga menimbulkan kesan bangunan di sudut jalan seperti satu kesatuan.</p>
 <p data-bbox="236 1451 547 1485">Sumber: Cullen, 1962: 45</p>	<p data-bbox="890 1126 1058 1160"><i>Punctuation.</i></p> <p data-bbox="890 1189 1353 1473">Bila vista diumpamakan sebagai kalimat sempurna dengan subyek dan predikat, <i>punctuation</i> adalah penandaan dari ungkapan tersebut. Pada jalan menerus akan terjadi pola perubahan fungsi dari tiap tempat yang harus dikenal lewat tanda-tanda.</p>
 <p data-bbox="236 1809 579 1843">Sumber: Cullen, 1962: 45.</p>	<p data-bbox="890 1496 1058 1529"><i>Fluctuation</i></p> <p data-bbox="890 1559 1337 1809">Untuk menciptakan ruang pergerakan tidak harus membangun jalan-jalan, karena tipikal kota tidak berdasar pada pola jalannya, tetapi oleh bangunan yang membentuk <i>space</i> tersebut. (Cullen, 1962: 45).</p>

### 3.3. Isi (*Content*)

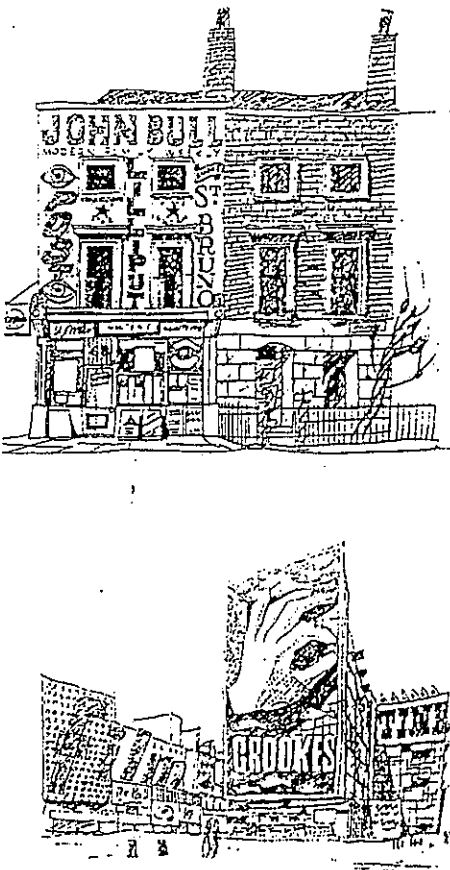
Perasaan orang terhadap satu tempat juga dipengaruhi oleh apa yang ada. Dalam aspek ini perasaan terhadap identitas mempunyai dua segi, yaitu: **Ini adalah ini, bukan itu!**. Artinya tanpa kepekaan terhadap **ini** maka tidak muncul kepekaan terhadap **itu** dan sebaliknya. Orang membedakan dan menghubungkan bahan-bahan melalui rupa, warna, pola, sifat, skalanya dan lain-lain. Sedangkan perasaan orang terhadap suatu tempat tergantung dari dua faktor, yaitu konformitas (*conformity*) dan pada tingkat kreativitas (*creativity*). Hal ini dapat diartikan jika suatu tempat diwujudkan dengan cara yang sama, akibatnya timbul rasa **bosan**. Namun jika perwujudannya dengan cara yang sangat berbeda maka timbul **kekacauan**. (Zahnd 1999).

Masih menurut Zahnd, tugas membangun di kawasan perkotaan adalah mencari titik temu diantara kedua polarisasi atau pertentangan itu. Artinya dalam mencari kerangka sebuah tata kota (*network of urban fabric*) harus menjadi konformitas, dimana kreativitas justru mempunyai arti. Tetapi dalam realitas kota hal tersebut sering kurang diperhatikan dengan baik, sehingga menimbulkan dampak negatif baik bagi lingkungan maupun bangunannya. Aspek yang termasuk dalam *content* antara lain *seeing in detail*, *trees in value centre* dan *publicity*.

Tabel: 2.3. Penjelasan *serial vision, content* (isi)

Grafis <i>serial vision</i>	Penjelasan
 <p data-bbox="236 1171 544 1205">Sumber: Cullen. 1962: 63</p>	<p data-bbox="943 506 1150 539"><i>Seeing in detail</i></p> <p data-bbox="935 584 1329 943">Dengan memperhatikan detail, orang akan dapat menilai kualitas dari elemen tersebut. Peningkatan kualitas detail tersebut dapat dicapai dengan memberikan pengecatan (warna) secara hati-hati dan benar. Bentuk dinding bertekstur akan menampakkan kesan bangunan lebih hidup.</p>
 <p data-bbox="236 1709 544 1742">Sumber: Cullen. 1962: 83.</p>	<p data-bbox="943 1279 1214 1312"><i>Trees in value center</i></p> <p data-bbox="935 1357 1329 1715">Gambar di atas adalah contoh dekorasi eksterior. Suatu tanaman yang diletakkan di pusat hunian yang menggambarkan dekorasi suatu vas bunga di meja di ruang duduk. Sedangkan fungsinya sama yaitu membuat kesegaran pada struktur permanen.</p>

Tabel: 2.3. Lanjutan

Grafis <i>serial vision</i>	Penjelasan
 <p data-bbox="247 1462 518 1496">Sumber: Cullen. 1962:</p>	<p data-bbox="938 495 1061 528"><i>Publicity</i></p> <p data-bbox="938 566 1331 1473"><i>Publicity</i> muncul karena dua alasan yaitu sopan santun dan sebagai perantara dalam satu kehidupan kota. Pada orang yang berpendapat bahwa arsitektur merupakan suatu hal yang murni maka gambar di atas merupakan hal yang sangat bertentangan. Tetapi pada kenyataan saat ini hal tersebut sudah dapat diterima, jadi orang akan hidup di rumah-rumah yang penuh dengan tulisan dan advertensi. Tetapi pada malam hari orang akan mengecam perkembangan kegiatan malam hari (gb. b), dimana <i>Piccadily circus</i>, <i>Time square</i> membentuk suatu drama aliran <i>surrealist</i> yang membuat kemeriahan di malam/ senja hari. Sedang dari dunia arsitektur sangat dilematis.</p>

## E. Rangkuman

### 1. Batasan pengertian

- *Urban design* adalah bagian dari proses perencanaan dengan penekanan pada penataan fisik lingkungan dan ruang kota. Selain itu juga sebagai jembatan dari berbagai disiplin ilmu, dengan ruang lingkup merencanakan ruang-ruang kota.
- *Signage* adalah alat komunikasi dalam arsitektur yang berfungsi sebagai sarana komunikasi, informasi dan orientasi bagi masyarakat, dan membentuk *image* bagi suatu kota atau kawasan.
- Papan advertensi adalah suatu tanda-tanda fisik perkotaan yang berfungsi mempromosikan suatu produk, untuk memenangkan persaingan pasar dengan menggunakan media luar ruang. Latar belakang pemasangan papan advertensi adalah faktor ekonomi.
- Visual koridor adalah pengalaman visual berupa rangkaian pemandangan yang berbeda mengenai sistem spatial tergantung dari arah pandangan.

### 2. Proposisi

Dari hasil kajian pustaka di atas disusun proposisi yang digunakan sebagai dasar pengetahuan dan referensi dalam penelitian.

- Dalam perkembangan *urban design* pada saat ini mengalami dua kecenderungan yaitu redukisme dan individualisme. Dimana redukisme menjadi salah satu hal yang menggejala di kawasan komersial dengan pembangunan gedung tunggal rupa.
- *Signage* sebagai alat komunikasi dalam arsitektur dapat menghidupkan kawasan kota, sebagai penanda bagi suatu tempat dan berfungsi sebagai sarana orientasi yang menuntun masyarakat menuju tujuan tertentu. Ditinjau dari aspek *urban design* ada beberapa faktor yang mempengaruhi karakter *signage* yaitu: fungsi, lokasi, sifat, klasifikasi, dimensi, warna dan pencahayaan.
- Sedangkan untuk meningkatkan estetika kota dituntut karakteristik *signage* sebagai berikut: (a) fungsi *signage* dapat merefleksikan karakter tempat; (b) jarak *signage* diatur untuk menghindari kekacauan; (c) harmoni antara *signage* dengan bangunan dan lingkungan; (d) pembatasan lampu *sign* kecuali untuk *entertain*.
- Ditinjau dari aspek ekonomi *signage* identik dengan papan advertensi yang berfungsi sebagai media luar ruang, yaitu media advertensi yang jangkauannya lokal, sejauh jangkauan pandangan. Hal ini sangat dilematis, sebab disatu sisi *urban designer* harus menata lingkungan agar nyaman secara fisik dan visual, sedang para pelaku ekonomi berlomba memasang advertensi untuk memenangkan persaingan pasar.
- Koridor komersial merupakan koridor yang berada di dalam kota, yang memiliki karakteristik tertentu yaitu berlokasi di kawasan komersial dengan dominasi

papan advertensi dan aktivitas komersial. Sedangkan dua masalah umum yang dihadapi adalah fungsional dan visual.

- Visual koridor ditentukan oleh elemen-elemen pembentuknya, yaitu bangunan (unsur-unsur) yang berada di tepian koridor, aktivitas, topografi, fasade, tipologi ruang dinamis, dan *skyline*. Unsur-unsur tersebut akan bekerja sama dengan unsur lain dalam menentukan estetika visual koridor.
- Estetika sangat penting seperti manusia membutuhkan udara segar. Faktor yang mempengaruhi estetika *urban design* adalah kesatuan (*unity*), proporsi (*proportion*), skala (*scale*), keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), dan warna (*color*). Penilaian estetika tersebut akan lebih menarik jika dilakukan dengan cara bergerak dari satu tempat ke tempat lain, sehingga terjadi pemandangan ber-seri (*serial vision*). Aspek yang harus diperhatikan dalam *serial vision* ini adalah orientasi, posisi dan isi.

## **BAB III**

### **TINJAUAN KORIDOR JALAN AGUS SALIM SEMARANG SEBAGAI KAWASAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah**

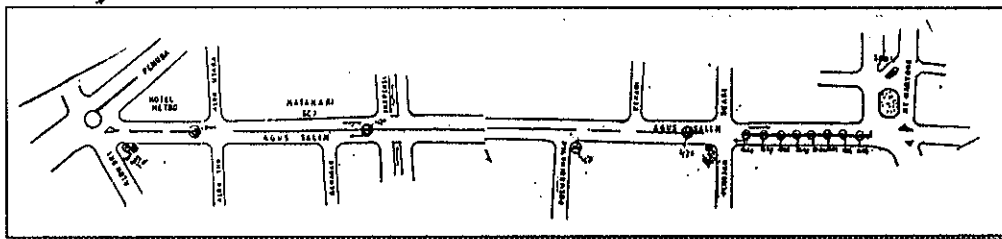
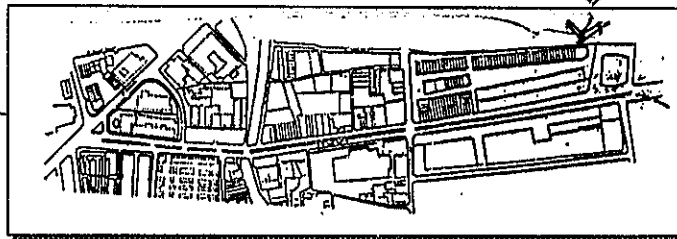
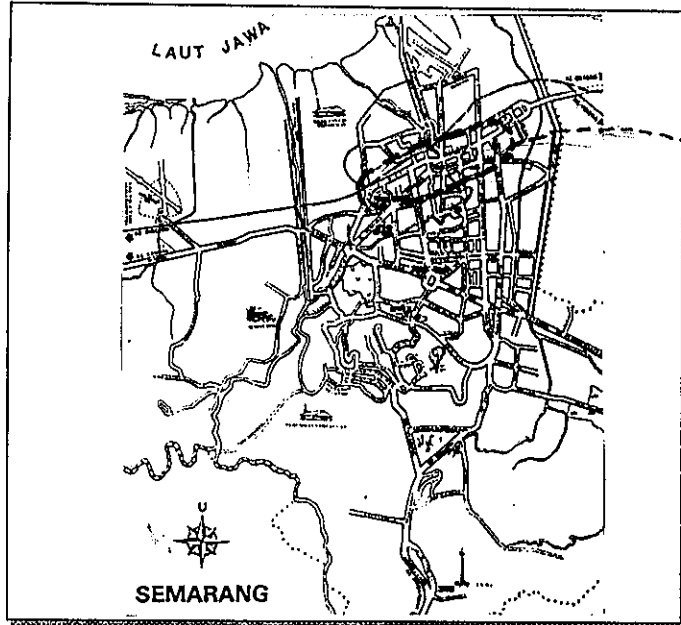
Dalam perjalanan sejarah panjangnya, Kota Lama telah mengalami berbagai alih fungsi, dari permukiman Belanda, pusat administratif, lalu menjadi pusat perdagangan dan jasa. Perkembangan perdagangan dan jasa menjadi lebih pesat lagi setelah dibangun Pasar Johar oleh Thomas Karsten pada tahun 1939. Kondisi tersebut masih berlangsung dan semakin berkembang hingga saat ini. Hal ini dapat dilihat dengan beragamnya aktivitas komersial yang terjadi, mulai dari pasar tradisional, pasar swalayan, pertokoan, pedagang kaki lima, hingga aktivitas komersial lain seperti bank dan biro jasa.


Kawasan perdagangan Johar adalah salah satu bagian dari distrik historis yang ada di kota Semarang, berlokasi di jalan Agus Salim. Sebagai batas kawasan Kota Lama jalan Agus Salim turut menyimpan sejarah panjang kota Semarang terutama di

bidang perdagangan dan *urban design*. Dibangunnya Pasar Johar meningkatkan perdagangan di sepanjang koridor. Karena sebagai pusat perdagangan tradisional Pasar Johar memiliki daya tarik besar bagi terbentuknya aktivitas perdagangan eceran (pedagang kaki lima). Sehingga aktivitas pedagang kaki lima sangat dominan dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Selain itu kegiatan ekonomi yang tinggi juga berpengaruh terhadap *urban design*, terutama dalam visual koridornya.

Melihat perkembangan kota Semarang saat ini tidak dapat lepas dari kota Lama Semarang, sebagai titik awal pertumbuhan kota Semarang. Yang dimaksud kawasan Kota Lama adalah kawasan dengan batas sebelah timur Kali Semarang dan jalan Mpu Tantular, sebelah utara jalan Merak dan Stasiun Tawang, sebelah barat jalan Ronggowarsito dan sebelah selatan dibatasi jalan KH Agus Salim. Sebagai pusat pemerintahan (kolonial Belanda) dan pusat perdagangan jaman VOC Kota Lama telah menjadi jantung kehidupan kota Semarang.

Senada dengan ungkapan Frey (1999) dan Zahnd (1999) bahwa bentuk suatu kota tidak akan pernah selesai dan bentuk sebuah kota tidak akan pernah sempurna. Kawasan inipun selalu mengalami perubahan dan perkembangan, baik dalam fungsi ruang, fisik bangunan, aktivitas maupun visualnya. Sebagai jalan utama kawasan (kolektor primer), aktivitas dan trafik sangat padat, terutama pada jam sibuk (*peak hours*). Pertumbuhan aktivitas perekonomian bersamaan dengan perkembangan *urban design*, yang berkaitan dengan perdagangan (ekonomi) yaitu berkembangnya ruang publik (koridor) sebagai ruang informasi komersial.



TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL (KORIDOR KOMERSIAL) JALAN AGUS SALIM SEMARANG	1. Kota Semarang 2. Koridor jalan Agus Salim 3. Lokasi papan advertensi di koridor jalan Agus Salim Semarang		 UTARA
	Paeta: 3.1. Lokasi kawasan penelitian	Sumber: Dinas Pertamanan Kota Semarang, 1999.	

## 2. Lokasi Koridor Jalan Agus Salim

Secara geografis kota Semarang terletak diantara  $6^{\circ}$ - $7^{\circ}$  LS dan  $109^{\circ}50'$  -  $110^{\circ}35'$  BT . Wilayah ini membujur di pantai utara pulau Jawa, dengan batas sebelah utara Laut Jawa, selatan Kabupaten Dati II Semarang, barat Kabupaten Kendal dan batas sebelah timur adalah Kabupaten Demak. Lokasi kota Semarang sangat strategis, berada diantara tiga propinsi yaitu Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta dan propinsi Jawa Barat. Kondisi tersebut membuat Semarang sebagai kota transit antara ketiga propinsi. Sebagai ibu kota Jawa Tengah, kota Semarang mendukung banyak fungsi antara lain sebagai pusat pemerintahan, perdagangan dan jasa maupun pusat kebudayaan. Dukungan sarana transportasi darat, laut dan udara yang memadai mempercepat perkembangan kota Semarang terutama di sektor perdagangan dan jasa.

Kota Semarang memiliki koridor komersial antara lain jalan MT. Haryono, Gajah mada, Pandanaran, Siliwangi, Agus Salim dan jalan Pemuda. Koridor jalan Agus Salim terletak di kawasan Johar, masuk kelurahan Purwodinatan, kecamatan Semarang utara. Koridor ini berhubungan langsung koridor komersial lainnya, yaitu jalan Pemuda dan jalan MT. Haryono, juga merupakan jalur penghubung antara pelabuhan Tanjung Emas dan terminal bus Kaligawe dengan pusat kota. Karena letaknya yang strategis tersebut maka koridor ini mejadi kawasan komersial yang cukup ramai dan padat lalu lintasnya.

Kawasan Johar, sebagai salah satu pusat segitiga komersial kota Semarang, yaitu kawasan Simpang lima, Peterongan dan Pasar Johar seperti terlihat pada peta: 3.1. Koridor ini memiliki cabang-cabang utama yaitu: Jalan Suari, Pekojan, Mpu Tantular, Sendowo, Bubakan, Pedamaran, dan jalan Alun-alun Timur. Sesuai dengan Keputusan Walikotamadya Semarang nomor: 793/0645 tahun 1999 tentang Tatacara Penyelenggaraan Reklame di Wilayah Kota Semarang maka lokasi papan advertensi yang ditentukan terlihat pada peta 3.1. di atas.

## B. Tinjauan *Signage*

Kawasan komersial tidak dapat dipisahkan dengan *signage*, karena *sign* merupakan salah satu identitas kawasan komersial. *Signage* di koridor jalan Agus Salim dibagi menurut fungsi, lokasi, sifat, klasifikasi, warna, pencahayaan dan dimensi. Sebagai kawasan komersial dengan berbagai macam aktivitas, *signage* di koridor jalan Agus Salim sangat menonjol dan secara visual tampak bahwa dominasi *signage* adalah *commercial identity* (papan advertensi dan papan nama bangunan). Hal ini sudah sangat umum terjadi di zona komersial baik di kota besar maupun kota kecil.

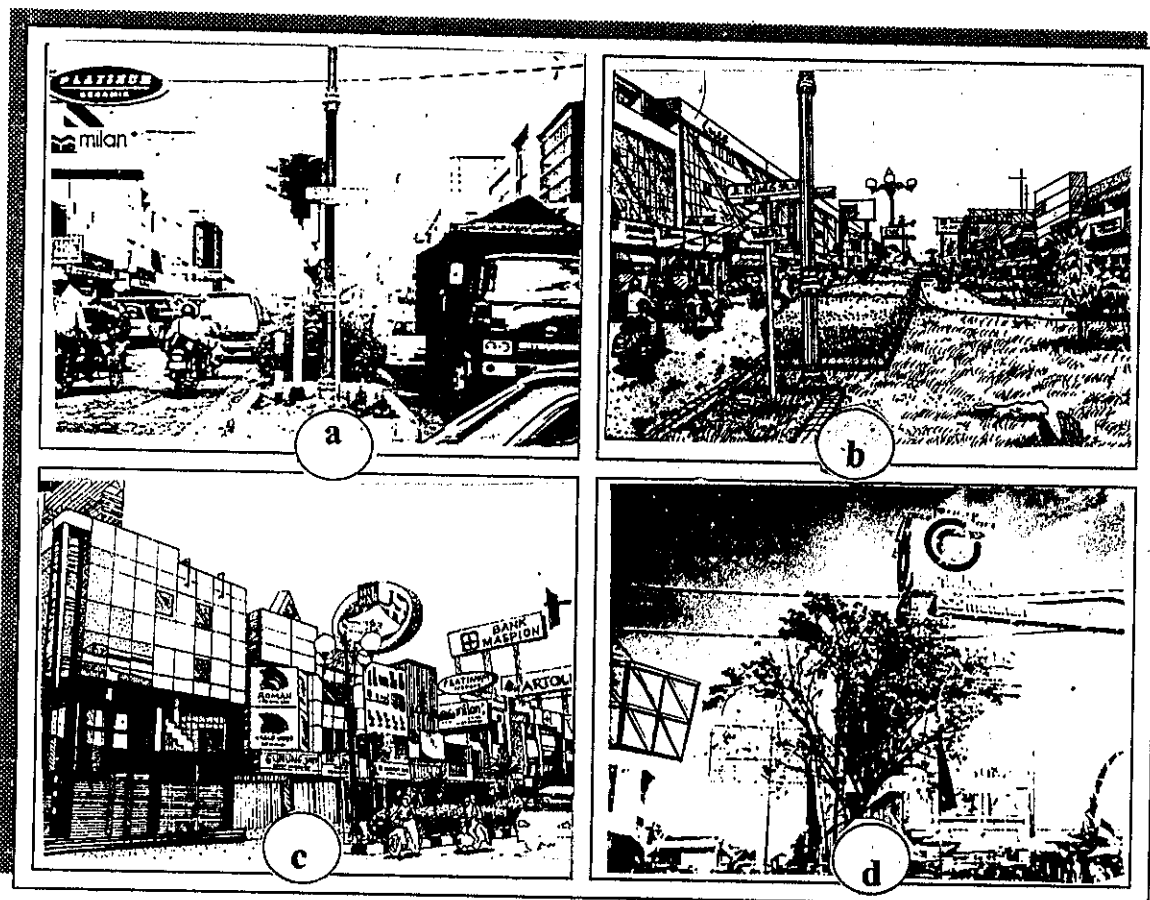
## 1. Tinjauan Fungsi *Signage*

Ditinjau dari fungsinya, *commercial identity* yang berfungsi sebagai papan nama bangunan dan papan advertensi sangat dominan. Sedang fungsi lain seperti *traffic flow*, *mall identity* dan *informational sign* tidak menonjol. *Mall identity*, berbentuk logo pasaraya Matahari, terletak pada fasade, dan di atas bangunan. *Mall identity* ini sangat menyolok, karena warnanya kontras dan lokasinya strategis. Fungsi *traffic sign* yang ada adalah lampu pengatur lalu lintas di perempatan Pekojan, serta rambu lalu lintas lain seperti tanda larangan parkir/ memutar yang persebarannya tidak merata. Sedang *nformational sign* berbentuk papan informasi, penunjuk arah serta papan nama jalan yang berlokasi di zona pedestrian dan zona trafik.

Tabel: 3.1. Fungsi *signage* di koridor jalan Agus Salim Semarang

No.	Fungsi	Jumlah	Prosentase
1.	<i>Traffic sign</i>	12	5,43%
2.	<i>Informational sign</i>	13	5,88%
3.	<i>Commercial identity</i>	193	87,33%
4.	<i>Mall identity</i>	3	1,36%
5.	<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Sumber: Survey lapangan (2000).



Gambar: 3.1. Fungsi *signage*. a) *traffic sign*, fungsinya tidak optimal. b) *informational sign*, dimensinya terlalu kecil; c) *commercial identity* sangat dominan; d) *mall identity*, terletak di tempat yang strategis sehingga jangkauan visual luas.  
 Sumber: Survey lapangan, 2000.

## 2. Tinjauan Lokasi *Signage*

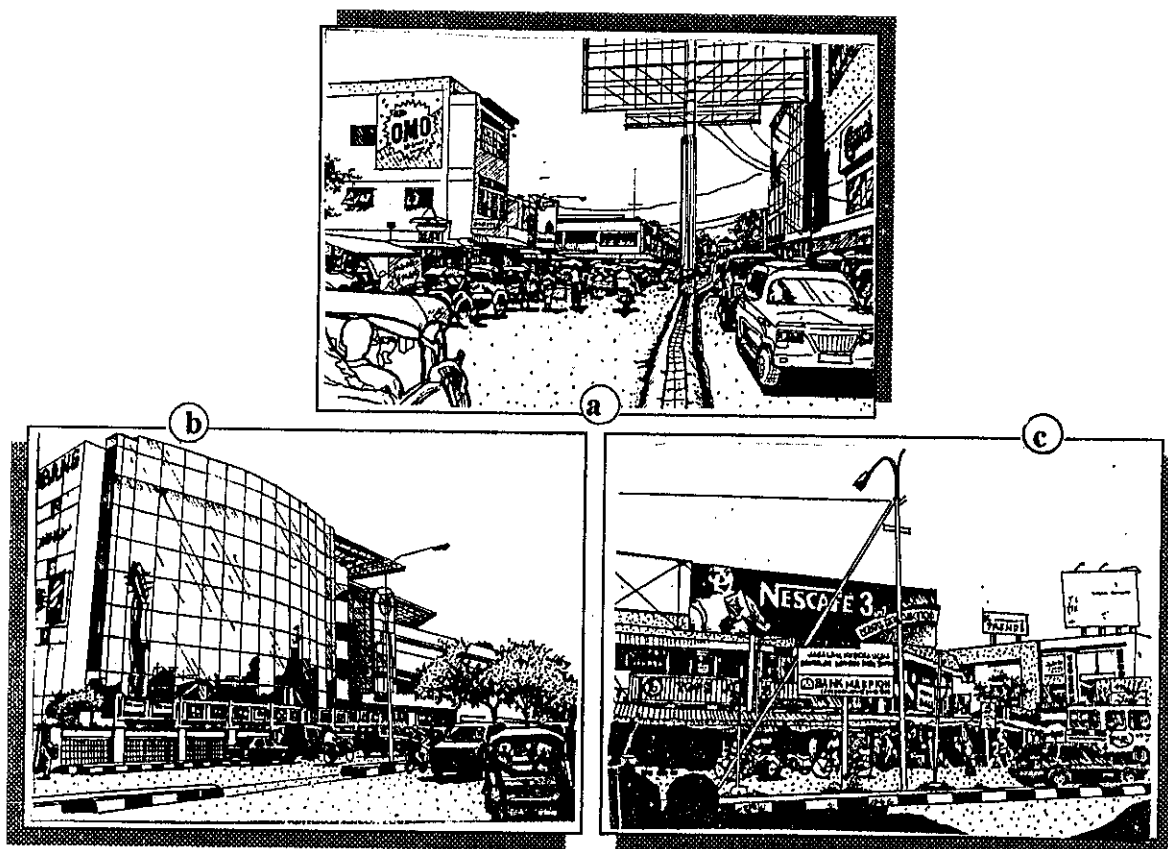
Pemasangan *signage* terbagi dalam tiga zone, yaitu zone pedestrian, zone advertensi dan zone trafik. Lokasi *signage* di tempat-tempat strategis, sehingga jangkauan visualnya lebih luas dan mudah dilihat. Oleh sebab itu di lokasi yang

stretegis seperti fasade dan di atas bangunan (zona advertensi) menjadi sangat padat, sehingga tidak seimbang antara lokasi satu dengan lainnya.

Tabel: 3.2. Lokasi (penempatan) *signage* di koridor jalan Agus Salim Semarang

No.	Zone	Jumlah	Prosentase
1.	Advertensi	186	84,16%
2.	Pedestrian	13	5,88%
3.	Trafik	22	9,96%
4.	<b>Total</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>

Sumber: survey lapangan 2000.



Gambar: 3.3. Lokasi *signage*. a) *Sign* di zona trafik, tidak proporsional. b) *Sign* di zona pedestrian, sebagai orientasi pejalan kaki. c) *Sign* di zona advertensi sangat padat.  
Sumber: Survey lapangan. 2000.

### 3. Tinjauan Sifat *Signage*

*Sign* bersifat permanen dalam bentuk *billboard*, *wall sign*, *ground/ pole sign* dan sebagainya. Sesuai dengan Keputusan Walikotaamadya Semarang nomr: 793/0645 tahun 1999 tentang Tatacara Penyelenggaraan Reklame di Wilayah Kota Semarang, Bab V pasal 14 adalah sebagai berikut:

- reklame kain paling lama 30 (tiga puluh) hari kelender;
- reklame baliho paling lama 90 (sembilan puluh) hari kalender;
- papan nama berlaku selamanya, sepanjang tempat, naskah dan ukuran tidak berubah;
- reklame lain kecuali tersebut huruf a, b dan c memiliki jangka waktu pemasangan selama 1 (satu) tahun.



Gambar: 3.4. Sifat *sign*, *temporary* dan *permanent sign* a) *Permanent sign*. b) *temporary sign* akan meningkat frekuensi pemasangannya jika ada *event* tertentu.

Sumber: Survey lapangan. 2000.

#### 4. Tinjauan Klasifikasi *Signage*

Menurut klasifikasinya *signage* di sepanjang koridor jalan Agus Salim didominasi oleh *wall sign* dan *pole sign*. Dominasi *wall sign* berbentuk papan nama bangunan dan papan advertensi yang ditempatkan pada fasade (di zona advertensi). Sedangkan *pole sign*, yang dominan adalah papan advertensi (*sign advertising*) yang berada di zona pedestrian dan zona trafik. Hanya ada satu *ground sign* di kawasan ini berupa sebuah patung di depan Semarang Plaza.

*Roof sign* memiliki jangkauan visual lebih luas, karena letaknya di tempat yang tinggi. *Sign* jenis ini banyak terdapat di atas Pertokoan Pekojan, berfungsi sebagai papan advertensi maupun logo. *Suspended sign*, merupakan *sign* yang digantungkan dengan posisi tegak lurus dengan fasade, berupa papan nama bangunan maupun papan advertensi. *Suspended sign* ini lebih mudah terlihat oleh pemakai jalan, karena posisinya akan berhadapan langsung dengan pemakai jalan.

*Window/ door sign*, merupakan *sign* dengan bentuk sangat sederhana, berupa informasi pada pintu atau jendela, berbentuk tempelan atau stiker yang ditempelkan pada jendela atau pintu untuk menyampaikan informasi tertentu. *Billboard*, sangat berpengaruh secara visual. Papan nama maupun advertensi yang ada didominasi *billboard*. Sedang *snipe sign*, berupa informasi yang ditempelkan pada pohon atau tiang listrik yang penempatannya tidak terencana, dan bersifat sementara.

## 5. Tinjauan Dimensi *Signage*

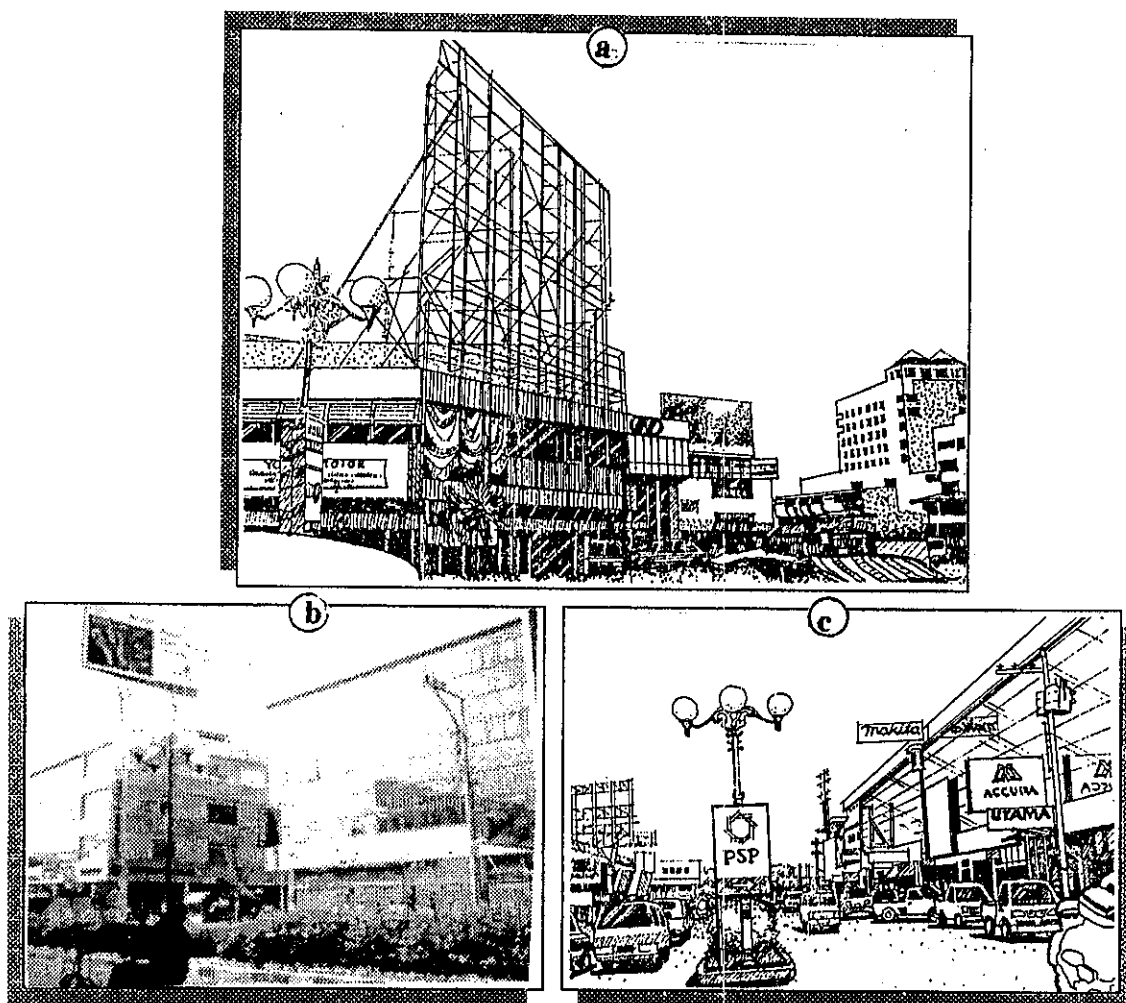
Dimensi *sign* sesuai dengan ketentuan menurut standar yang ditetapkan melalui keputusan Walikota Semarang Nomor: 973/0645 tahun 1999 tanggal 30 Desember 1999 tentang Tatacara Penyelenggaraan Reklame di Wilayah Kota Semarang. Sesuai dengan ketentuan tersebut dimensi *sign* dibedakan menurut penempatannya yaitu pada prasarana kota (zone pedestrian dan trafik) dan di luar prasarana kota (pada fasade bangunan atau zone advertensi). Sedangkan standar reklame terdiri dari reklame dengan satu dan dua sisi (muka), yang dimensinya sangat bervariasi. Luasan papan advertensi antara luasan  $0,50\text{m}^2$  ( $0,25\text{m} \times 2,00\text{m}$ ) sampai dengan luasan  $96\text{m}^2$  ( $8,00\text{m} \times 12,00\text{m}$ ) satu muka.

Karena dimensi yang ada di lapangan sangat bervariasi maka diambil tiga tipe dimensi rata-rata, yaitu tipe besar, sedang dan kecil. Berdasar pada kondisi di lapangan dimensi *signage* berkisar antara  $0,25\text{m}^2$  sampai dengan  $48,00\text{m}^2$ . Papan advertensi berdimensi lebih kecil dari ketentuan yang ada tidak dihitung. Dari data lapangan didapat prosentase dimensi *signage* sebagai berikut:

Tabel: 3.3. Dimensi *signage*

No.	Tipe	Ukuran	Jumlah	Prosentase
1.	Besar	$> 8,00\text{m}^2$	18	8,15
2.	Sedang	$3,00\text{m}^2 - 8,00\text{m}^2$	98	44,34
3.	Kecil	$< 3,00\text{m}^2$	105	47,51
4.	Total		221	100

Sumber: survey lapangan 2000

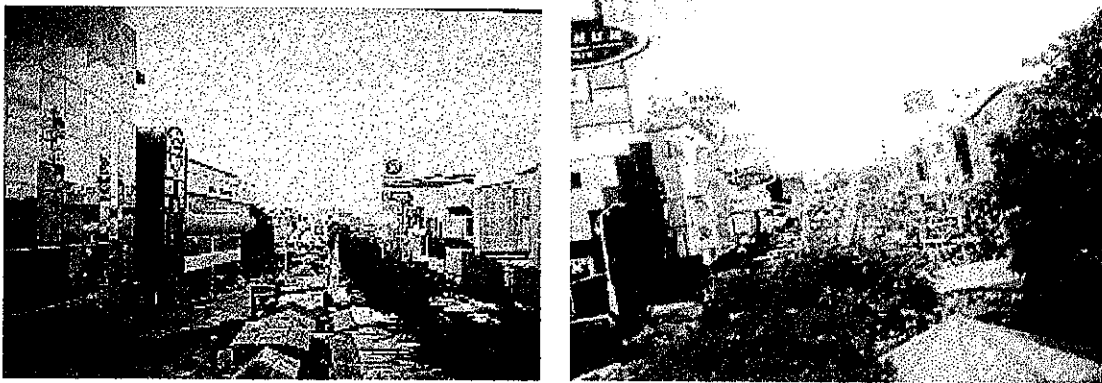


Gambar: 3.5. Dimensi *signage*. (a) Panggung *signage* berdimensi besar. (b) *Signage* berdimensi sedang dan (c) *signage* berdimensi kecil.  
 Sumber: Survey lapangan 2000.

## 6. Tinjauan warna dan pencahayaan *signage*

Warna-warna *sign* yang dominan adalah kombinasi antara warna terang dan gelap. Jika warna terang sebagai *background*, maka tulisan, gambar ataupun logo

berwarna lebih gelap dan sebaliknya. Hal ini dimaksudkan untuk membuat kontras, sesuai dengan tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengamat. Warna terang *background* yang dominan adalah warna putih, biru muda dan merah tua. Sedangkan warna latar depan didominasi warna merah, putih, biru tua, hijau dan warna emas. Masing-masing bangunan individu memakai warna sesuai dengan keinginan, sebagian bangunan menjadi tidak menyatu antara satu bangunan dengan lainnya.



Gambar: 3.6. Warna *signage*, didominasi kombinasi antara warna gelap dan terang  
Sumber: Survey lapangan. 2000.

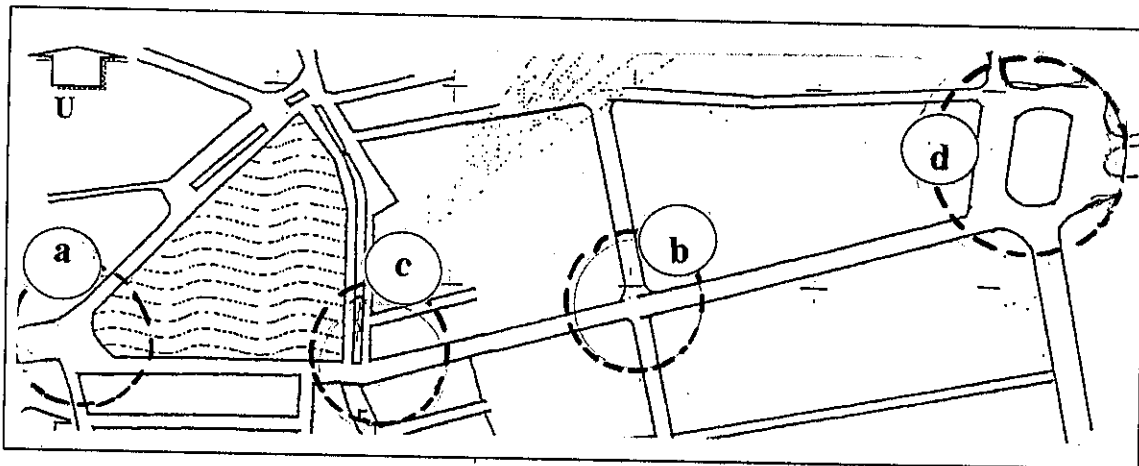
Pencahayaan *signage* akan terlihat jelas pengaruhnya diwaktu malam. Sistem pencahayaan yang banyak digunakan pada *sign* di koridor jalan Agus Salim adalah pencahayaan langsung dari luar bidang, dengan menggunakan *spotlight*. Sistem ini terutama dipakai pada *sign* berukuran besar. Pencahayaan *sign* pada material fiber glass, menggunakan sistem *internal lighting*, penyinaran berasal dari permukaan bidang. Sebab, dengan sistem pencahayaan tersebut *sign* tampak jelas dan tidak menimbulkan silau (*glare*). Pemakaian sistem *internal lighting* ini terutama pada *sign*

yang berlokasi di pulau jalan dan di depan Semarang Plaza. Meskipun *signage* di koridor ini relatif padat tetapi kebanyakan tidak diberi penerangan pada malam hari. Sehingga pada malam hari koridor ini tidak menunjukkan sebagai kawasan komersial yang pada siang hari sangat padat. Bahkan pada malam hari koridor ini tampak berkesan sepi dan suram.

### C. Tinjauan Visual Koridor

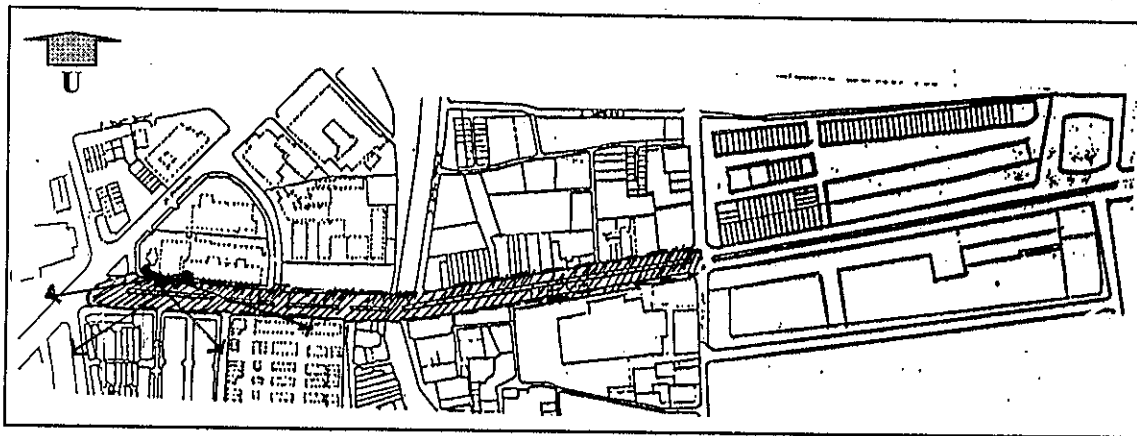
#### 1. Tipologi ruang

Ditinjau dari tipologi ruangnya, koridor jalan Agus Salim merupakan ruang dinamis. Koridor berbentuk linear, dengan sudut (*angles*) dan beberapa belokan (*deflection*). Di ujung timur merupakan tipologi *multiple view*, dimana dari arah ini dapat memandang ke berbagai arah, yaitu jalan MT Haryono dan Raden Patah. Ujung barat jalan tertutup oleh bangunan tapi pada arah lain masih dapat melihat ke arah jalan Pemuda. Panjang jalan  $\pm 1,000$  m, lebar  $\pm 15$  m, dipisahkan oleh pulau jalan selebar 1,00m. Terdapat trotoar lebar 1,50m di samping kiri dan kanan koridor sebagai sarana bagi para pejalan kaki.

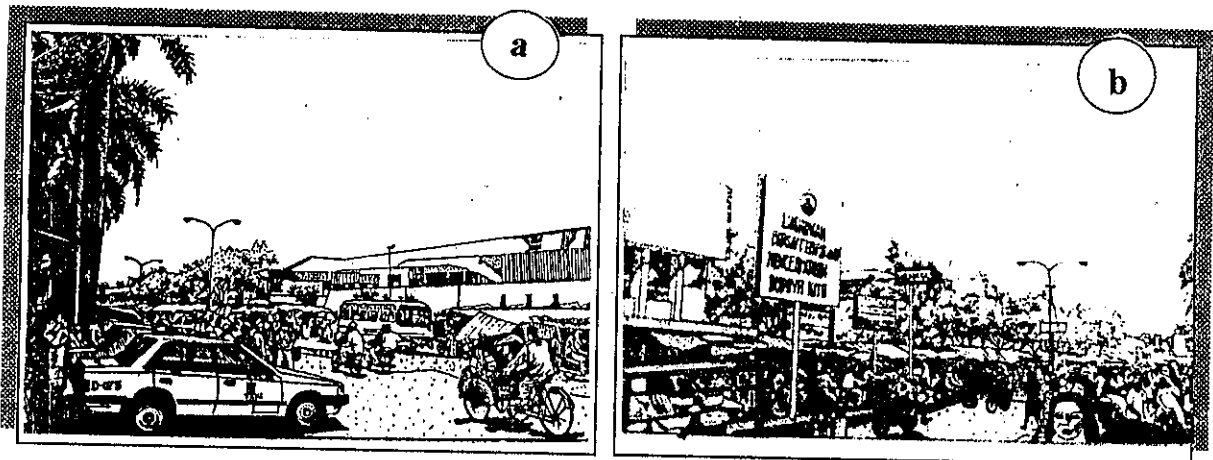


Gambar : 3.7 Tipologi ruang koridor jalan Agus Salim Semarang  
 a) *Y-junction*; b) belokan (*deflection*); c) sudut (*angel*); dan d) *multiple views*.  
 Sumber : Survey lapangan. 2000.

Di beberapa ruas jalan Agus Salim terjadi perubahan tipologi ruang (penyempitan) yang disebabkan oleh parkir di badan jalan (*on street parking*) dan aktivitas pasar tradisional dan pedagang kaki lima (PKL). Lokasi penyempitan ruang tersebut terlihat pada gambar di bawah ini. Akibat dari penyempitan (*narrowing*) ini adalah terjadi kemacetan lalu lintas terutama pada jam sibuk (*peak hours*).



Peta : 3.2. Lokasi terjadinya penyempitan ruang (*narrowing*).  
 Sumber: Survey lapangan. 2000.



Gambar: 3.8. Perubahan tipologi ruang dinamis. a) Perubahan tipologi ruang secara visual akibat parkir di badan jalan (*on street parking*); b) penyempitan ruang (*narrowing*) akibat aktivitas komersial.

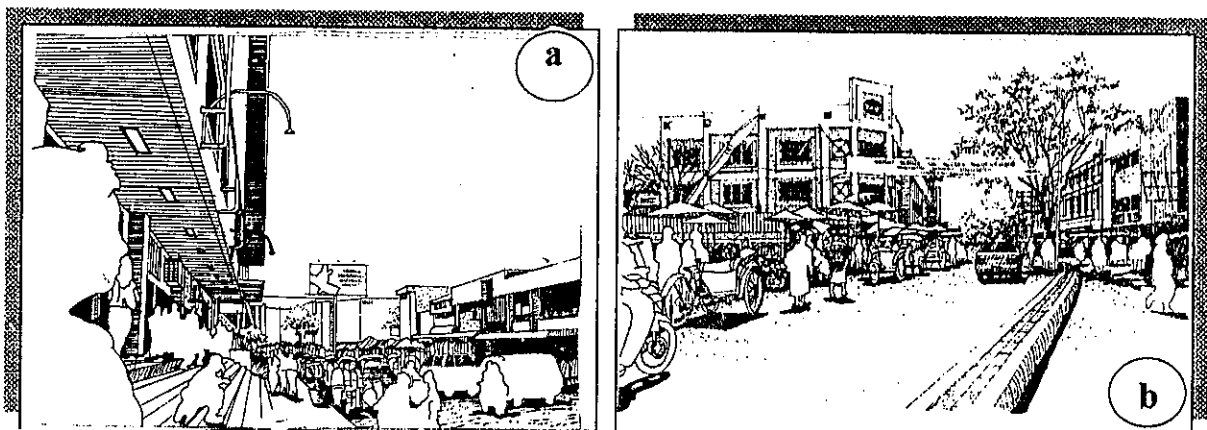
Sumber: Survey lapangan . 2000.

## 2. Aktivitas Komersial

Aktivitas dalam suatu kawasan akan memperkuat ruang-ruang kota, karena ruang-ruang tersebut saling melengkapi. Secara umum aktivitas terbagi dalam dua kelompok, yaitu aktivitas di dalam bangunan dan di luar bangunan (Mulyani, 1996). Karena penelitian berada di ruang luar maka yang dibahas disini adalah aktivitas di luar bangunan. Aktivitas luar bangunan yang utama adalah perdagangan yang didominasi oleh pedagang kaki lima. Fungsi komersial sepanjang koridor sangat kompleks, antara lain pasar tradisional, pasar swalayan, pertokoan, pedagang kaki lima perkantoran dan jasa.

Aktivitas pedagang kaki lima mendominasi hampir sepanjang koridor, terutama di sekitar pasar Johar. PKL ini menempati trotoar sebagai arena mendasarkan dagangannya. Padatnya aktivitas PKL dan pengunjung menyebabkan penyempitan (*narrowing*) di beberapa ruas jalan. Kondisi demikian terlihat di depan Pasar Ya'ik, Pasar Johar dan pertokoan Matahari serta di jembatan Kali Semarang dimana terjadi pemusatan aktivitas PKL. Padatnya aktivitas komersial mengakibatkan sirkulasi kendaraan terganggu (*macet*) terutama pada jam sibuk (*peak hours*).

Waktu aktivitas dominan pada siang hari, terlihat dengan perbandingan antara jumlah pertokoan buka pada siang dan malam hari. Pada siang hari 164 toko dibuka, sedangkan pada malam hari rata-rata 15 toko (hanya 7,3% dari jumlah toko yang dibuka pada siang hari). Meskipun malam hari terdapat aktivitas pedagang kaki lima tetapi tidak berpengaruh terhadap aktivitas komersial yang ada karena frekuensinya sangat kecil. Sehingga pada waktu malam koridor ini hanya berfungsi sebagai lintasan (*passing bay*).



Gambar : 3.9. Aktivitas komersial. PKL dan suasana pasar tradisional sangat dominan.  
Sumber : Survey lapangan 2000.

### 3. Sirkulasi dan Parkir

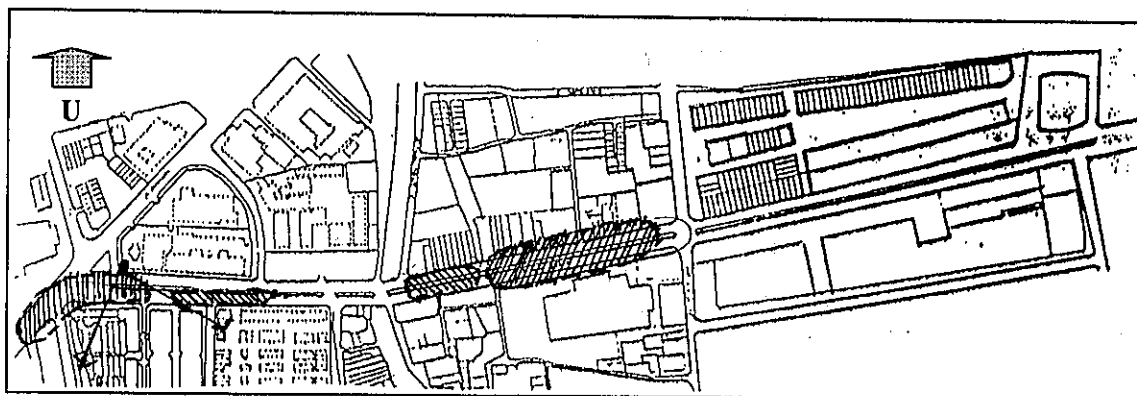
Sebagai jalan kolektor primer, sirkulasi di jalan Agus Salim sangat padat, terutama pada jam-jam sibuk (*peak hours*) dan saat berlangsung kegiatan tertentu. Koridor Agus Salim terbagi dalam empat jalur, dengan dua arah sirkulasi, dilengkapi sarana jalan pedestrian yang merupakan elemen kenyamanan dan pendukung bagi pejalan kaki. Pada beberapa lokasi jalan pedestrian ini beralih fungsi menjadi tempat pedagang kaki lima, sehingga para pejalan kaki harus menggunakan jalur kendaraan. Menurut Rubenstein (1992) kenyamanan berjalan kaki ditentukan oleh keamanan dan keselamatan (*security and safety*), salah satunya adalah sarana jalan pedestrian. Sehingga alih fungsi jalan pedestrian tersebut akan mengurangi kenyamanan bagi para pejalan kaki.

Koridor jalan Agus Salim memiliki panjang  $\pm$  1000 meter, sehingga sudah tidak nyaman ditempuh dengan berjalan kaki, karena menurut Utterman (1984) jarak yang nyaman bagi orang berjalan kaki adalah 500 yard (455 meter). Sedangkan Calthrope dalam Childs (1999), menyatakan bahwa jarak yang nyaman untuk berjalan kaki sampai sejauh 2000 feet (610 meter). Selain jarak faktor lain yang berpengaruh terhadap kenyamanan berjalan kaki seperti cuaca, jalan pedestrian, *street furniture*, pepohonan tidak mendukung orang untuk berjalan kaki di koridor ini.

Moda transport yang melewati koridor ini adalah kendaraan bermotor roda 4 (bus kota, truk, angkutan kota dan mobil pribadi) dan sepeda motor. Sedang




kendaraan tidak bermotor berupa sepeda dan beca. Karena lokasi berada di dalam kota, maka kecepatan pergerakan disini adalah 40km/jam untuk kendaraan bermotor, sesuai dengan ketentuan kecepatan pengendara di dalam kota.

Selain sebagai jalur lintasan, koridor ini juga berfungsi sebagai ruang parkir baik kendaraan pengunjung maupun kendaraan umum yang menunggu penumpang (*ngetem*). Sistem parkir di badan jalan (*on street parking*) sering menimbulkan kemacetan terutama di depan pertokoan yang ramai pengunjung. Beberapa bangunan telah dilengkapi ruang parkir pengunjung seperti hotel Metro, pertokoan Matahari, Semarang Plaza dan tiga kantong parkir dan bongkar muat di pertokoan Pekojan. Namun demikian parkir di badan jalan tetap dominan.



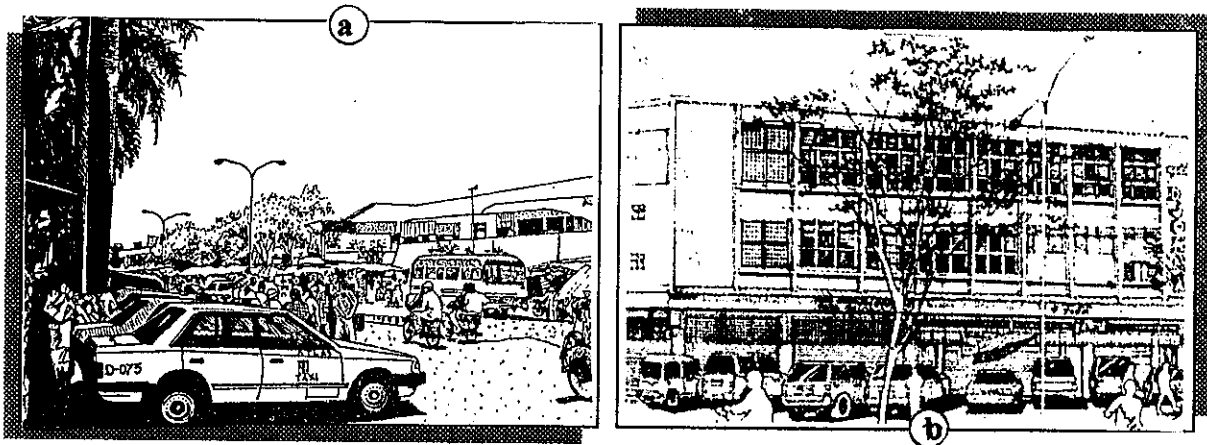
Peta : 3.3. Lokasi *on street parking* di koridor jalan Agus Salim.  
Sumber : Survey lapangan (2000)

Keterangan:

-  Parkir angkutan umum luar kota
-  Konsentrasi parkir beca di tempat tertentu.
-  Parkir angkutan umum dalam kota

Menurut jenisnya, ruang parkir di koridor ini terbagi dalam zone-zone, antara lain: zona parkir angkutan umum luar kota terkonsentrasi di depan Plasa Semarang; (2) parkir kendaraan umum dalam kota (bus kota dan mikrolet) di ujung barat koridor; (3) kendaraan pribadi di sepanjang koridor; (4) parkir beca meningkat konsentrasinya di sekitar Pasar Johar dan di sudut pertemuan jalan.

Elemen parkir ini memiliki dua pengaruh langsung pada kualitas lingkungan, yaitu kelangsungan aktivitas dan pengaruh visual yang kuat pada bentuk dan struktur fisik kota (Shirvani, 1985). Pengaruh visual yang tampak akibat parkir adalah terjadi penyempitan di beberapa ruas jalan disebabkan oleh parkir sepanjang jalan, sehingga mempersempit jalur lalu lintas. Penyempitan (*narrowing*) akibat parkir kendaraan terjadi di depan Hotel Metro, sebelah timur Kali Semarang sampai di depan Semarang Plasa. Akibatnya adalah sering terjadi kemacetan lalu lintas (*traffic jam*) di koridor ini terutama pada jam-jam sibuk (*peak hours*).



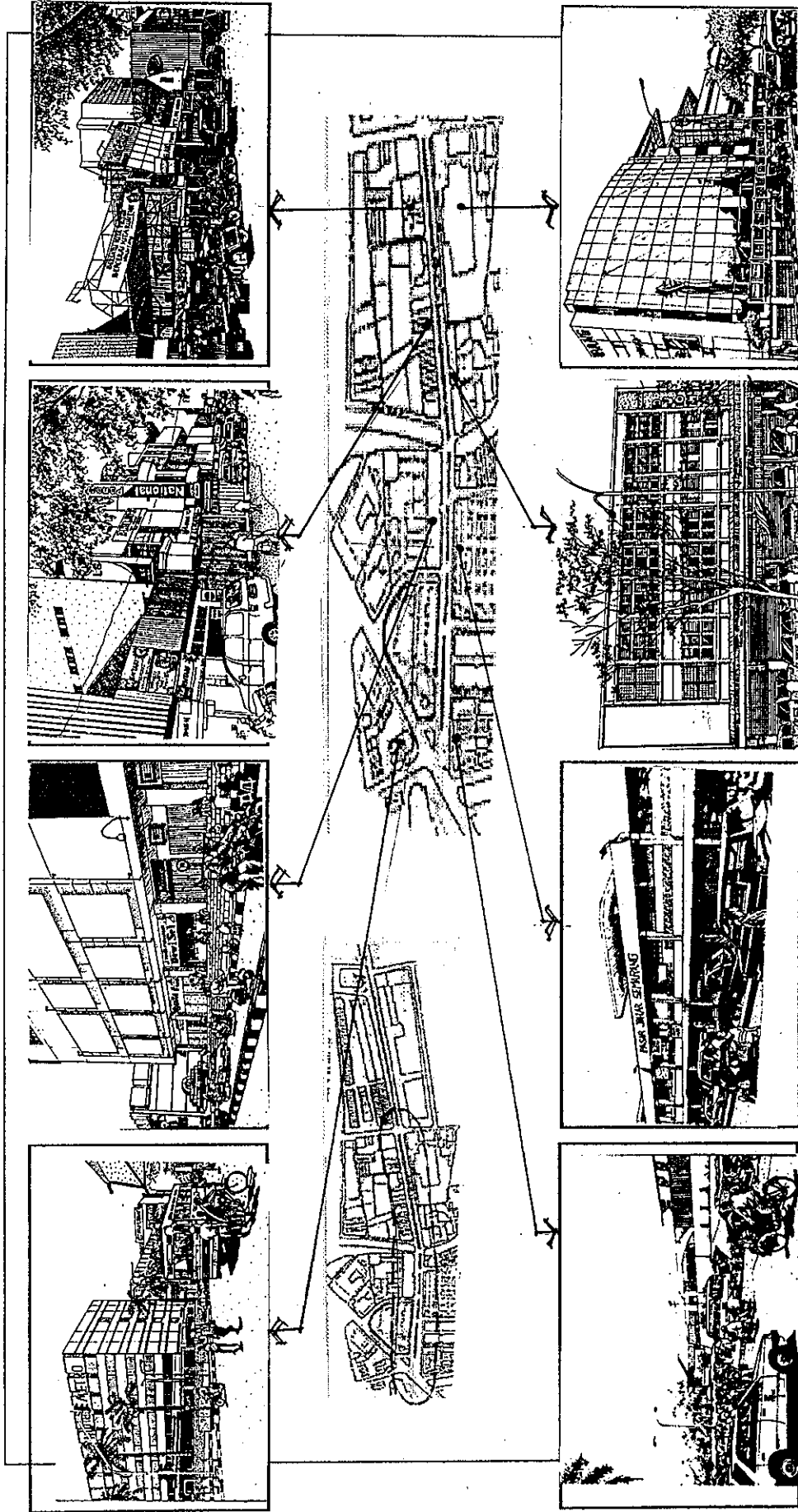
Gambar: 3.10 Parkir di badan jalan (*on street parking*). Parkir angkutan penumpang (a) dan kendaraan pribadi (b) menyebabkan penyempitan ruang jalan, potensial menimbulkan kemacetan lalu lintas.

Sumber: Survey lapangan. 2000.

#### 4. Fasade Bangunan

Fasade bangunan yang membentuk dinding koridor terdiri dari bermacam gaya tetapi yang menonjol adalah adanya bentuk garis horisontal dan vertikal. Selain itu pada sebagian besar fasade bangunan dilengkapi dengan *signage*, terutama *commercial identity* yang menjadi penanda umum bagi kawasan komersial. Massa bangunan didominasi oleh massa berbentuk kotak (persegi), dengan bentuk atap datar dan segi tiga. Ketinggian bangunan antara satu sampai dengan enam lantai.

Lantai bawah digunakan sebagai ruang display, dengan penempatan *sign* di bagian atas lantai satu dimana *commercial identity* di lokasi ini sangat padat. Sebagai ruang display, fasade bangunan menggunakan bahan kaca atau dibuat terbuka. Pemakaian kaca yang sangat dominan membuat koridor berkesan lebih luas. Fasade bangunan di koridor ini sangat beragam, meskipun kecenderungan reduksisme sangat menonjol. Untuk lebih jelasnya dapat dicermati lihat gambar : 3.10 dan 3.11. di bawah ini.



TESIS

**PENGARUH SIGNAGE  
TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR  
JALAN AGUS SALIM SEMARANG**

LEGENDA

1. Fasade bangunan dinding utara
2. Peta lokasi pengambilan gambar
3. Fasade bangunan dinding selatan

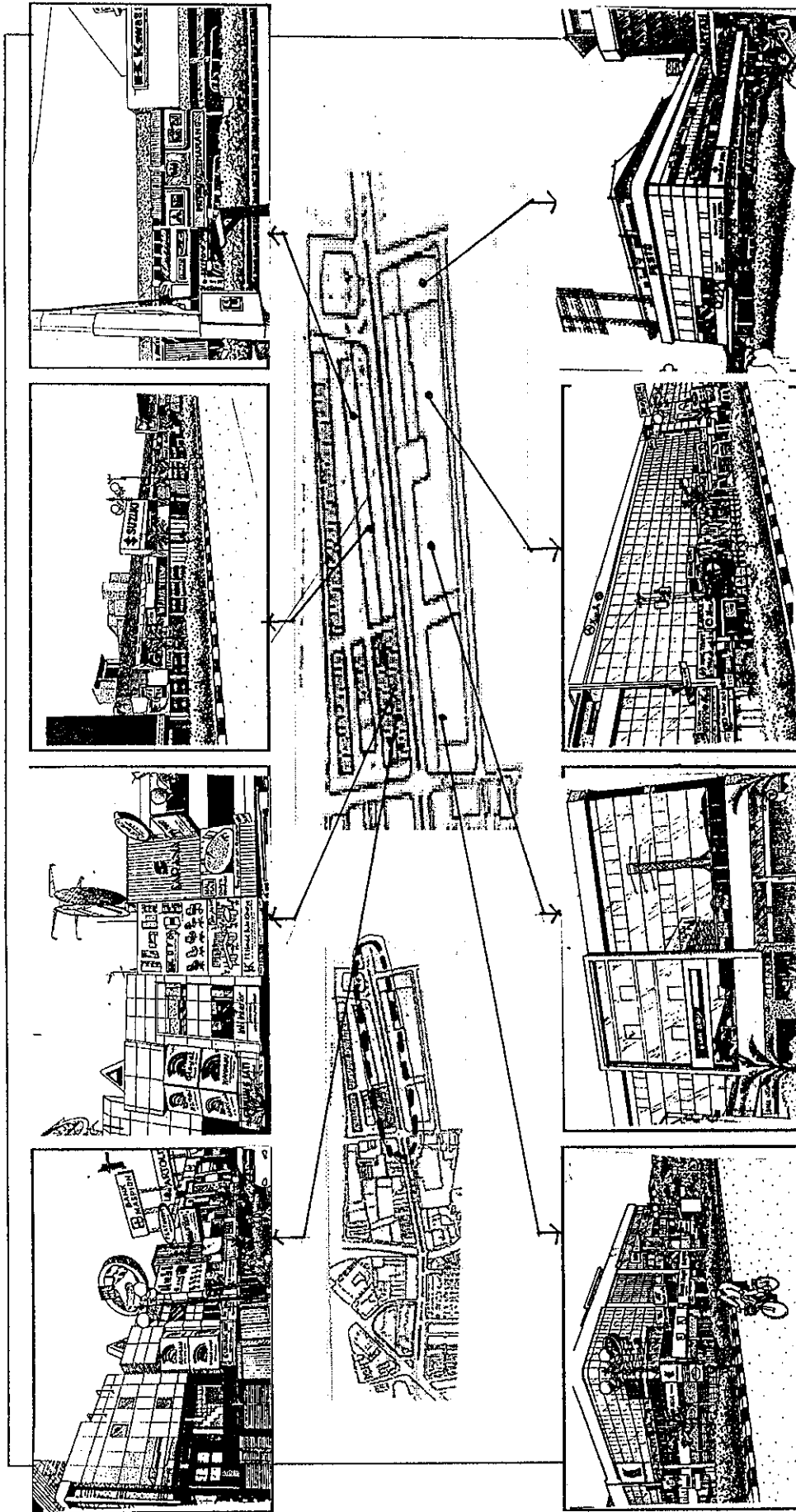
Gambar : 3.11.  
Fasade bangunan

Sumber: Analisis peneliti. 2001.



UTARA

Hal. 86



TESIS

PENGARUH SIGNAGE  
TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR  
JALAN AGUS SALIM SEMARANG

LEGENDA

1. Fasad bangunan dinding utara
2. Peta lokasi pengambilan gambar
- 3.. Fasad bangunan dinding selatan

Gambar : 3.12.  
Fasade bangunan

Sumber: Analisis peneliti. 2001.



UTARA

Hal. 87

## 5. Topografi dan Garis Langit (*skyline*)

Topografi jalan Agus Salim relatif datar. Oleh sebab itu topografi ini tidak berpengaruh secara visual karena tidak memberikan karakter yang spesifik pada bangunan maupun lingkungan. Demikian juga dengan *skyline*, ketinggian bangunan antara dua sampai enam lantai. Pemasangan *signage* di bagian atas atau atap bangunan tidak berpengaruh terhadap *skyline* secara keseluruhan. Pada bagian utara koridor *skyline* makin meninggi ke arah barat. Sedangkan di bagian selatan peninggian terletak di bagian tengah (Semarang Plaza).

## 6. *Serial Vision*

Untuk menilai estetika lingkungan maka dilakukan dengan bergerak dari satu titik menuju titik lain. Sesuai dengan ungkapan Cullen (1962) bahwa kualitas estetis lingkungan kota akan menarik jika dihayati dengan cara bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya, berupa pandangan ber-seri (*serial vision*). Untuk mendapatkan gambaran visual maka diambil foto-foto pada posisi yang strategis agar *serial vision* tergambar secara menyeluruh. Pengambilan titik ini diurutkan dari ujung satu bergerak menuju ujung lainnya, dari arah barat ke timur dan sebaliknya.

**BAB IV**

**ANALISIS PENGARUH *SIGNAGE***

**TERHADAP ESTETIKA VISUAL (KORIDOR KOMERSIAL)**

**JALAN AGUS SALIM SEMARANG**

**A. Metode Penelitian**

Dalam menganalisis pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim digunakan metode penelitian kualitatif rasionalistik, yaitu suatu metode penelitian yang berlandaskan fiasafat rasionalisme. Menurut rasionalisme, semua ilmu itu berasal dari pemahaman intelektual yang dibangun atas kemampuan argumentasi secara logik; menekankan pemaknaan empirik dan pemahaman intelektual didukung oleh data empirik yang relevan. Metodologi ini berangkat dari pendekatan holistik suatu *grand concept*, diteliti yang pada obyek spesifik, dan didudukkan kembali hasil penenlitiannya pada *garnd concept*-nya dalam rangka membangun konstruksi teori yang besar (Muhadjir, 1989).

## 1. Menentukan Variabel Penelitian

Variabel penelitian diperoleh dari hasil dari kajian pustaka dan kondisi faktual di lapangan yang berpengaruh terhadap obyek penelitian sebagai berikut:

- a. dalam menganalisis pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor ditentukan *signage* sebagai variabel pengaruh (*independent variables*) dan estetika sebagai variabel terpengaruh (*dependent variables*);
- b. sedangkan dalam menganalisis pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan maka *signage* sebagai variabel pengaruh (*independent variables*) dan pemakai jalan sebagai variabel terpengaruh (*dependent variables*).

## 2. Teknik Sampling

Tidak semua pemakai jalan Agus Salim dijadikan responden, tetapi penentuan responden hanya sebagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili gambaran sifat populasi pemakai koridor jalan Agus Salim Semarang. Sampel adalah contoh atau wakil dari populasi yang jumlahnya cukup banyak dan merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang dipilih dan sifatnya representatif. Sampel yang dipilih adalah yang memenuhi ketentuan sesuai dengan S'Teken dalam Singarimbun (1989) sebagai berikut:

- a. sampel yang diambil dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti;
- b. dapat menentukan presisi (*precision*) dari hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan baku (standar) dari taksiran yang diperoleh;
- c. sederhana, hingga mudah dilaksanakan;
- d. dari sampel tersebut dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah-rendahnya.

Dalam menentukan sampel penelitian digunakan dua teknik sampling, yaitu *stratified random sampling* dan *area sampling*. *Stratified random sampling* digunakan untuk menentukan responden sedangkan *area sampling* digunakan dalam menentukan pengambilan posisi pada lokasi atau kawasan penelitian.

### 2.1. *Stratified random sampling*

Bedasarkan kecepatan pergerakannya maka pemakai jalan Agus Salim dibagi dalam 3 kategori, yaitu pemakai jalan dengan moda transport kendaraan bermotor (sepeda motor, mobil), kendaraan lambat (beca dan sepeda) serta pejalan kaki. Dalam penelitian ini ditentukan pemakai jalan menggunakan moda transport kendaraan bermotor, sebab sesuai dengan jarak, cuaca serta *street furniture* yang ada, koridor ini sudah tidak nyaman lagi bagi para pejalan kaki.

*Stratified random sampling*, adalah suatu cara memilih sampel dari kelompok-kelompok unit-unit kecil (*cluster*). Populasi dari *cluster* merupakan sub populasi dari total populasi yang ada, dimana unsur-unsur dalam *cluster* sifatnya tidak homogen, yang berbeda dengan unit-unit elementer dalam strata (Moh Nazir, 1983). Pemakaian teknik ini dimaksudkan untuk mendapatkan penilaian yang obyektif dari responden. Oleh sebab itu responden dibagi menjadi dalam tiga kelompok (strata), yaitu (1) responden dengan latar belakang pendidikan arsitektur; (2) masyarakat umum, yaitu pemakai jalan yang terdiri dari berbagai latar belakang (mahasiswa, PNS, ibu rumah tangga dsb), dan (3) penghuni, yaitu responden yang sepanjang hari berada di jalan Agus Salim (penjaga toko, PKL, satpam dsb.). Selanjutnya dari masing-masing strata yang telah ditentukan diambil sampel secara proporsional.

Singarimbun (1987) mengatakan bahwa dalam pengambilan sampel dengan metoda ini harus diketahui jumlah populasi dari masing-masing kelompok (strata). Tetapi di lapangan tidak dapat diperoleh data yang akurat mengenai besaran jumlah pemakai jalan (pengendara) tersebut. Oleh sebab itu dalam penelitian ini ditentukan jumlah minimal masing-masing sampel tiap kelompok 20 responden. Selanjutnya dari tiap-tiap kelompok (strata) diambil sampel yang proporsional, sehingga diperoleh jumlah sampel penelitian sebesar 80 orang, dengan perincian terlihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel : 4.1. Jumlah responden pemakai koridor jalan Agus Salim Semarang

Kelompok	Spesifikasi	Jumlah responden
A	Latar belakang arsitektur	20 orang
B	Umum (masy. dengan berbagai latar belakang )	40 orang
C	Penghuni (tiap hari berada di kawasan)	20 orang
Jumlah responden		80 orang

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

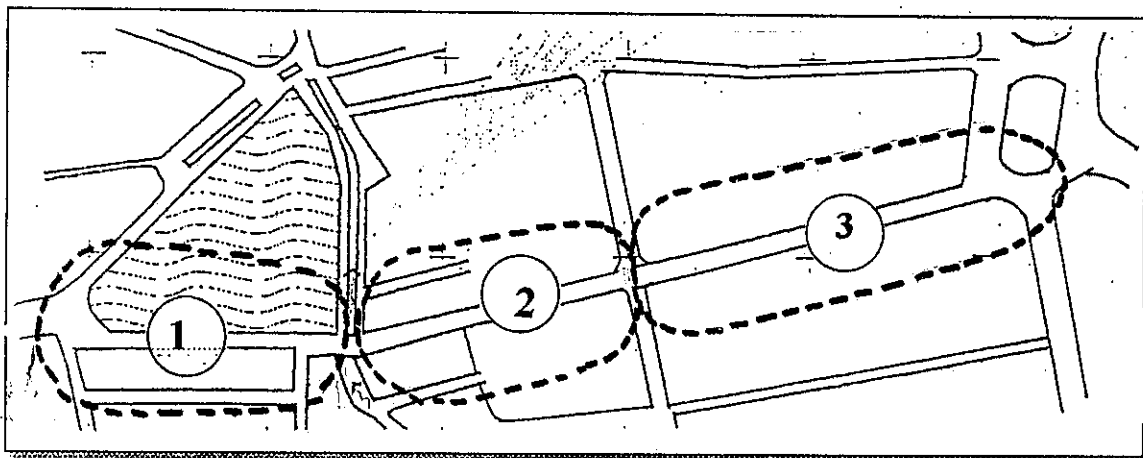
## 2.2. Area sampling

*Area sampling* digunakan jika populasi tidak dapat dibuat kerangka sampelnya, dengan cara membagi seluruh wilayah dalam peta menjadi segmen-segmen dengan batas yang tegas. Selanjutnya setiap segmen diberi nomor dan dari tiap segmen tersebut diambil sampel secara acak (Singarimbun, 1989). Dalam menentukan lokasi *signage* sebagai sampel penelitian, ditentukan *signage* yang diduga dapat mewakili sistem *signage* di koridor jalan Agus Salim.

Untuk menentukan sampel dari tiap-tiap area dilakukan dengan membagi koridor jalan Agus Salim menjadi tiga segmen, yaitu segmen 1, 2 dan 3, dimana masing-masing segmen memiliki batas fisik yang jelas. Batas tersebut adalah jalan Kauman barat sebagai batas ujung barat koridor, kali Semarang dan perempatan Pekojan di bagian tengah serta jalan MT Haryono di ujung timur. Dinding koridor yang membatasi masing-masing segmen juga memiliki karakter fisik yang spesifik.

Selanjutnya dari masing-masing segmen ditentukan titik lokasi *signage* sebagai sampel. Penentuan titik ini berdasar pada tipologi ruangnya. Pembagian koridor tersebut adalah sebagai berikut:

1. Segmen 1, adalah bagian ujung barat koridor dengan batas sebelah barat dinding koridor jalan Kauman barat, dan batas sebelah timur kali Semarang. Batas utara dinding bangunan berlantai lima sedang dinding selatan berlantai dua.
2. Segmen 2, berada di bagian tengah koridor, dengan batas sebelah barat kali Semarang ke arah timur sampai perempatan Pekojan. Batas sebelah utara dan selatan terdiri dari bangunan berlantai dua sampai dengan lima.
3. Segmen 3, dengan batas sebelah barat perempatan Pekojan ke arah timur dan batas sebelah timur jalan MT Haryono. Batas utara dominasi bangunan berlantai dua, sedang batas selatan terdiri dari dinding bangunan berlantai empat.



Gambar: 4.1. Pembagian koridor jalan Agus Salim dalam tiga segmen.  
Sumber: Analisis peneliti, 2001.

### 3. Teknik Analisis

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun, 1989). Teknik analisis yang digunakan dalam metode ini adalah analisis kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Whitney dalam Nazir (1985) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini memiliki ciri-ciri: (a) memusatkan diri pada masalah-masalah yang ada pada masa sekarang yaitu pada masalah-masalah yang aktual; (b) data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisa (Surachmad, 1980). Analisis data dengan menggunakan kajian data verbal dan visual untuk mencari esensi. Sesuai dengan filsafat rasionalisme, selanjutnya data empiri diberikan pemaknaan dan diinterpretasikan dengan berlandaskan pada *grand concept*.

#### 3.1. Analisis distribusi frekuensi

Teknik analisis distribusi frekuensi digunakan untuk menganalisis: 1) Mencari pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor; dan 2) mencari pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan dengan moda transport kendaraan bermotor.

Tahapan analisis distribusi frekuensi diawali dengan mengumpulkan data penilaian responden di lapangan tentang pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor dan pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan. Data yang diperoleh tersebut sangat banyak oleh sebab itu selanjutnya data direduksi dan di kelompokkan dengan membuat tabel-tabel sesuai dengan strata yang telah ditentukan. Dari proses ini diperoleh penilaian dari masing-masing kelompok responden. Dari hasil tersebut selanjutnya dibuat diagram batang sehingga perbandingan penilaian dari masing-masing kelompok responden menjadi jelas.

Dari hasil pengelompokan tersebut selanjutnya data digabung untuk menentukan penilaian umum dari responden, dengan cara menjumlahkan penilaian responden dari tiap kelompok dalam bentuk tabel distribusi frekuensi. Pengelompokan ini dibedakan pada tiap-tiap aspek penelitian. Distribusi frekuensi tersebut adalah penilaian secara umum dari tiga kelompok responden. Tahap akhir dari analisis ini adalah memberikan pemaknaan dan pemahaman intelektual secara verbal hasil distribusi frekuensi yang telah diolah. Dalam pemaknaan dan menginterpretasikan hasil penelitian tetap berpedoman pada *grand concept* yang telah ditentukan.

### **3.2. Analisis grafis *serial vision***

Teknik analisis grafis *serial vision* dilakukan dengan menganalisis grafis *serial vision* secara verbal, dimana dalam analisis tetap berpedoman pada *grand*

*concept*. Tahapan diawali dengan menentukan titik-titik yang dapat mewakili grafis pada tiap-tiap segmen berdasar pada *area sampling*. Untuk mendapatkan gambaran menyeluruh grafis *serial vision* diambil dari dua arah yaitu dari ujung barat menuju ujung timur koridor dan sebaliknya.

Dari hasil grafis *serial vision* tersebut selanjutnya diberi pemaknaan yang diawali dengan analisis terhadap orientasi, dimana pemaknaan dilakukan menyeluruh terhadap *serial vision* dari arah barat maupun timur. Dari hasil analisis grafis terhadap orientasi tersebut akan diperoleh gambaran yang jelas mengenai sekuens di sepanjang koridor jalan Agus Salim. tentang pemandangan yang ada .

Tahapan selanjutnya adalah menganalisis posisi (*position*) dan isi (*content*) *serial vision* dari dua arah barat dan timur. Sesuai dengan prinsip metode analisis kualitatif rasionalistik, dalam menganalisis dan memberi pemahaman dan pemaknaan secara intelektual tetap berpedoman pada *grand concept*. Dalam menganalisis terhadap posisi dan isi tersebut tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut: 1) Tiap-tiap grafis *serial vision* dianalisis sehingga dapat diketahui makna serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap posisi/ isi *serial vision* tersebut dan 2) dari analisis tersebut akan menghasilkan pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor.

## B. Analisis Pengaruh *Signage* terhadap Estetika Visual

Dalam menganalisis pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor ada tiga variabel yang diteliti yaitu lokasi, sifat, serta warna dan pencahayaan *signage*. Lokasi *signage* dibedakan menjadi tiga zona sesuai dengan Shirvani (1985) yaitu zona trafik, advertensi dan zona pedestrian. Sedangkan menurut sifatnya dibedakan menjadi *sign* permanen dan temporer (Kelly and Raso, 1992).

### 1. Pengaruh Lokasi

Tabel : 4.2. Penilaian responden tentang pengaruh lokasi *signage*

Pengaruh lokasi <i>signage</i> terhadap estetika visual koridor			Pengaruh						Jumlah total	
			Positif		Negatif		Tidak berpengaruh			
Lokasi <i>signage</i>	frek	responden	frek	%	frek	%	frek	%	frek	%
Zona trafik	13 5,88%	Arsitek	2	10,00	18	90,00	0	0,00	20	100,00
		Umum	3	7,50	29	72,50	8	20	40	100,00
		Penghuni	6	30,00	11	55,00	3	15,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> di zona trafik</b>			<b>11</b>	<b>13,75</b>	<b>58</b>	<b>72,50</b>	<b>11</b>	<b>13,75</b>	<b>80</b>	<b>100,00</b>
Zona advertensi	186 84,16%	Arsitek	1	5,00	15	75,00	4	20,00	20	100,00
		Umum	8	20,00	15	37,50	17	42,50	40	100,00
		Penghuni	5	25,00	11	55,00	4	20,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> zona advertensi</b>			<b>14</b>	<b>17,50</b>	<b>41</b>	<b>51,25</b>	<b>25</b>	<b>31,25</b>	<b>80</b>	<b>100,00</b>
Zona pedestrian	22 9,96%	Arsitek	6	25,00	6	25,00	12	50,00	24	100,00
		Umum	28	73,68	5	13,16	5	13,16	38	100,00
		Penghuni	12	60,00	5	25,00	3	15,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> zona pedestrian</b>			<b>46</b>	<b>56,10</b>	<b>16</b>	<b>19,51</b>	<b>20</b>	<b>24,39</b>	<b>82</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

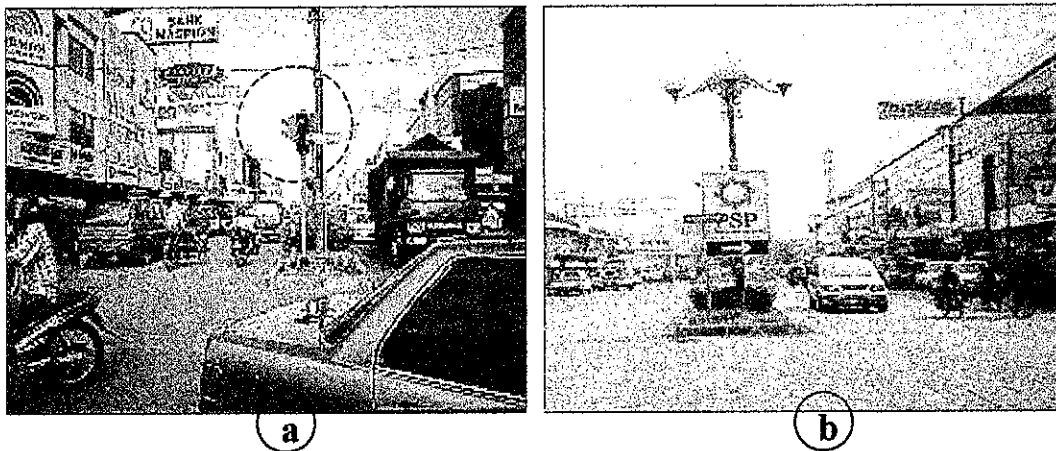
Lokasi *signage* yang dominan di koridor ini adalah di zona advertensi, yaitu pada fasade dan di atas bangunan. Ada dua pengaruh signifikan akibat lokasi *signage* yaitu pengaruh positif dan negatif (lihat tabel 4.2.). Lokasi *signage* di zona pedestrian memberikan pengaruh positif sedangkan *signage* di zona trafik dan zona advertensi memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor dan selanjutnya akan dibahas secara rinci.

### 1.1. Zona trafik

Zona trafik sangat strategis untuk pemasangan *signage*, karena secara frontal pandangan akan langsung tertuju ke zona ini. Oleh sebab itu lokasi ini sangat sesuai untuk rambu lalu lintas, ataupun informasi. Pemasangan *signage* berbentuk *pole sign*, dengan persebaran tidak merata. Jumlah *sign* di zona trafik kecil (5,88%) tetapi pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor cukup besar (70%).

Perencanaan *signage* di zona ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu *signage* yang terencana dan tidak terencana. Di kawasan Pertokoan Pekojan *signage* dibuat terencana, dipasang menyatu dengan lampu jalan, dimensi dan jarak dibuat teratur, pemasangan advertensi pada dua sisi, sehingga selain sebagai informasi juga menjadi unsur estetika. Penataan demikian membuat kesan monoton, jika berada pada jarak yang cukup panjang.

Sedang di lokasi lain masing-masing fungsi *signage* berdiri sendiri hanya sebagai unsur tambahan bukan merupakan satu kesatuan dengan perencanaan koridor. Dimensi dan proporsi *signage* tidak disesuaikan dengan lebar jalan sehingga tidak proporsional. Papan advertensi berdimensi besar dapat memberikan kesan ruang menjadi sempit. Selain itu pemasangan advertensi hanya pada satu sisi mengurangi estetika. Sebaliknya dimensi *sign* yang terlalu kecil membuat fungsi *signage* tidak optimal. Pemasangan *signage* yang tidak menyatu tampak pada gambar (4.2a.), dimana terdapat lampu lalu lintas, papan nama jalan dan lampu penerangan masing-masing berdiri sendiri. Seperti diungkapkan Spreiregen (1979) bahwa banyaknya tiang di jalanan akan mengurangi kualitas estetika. Padahal akan lebih efisien jika *signage* dibuat terpadu dalam satu tiang (Barnett, 1982). Jadi faktor yang harus diperhatikan dalam penempatan *signage* di zona trafik adalah irama, proporsi, skala serta kesatuan.



Gambar: 4.2. Lokasi *signage* di zona trafik . a) Perencanaan tidak terpadu antara lampu lalu lintas, papan nama jalan dan lampu penerangan. b) Desain papan advertensi menyatu dengan lampu jalan, sebagai elemen estetika koridor.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

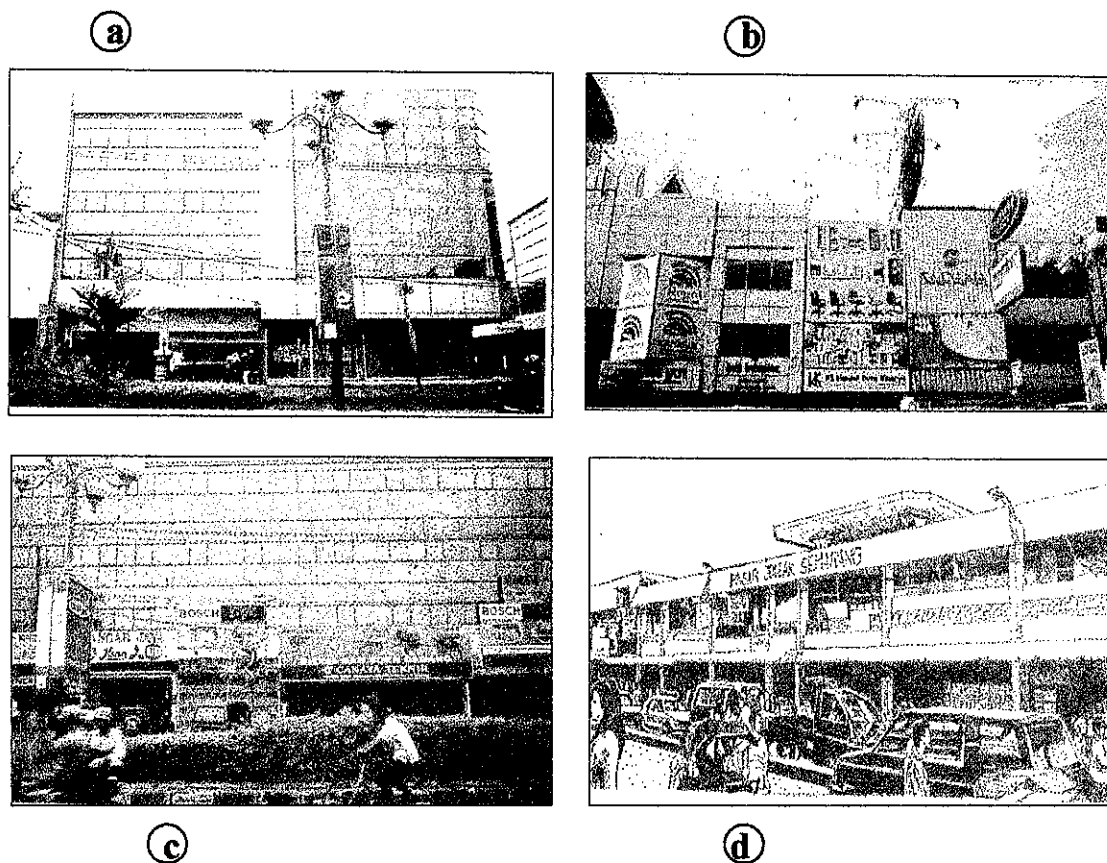
## 1.2. Zona advertensi

Zona advertensi merupakan lokasi yang dipadati *signage* (84,16%), Pemasangan yang dominan pada fasade bangunan, dengan persebaran tidak merata. Fasade bangunan merupakan aspek yang berkaitan erat dengan wajah koridor, terutama dari segi estetikanya (Jackle, 1987) oleh sebab itu *signage*-nya sangat dominan dengan fungsi utama *commercial identity*. Lokasi *signage* di zona ini memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor (lihat tabel 4.2).

Faktor utama penurunan estetika adalah persebaran *signage* tidak merata, yang disebabkan oleh individualisme dan orientasi. Masing-masing bangunan ingin berekspresi lewat *signage*, dan untuk memenangkan persaingan *owner* memberi identitas bangunan dengan berbagai macam advertensi, tanpa mempertimbangkan proporsi ruangnya. Akibatnya adalah fasade bangunan terkesan berat dan padat. Tidak ada keteraturan jarak dan jumlah dalam pemasangan *signage* antar bangunan. Selain itu terjadi kontradiksi dimana satu bangunan tampak padat oleh *signage* sedang bangunan lain berkesan kosong seperti tampak pada gambar (4.3a. dan 4.3b.).

Pertokoan Pekojan, Hotel Metro, Pasaraya Matahari merupakan bangunan yang menekankan minimalisme dan fungsionalisme atau mengalami kecenderungan reduksisme (Zahnd, 1999). Untuk memberikan identitas bangunan tunggal rupa tersebut harus diberi *signage*. Penempatan *signage* yang dominan di atas lantai satu. Sebab pada ketinggian tersebut merupakan orientasi bagi pengendara dan pejalan

kaki sehingga sangat sesuai untuk pemasangan dekorasi bangunan (Moughtin, *et al.* 1995) termasuk pemasangan *signage*. Jika ditinjau dari aspek skala maka pada ketinggian ini orang akan dapat melihat keseluruhan bangunan dengan sudut pandang  $27^\circ d/h = 2$ . (Ashihara, 1974; Spreiregen, 1978; dan Hakim, 1987). Jadi faktor irama, kesatuan, proporsi dan skala sangat dibutuhkan dalam pemasangan *signage* di zona advertensi.



Gambar: 4.3. Lokasi *signage* di zona advertensi. a) Fasade bangunan tanpa *signage* berkesan sepi dan tidak memiliki identitas. b) Fasade bangunan padat advertensi, sehingga menghilangkan wajah asli bangunannya. c) Penempatan *signage* tidak merata, kepadatan tinggi di bagian atas lantai satu. d) *Wall sign* pada fasade sebagai identitas bangunan.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

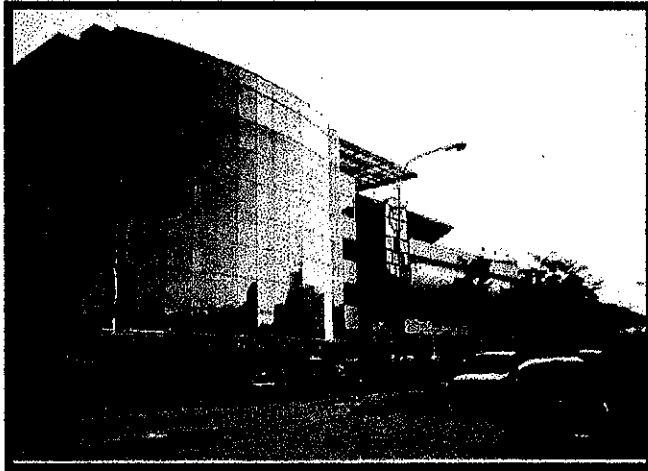
### 1.3. Zona pedestrian

*Signage* di zona pedestrian sebagai orientasi bagi para pejalan kaki (Shirvani, 1985). Fungsi *signage* yang dominan di zona ini adalah *commercial identity*, dalam bentuk *pole sign*. Meskipun persebarannya tidak merata, tetapi tidak terjadi kepadatan atau penumpukan *signage* di lokasi-lokasi tertentu sehingga tidak tampak menonjol. Oleh sebab itu secara umum lokasi *signage* di zona ini memberikan pengaruh positif terhadap estetika visual (tabel 4.3).

Di depan Plaza Semarang papan advertensi didesain dengan ketinggian  $\pm 3,50\text{m}$ , diatur berderet sehingga membentuk pembatas antara koridor dengan bangunan belantai banyak. Kombinasi warna serasi dengan bangunan, sebab direncanakan menyatu dengan bangunan sebagai latar belakangnya (lihat gambar 4.4.). Dengan adanya *sign* tersebut maka terbentuk ruang peralihan antara koridor dengan bangunan berlantai banyak.

Berbeda dengan penilaian masyarakat umum dan penghuni, responden arsitek menilai bahwa *signage* di zona pedestrian tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap estetika visual koridor. Hal tersebut diakibatkan oleh warna-warna *sign* yang tidak dominan terhadap lingkungan, sedang dimensi yang dominan adalah *signage* berdimensi kecil. Tidak adanya penumpukan *sign* di lokasi-lokasi tertentu di zona pedestrian ini membuat keberadaannya tidak menonjol. Hal inilah yang menjadikan *signage* di zona pedestrian tidak memberikan pengaruh terhadap

estetika visual koridor. Jadi faktor yang harus diperhatikan dalam penempatan *signage* di zona pedestrian adalah irama, ketinggian, proporsi, kaesatuan dan skala.



Gambar: 4.4. Lokasi *signage* di zona pedestrian. *Signage* membentuk ruang peralihan antara ruang koridor dengan bangunan berlantai banyak.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

## 2. Pengaruh Sifat *Signage*

Menurut sifatnya, *signage* dibedakan menjadi *sign* sementara dan permanen, yang keduanya sangat berbeda baik dari material yang digunakan maupun jangka waktu pemasangan. *Sign* sementara memiliki jangka waktu pemasangan lebih pendek dari *sign* permanen. Jumlah *sign* sementara tidak dapat diketahui dengan pasti karena akan berubah dalam waktu yang relatif singkat, sedang jumlah *sign* permanen dapat diketahui dengan pasti dan tidak mengalami perubahan dalam waktu cukup lama. Menurut Keputusan Walikota Semarang no. 973/0645 tahun 1999 tentang Tatacara

Penyelenggaraan Reklame di Wilayah Kota Semarang ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pemasangan *sign* yang berkaitan dengan sifatnya.

*Sign* sementara memiliki jangka waktu pemasangan maksimum 30 hari, sedang *sign* permanen berbentuk nama bangunan jangka waktu pemasangan tidak terbatas sepanjang tidak terjadi perubahan skala, lokasi dan naskah. Papan advertensi memiliki jangka waktu pemasangan 1 tahun dengan catatan jika waktu kontrak habis dapat ditinjau lagi. Oleh sebab itu pengaruh yang ditimbulkan juga berbeda, *sign* sementara tidak memberikan pengaruh signifikan sedang *sign* permanen memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor seperti terlihat pada tabel di bawah.

Tabel : 4.3. Penilaian responden tentang pengaruh sifat *signage* terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang

Pengaruh sifat <i>signage</i> terhadap estetika visual koridor komersial		Pengaruh						Jumlah total	
		Positif		Negatif		Tidak berpengaruh			
Sifat <i>signage</i>	responden	frek	%	frek	%	frek	%	frek	%
<i>Signage</i> sementara	Arsitek	6	30,00	5	25,00	9	45,00	20	100,00
	Umum	10	25,60	7	17,95	22	56,45	39	100,00
	Penghuni	5	25,00	13	65,00	2	10,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> temporer</b>		<b>21</b>	<b>26,58</b>	<b>25</b>	<b>31,65</b>	<b>33</b>	<b>41,77</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>
<i>Signage</i> permanen	Arsitek	0	0,00	10	50,00	10	50,00	20	100,00
	Umum	9	23,01	14	35,89	16	41,10	39	100,00
	Penghuni	2	10,00	15	75,00	3	15,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> permanen</b>		<b>11</b>	<b>13,92</b>	<b>39</b>	<b>49,37</b>	<b>29</b>	<b>36,71</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

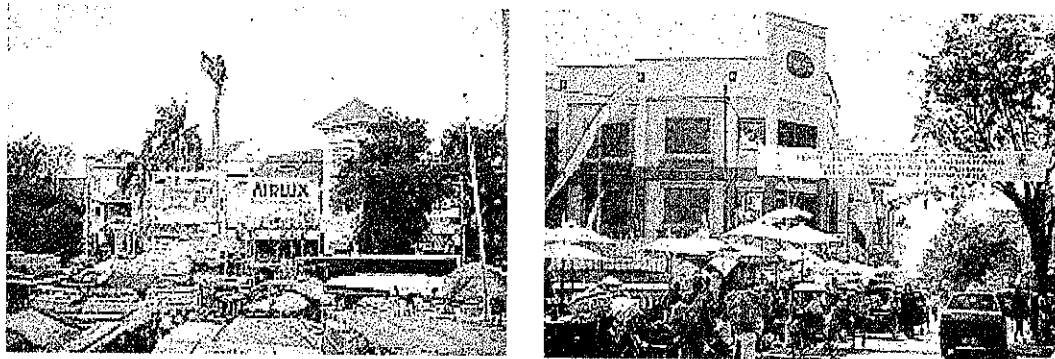
## 2.1. *Sign* sementara

*Sign* sementara memiliki waktu pasang tertentu. Sesuai dengan sifatnya, pemasangan *sign* sementara tidak menentu. Secara umum responden menilai bahwa bahwa *sign* ini tidak berpengaruh terhadap estetika visual koridor (41,77%). Hal tersebut disebabkan oleh waktu pemasangan *sign* tidak secara terus menerus, frekuensi pemasangannya akan meningkat jika ada *event* tertentu. *Sign* sementara yang dominan di koridor ini adalah spanduk yang dipasang di pinggir jalan maupun melintang di badan jalan, serta umbul-umbul yang pemasangannya di zona trafik dan pedestrian.

Terdapat perbedaan penilaian, dimana menurut responden penghuni menilai bahwa *sign* sementara berpengaruh negatif terhadap estetika visual. Pemasangan *sign* pada lokasi strategis seperti di sudut jalan atau di zona trafik akan membuat kepadatan di lokasi-lokasi tersebut dan dapat menghalangi pandangan seperti terlihat pada gambar (4.5a). Lama pemasangan *sign* sementara yang tidak sesuai ketentuan juga akan mengurangi estetika, sebab material yang dipakai akan cepat usang.

Pengaruh negatif lainnya adalah *sign* sementara dapat membahayakan atau mengganggu lalu lintas dan pemakai jalan. Sedangkan pengaruh positif dari *sign* sementara adalah dari aspek warna. Warna-warna *sign* sementara pada umumnya menyala sehingga dapat menghidupkan suasana. Jadi faktor yang harus diperhatikan

dalam pemasangan *sign* sementara adalah irama atau persebaran, jangka waktu pemasangan, material serta cara pemasangannya.



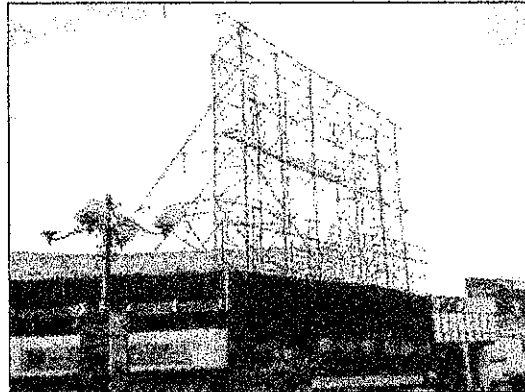
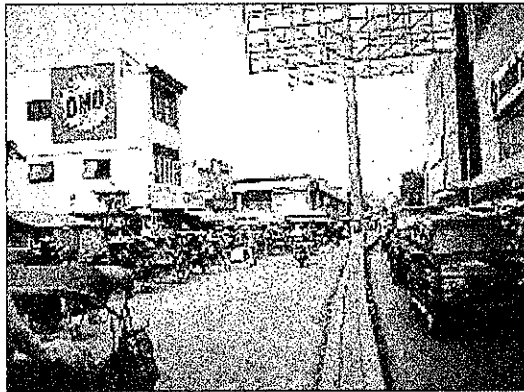
Gambar: 4.5. *Sign* sementara. Penumpukan *sign* sementara di sudut jalan, mengurangi keindahan dan menutupi bangunan di belakangnya. b) *Sign* sementara berbentuk umbul-umbul dan spanduk yang melintang di badan jalan.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

## 2.2. *Sign* permanen

*Sign* permanen memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang. Faktor yang menyebabkan penurunan estetika tersebut adalah persebaran tidak merata, panggung *sign* tidak terisi, serta dimensi *sign* tidak proporsional. Artinya sebagian besar *sign* direncanakan tidak menyatu dengan bangunan atau lingkungannya. Faktor individualisme sangat dominan dimana masing-masing bangunan saling berlomba memasang *signage* sebagai usaha untuk memenangkan pasar. Hal ini dapat dipahami, sebab dominasi fungsi *signage* adalah *commercial identity* (papan advertensi dan nama bangunan). Sesuai statemen Forbes

dalam Kasali (1992) bahwa tujuan utama advertensi adalah membujuk orang untuk membeli. Jangka waktu pemasangan *sign* permanen relatif lama sehingga memerlukan perawatan secara teratur. Hal ini yang kurang diperhatikan oleh para pemasang *signage*.



Gambar: 4.6. *Sign* permanen. a. Papan nama bangunan dalam bentuk *wall sign* OMO dan advertensi di zona trafik hanya pada satu sisi mengganggu b. Panggung advertensi kosong tidak proporsional dan tidak menyatu dengan bangunan hingga tanpa makna  
Sumber: Analisis peneliti. 2001.

### 3. Warna dan Pencahayaan

Efek warna tampak lebih dominan pada siang hari, sedang efek pencahayaan atau penerangan pada malam hari. Warna akan membuat efek tertentu pada koridor, dapat memberikan kesan skala, jarak, serta akan menghidupkan suasana kota sehingga menjadi meriah (Porter, 1982; Shirvani, 1985; Ishar 1992; dan Orr, 1995).

Kombinasi warna yang dominan adalah gelap dan terang

Tabel : 4.4. Penilaian responden tentang pengaruh warna dan pencahayaan *signage*

Pengaruh warna dan pencahayaan <i>signage</i> terhadap estetika visual koridor koridor		Pengaruh						Jumlah total	
		Positif		Negatif		Tidak berpengaruh			
Warna & pencahayaan	responden	frek	%	frek	%	frek	%	frek	%
Warna <i>signage</i>	Arsitek	2	10,00	12	60,00	6	30,00	20	100,00
	Umum	2	5,00	26	65,00	12	30,00	40	100,00
	Penghuni	6	30,00	8	40,00	6	30,00	20	100,00
<b>Pengaruh warna <i>signage</i></b>		<b>10</b>	<b>12,50</b>	<b>46</b>	<b>57,50</b>	<b>24</b>	<b>30,00</b>	<b>80</b>	<b>100,00</b>
Pencahayaan <i>signage</i>	Arsitek	0	0,00	19	95,00	1	5,00	20	100,00
	Umum	9	21,95	32	78,05	0	0,00	41	100,00
	Penghuni	6	30,00	14	70,00	0	0,00	20	100,00
<b>Pengaruh pencahayaan <i>signage</i></b>		<b>15</b>	<b>18,52</b>	<b>65</b>	<b>80,25</b>	<b>1</b>	<b>1,23</b>	<b>81</b>	<b>100,00</b>

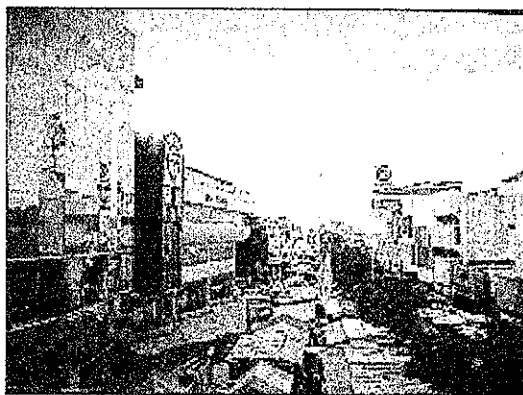
Sumber: Analisis peneliti, 2001.

Warna bukan merupakan faktor yang dominan di koridor ini. Secara umum warna sepanjang koridor jalan Agus Salim memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor (lihat tabel 4.3.). Ada dua hal yang menyebabkan penurunan estetika tersebut, yaitu (1) kombinasi warna antara *signage* dengan bangunan tidak menyatu; dan (2) kombinasi warna *signage* satu dengan lainnya tidak serasi.

Ada beberapa bangunan dengan warna *signage* serasi dengan bangunan (seperti Sango, Semarang dan Plaza Pasaraya Matahari dan Hotel Metro). Kombinasi warna senada tua dan muda membuat bangunan tampak lebih hidup dan memperjelas irama bangunan. Dengan kombinasi warna-warna kontras menjadikan *signage* sebagai *focal point* atau *eye catcher* bangunan.

Tetapi pada umumnya *signage* hanya sebagai unsur tambahan pada bangunan. Warna *signage* dibuat kontras dengan *background* dengan kombinasi warna tua dan muda. Kecenderungan individualisme sangat menonjol, sehingga tidak ada kesatuan dalam kombinasi warna antara bangunan satu dengan lainnya atau antara *signage* satu dengan lainnya. Di lokasi yang padat *signage* kombinasi warna sangat beragam sedang di lokasi yang lain terjadi warna-warna monoton.

Warna-warna monoton di bagian timur koridor yaitu di Pertokoan Pekojan sangat dominan. Sebagai bangunan berbentuk blok berdinding kaca, warna transparan berpengaruh terhadap skala ruang, sehingga koridor tampak lebih luas. Pada beberapa tempat aksen warna diberikan oleh adanya *signage* pada bangunan yang mengurangi kesan monoton. Jadi pada dasarnya unsur warna sangat penting pada perencanaan bangunan maupun kawasan, sebab dapat menghidupkan suasana dan dapat menjadi *focal point* bagi kawasan atau bangunan.



a



b

Gambar: 4.7. Warna *signage*, menunjukkan tidak ada keteraturan kombinasi warna.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

Dari aspek pencahayaan, terlihat bahwa *signage* di koridor jalan Agus Salim memberikan pengaruh negatif (80,25%), karena sebagian besar *signage* tidak diberi penerangan cukup. Padahal penerangan *sign* akan memberikan efek tertentu dan dapat menghidupkan suasana kota. Bahkan pencahayaan *signage* akan menandakan dimana *node* berada, seperti diungkapkan oleh Appleyard dalam Sardon (1986). Dengan minimnya penerangan *signage* membuat koridor ini berkesan gelap dan suram pada malam hari. Hal tersebut didukung pula oleh aktivitas komersial hanya terjadi pada siang hari, di malam hari koridor hanya sebagai lintasan (*passing bay*).

Kondisi tersebut berlawanan dengan ungkapan Cullen (1962) bahwa efek negatif *signage* pada malam hari adalah silau yang disebabkan oleh cahaya yang dipancarkan. Untuk menghidupkan suasana koridor pada malam hari maka diperlukan aktivitas pendukung serta penerangan cukup baik pada bangunan, penerangan jalan maupun *signage*.

#### **4. Estetika Visual Koridor Komersial Jalan Agus Salim Semarang**

Dari analisis di atas menunjukkan bahwa secara global *signage* memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya pengaruh negatif yang dominan baik oleh lokasi, sifat serta warna dan pencahayaan *signage*. Tabel 4.5. di bawah ini

menjelaskan penilaian responden tentang pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor pada siang dan malam hari.

#### 4.1. Pengaruh *signage* terhadap estetika visual

Tabel : 4.5. Penilaian responden tentang pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang

Pengaruh <i>signage</i> terhadap estetika visual koridor komersial		Pengaruh						Jumlah total	
		Positif		Negatif		Tidak berpengaruh			
Estetika <i>signage</i>	responden	frek	%	frek	%	frek	%	frek	%
Siang hari	Arsitek	0	0,00	19	95,00	1	5,00	20	100,00
	Umum	0	0,00	21	52,50	19	47,50	40	100,00
	Penghuni	2	10,00	17	85,00	1	5,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> siang hari</b>		<b>2</b>	<b>2,50</b>	<b>57</b>	<b>71,25</b>	<b>21</b>	<b>26,25</b>	<b>80</b>	<b>100,00</b>
Estetika <i>signage</i>	responden	frek	%	frek	%	frek	%	frek	%
Malam hari	Arsitek	0	0,00	19	95,00	1	5,00	20	100,00
	Umum	8	20,00	31	77,50	1	2,50	40	100,00
	Penghuni	4	20,00	14	70,00	2	10,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>signage</i> malam hari</b>		<b>12</b>	<b>15,00</b>	<b>64</b>	<b>80,00</b>	<b>4</b>	<b>5,00</b>	<b>80</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

Tabel di atas menjelaskan bahwa *signage* di koridor jalan Agus Salim memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap estetika visual koridor pada siang hari (71,25%). Artinya keberadaan *signage* yang didominasi hanya oleh papan advertensi menurunkan estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang. Aspek

yang menyebabkan penurunan tersebut adalah: (1) lokasi *signage* di zona trafik dan advertensi; (2) *signage* bersifat permanen serta (3) warna dan pencahayaan *signage*.

Seperti pada siang hari, pada malam hari *signage* memberikan pengaruh negatif yang signifikan (80%) terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang. Pengaruh negatif dari *signage* tersebut terutama disebabkan oleh (1) minimnya pencahayaan baik bangunan, jalan maupun pencahayaan *signage*; (2) aktivitas koridor yang hanya terjadi pada siang hari sehingga pada malam hari hanya sebagai jalur lintasan yang tampak sepi dan suram.

#### 4.2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap estetika visual

Tabel: 4.6. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap estetika visual koridor jalan Agus Salim Semarang

No	Faktor-faktor estetika	Frek	%
a.	Keterpaduan ( <i>unity</i> )	104	33,77
b.	Proporsi ( <i>proportion</i> )	58	18,83
c.	Irama ( <i>rhythm</i> )	56	18,18
d.	Skala ( <i>scale</i> )	51	16,56
e.	Warna ( <i>color</i> )	39	12,66
Jumlah total		308	100,00

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

Estetika suatu kawasan atau lingkungan akan tercapai jika faktor-faktor estetika terpenuhi. Unsur-unsur estetika tersebut adalah kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama, skala, kontras dan harmoni serta warna (Ishar, 1992; Moughtin 1992; Moughtin, *et al.* 1995). Faktor-faktor penyebab penurunan estetika di koridor jalan Agus Salim adalah kesatuan, proporsi, skala, irama, serta warna dan pencahayaan. Sedangkan prosentase besarnya faktor pengaruh tersebut terlihat pada tabel 4.6. di atas.

- a. **Kesatuan (*unity*)**, merupakan faktor yang sangat penting dari konsep *urban design* (Moughtin, 1992). Kesatuan pada kawasan ini tidak akan tercapai, jika komposisi dari elemen-elemen yang ada tidak harmonis. Fakta yang ada disini adalah bahwa *signage* hanya sebagai unsur tambahan, bukan merupakan satu kesatuan dengan bangunan atau lingkungan. Kepadatan *signage* tinggi pada beberapa tempat, serta banyaknya panggung *sign* yang tidak terisi merupakan salah satu indikasinya. Kecenderungan individualisme sangat menonjol, masing-masing bangunan berkespresi lewat *signage* dengan desain, dimensi sangat beragam. Dimensi *signage* tidak disesuaikan dengan skala ruang, sementara percampuran antara *signage* dengan aktivitas yang sangat padat membuat ruang berkesan sempit dan semrawut. Lokasi *signage* di tempat-tempat strategis sangat padat, sedangkan di lokasi lain kosong.

- b. **Proporsi (*proportion*)**. Pemasangan *signage* pada zona advertensi (pada fasade) tidak memperhatikan skala ruang yang ada, sehingga fasade berkesan berat, wajah asli bangunan tertutup oleh *sign* sehingga tidak tampak lagi. Bagian atas lantai satu merupakan bagian yang dipadati *signage*, sebab merupakan zona yang mudah diidentifikasi oleh pemakai jalan di depannya, dengan sudut pandang  $27^\circ$  atau  $d/h = 2$ , sedang fasade di bagian atas kosong. Hubungan antara elemen-elemen (*signage*) dan bangunan pada koridor ini tidak menyatu menjadi satu kesatuan visual atau tidak proporsional. Tidak sesuai dengan ungkapan Moughtin (1992) dan Moughtin *et al.* (1995) bahwa proporsi dalam *urban design* adalah hubungan antara elemen-elemen dan bangunan-bangunan menjadi hubungan menyatu secara visual.
- c. **Irama (*rhythm*)**. Pengaturan jarak papan advertensi akan memberikan irama tertentu. Irama ini digunakan untuk menghilangkan rasa bosan, namun jika irama tersebut terlalu bervariasi akan terjadi kekacauan visual. Tidak ada pengaturan jarak papan advertensi (terutama berdimensi besar) dan pembatasan jumlah *sign* pada tiap bangunan adalah faktor utama yang menyebabkan penurunan estetika. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan individualisme yang tinggi. Tiap-tiap bangunan berlomba memberikan identitas bangunan sebagai sarana berekspresi dan bangunan dijadikan sebagai media advertensi untuk memenangkan persaingan pasar. Namun demikian pada beberapa lokasi, papan

advertensi diatur dengan jarak dan skala tertentu, seperti di depan Semarang Plaza dan di zona trafik pertokoan Pekojan. Sehingga selain sebagai media informasi dan advertensi *signage* juga menjadi unsur estetika.

- d. **Skala (*scale*)**, dimensi *signage* dalam hal ini papan advertensi dan nama bangunan sangat berpengaruh terhadap proporsi dan skala ruang. Untuk mendapatkan jangkauan visual lebih luas maka skala *signage* dibuat besar atau pada lokasi tinggi. Papan advertensi berdimensi besar pada ruang sempit memberikan efek menekan pada ruang, dan membuat ruang berkesan lebih sempit. Selain dimensi warna juga memberikan pengaruh terhadap skala ruang. Bangunan pertokoan Pekojan yang berbentuk blok dengan permukaan kaca transparan memberikan kesan ruang koridor pada posisi ini lebih luas. Oleh sebab itu tidak timbul rasa keterlingkupan. Lokasi *signage* di atas bangunan membuat bangunan berkesan lebih tinggi. Oleh sebab itu membuat perubahan pada kesan skala ruang koridor.
- e. **Warna dan pencahayaan (*color and lighting*)**. Warna akan berpengaruh terhadap kesan skala dan jarak (Moughtin, 1992; Orr, 1995). Pada dinding selatan Pertokoan Pekojan bangunan blok terbuat dari kaca sangat dominan. Warna terang dan transparan dinding tersebut membuat kesan koridor lebih luas. Warna *signage* yang dominan adalah kombinasi warna gelap terang sehingga

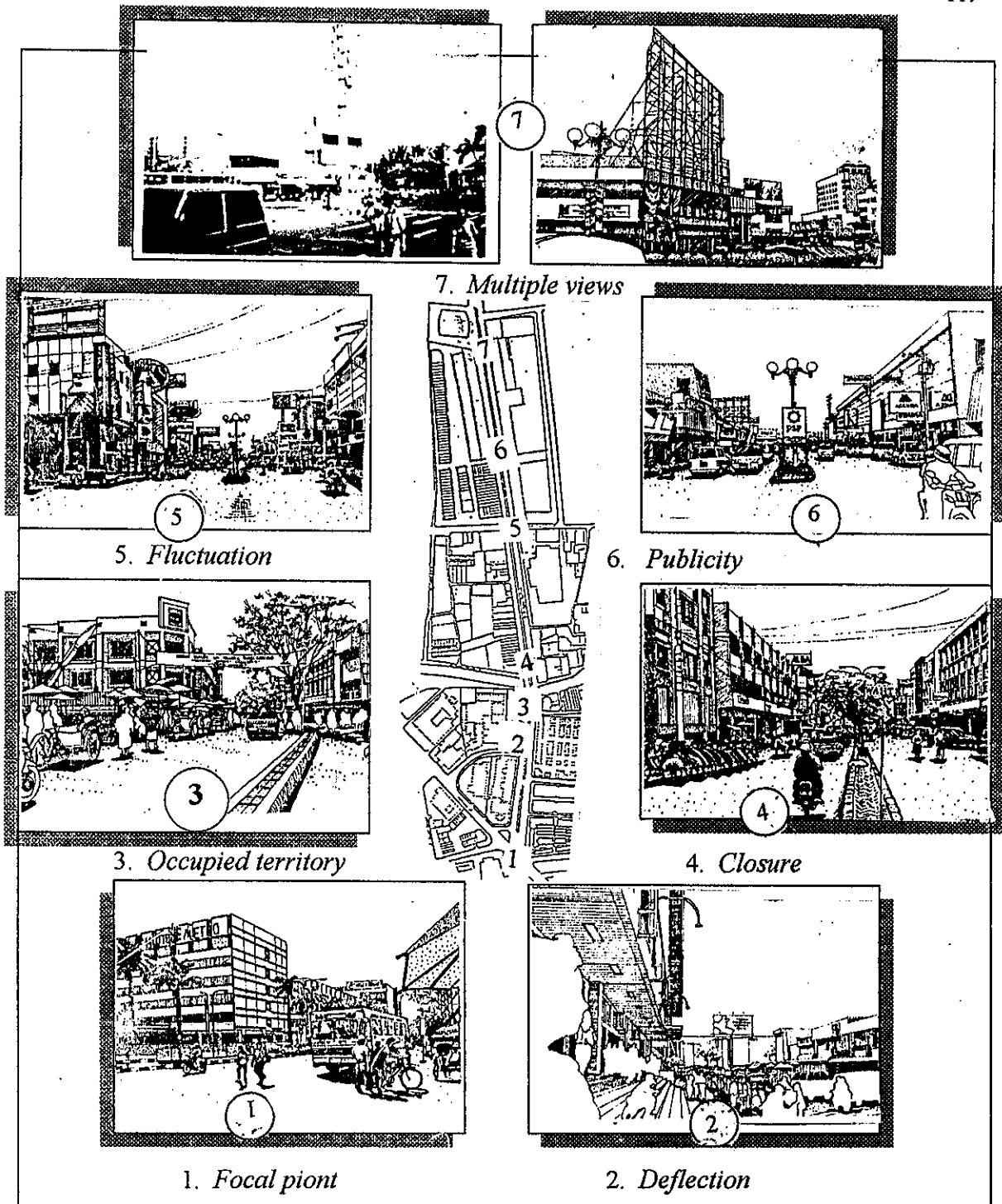
mudah terlihat dan menarik perhatian. Kombinasi warna *signage* dengan *background* bangunan atau bangunan satu dengan lainnya kurang serasi, sehingga kombinasi warna di koridor ini memberikan efek negatif. Pada malam hari pencahayaan *signage* memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap estetika, karena koridor hanya berfungsi sebagai lintasan. Hal ini bertentangan dengan *statement* Cullen bahwa penerangan pada *sign* akan menarik perhatian pengendara dan memberikan efek silau sehingga membahayakan. Pengaruh negatif *signage* terhadap estetika penyebab utamanya adalah faktor pencahayaan yang, sangat kurang baik pada *signage* (papan advertensi) maupun penerangan jalan dan bangunan. Oleh sebab itu efek pencahayaan di koridor ini tidak dapat mengindikasikan bahwa koridor ini adalah pusat aktivitas (*node*) atau dan tidak menandakan suatu kawasan komersial. Kondisi ini terjadi oleh karena aktivitas hanya pada siang hari, terlihat pada prosentase toko yang buka pada siang dan malam hari sehingga pada malam hari berkesan menjadi kawasan mati, karena tidak ada penerangan yang cukup baik pada bangunan, koridor maupun penerangan *signage*.

### C. Analisis Grafis *Serial Vision* Koridor Jalan Agus Salim

#### 1. *Serial Vision* dari Arah Barat

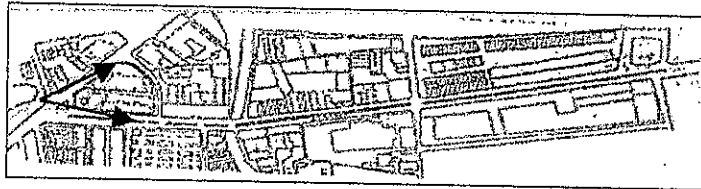
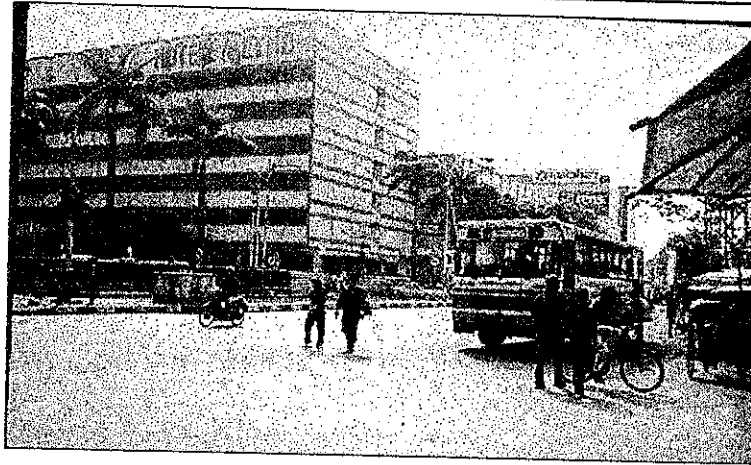
Dalam menganalisis grafis *serial vision* koridor jalan Agus Salim dilakukan dari dua arah berlawanan yaitu dari arah barat dan timur. Memasuki koridor jalan Agus Salim dari arah barat (dari arah jalan Pemuda) diawali dengan pemandangan pada tipologi ruang *Y-junction*, dan diakhiri pada pandangan *multiple views* (gb.4.8).

1. Bangunan Hotel Merto berada pada pertemuan antara jalan Pemuda dan Agus Salim membentuk *Y-junction* dan menjadi *focal point* kawasan dari arah barat.
2. Papan advertensi di zona trafik menjadi *focal poin* dari arah barat, sementara ruang koridor mengalami penutupan akibat adanya sudut belokan di bagian depan.
3. Di depan Pasar Johar dan sekitar jembatan kali Semarang terjadi *occupied territory* oleh pedagang kaki lima, yang mengakibatkan terjadinya *narrowing*.
4. Dinding koridor membentuk pagar, sehingga terjadi ruang *closure*. Tanaman di tengah jalan memperpendek kesan skala koridor berbentuk linear.
5. Berjalan ke arah timur terlihat pergerakan ruang karena pemasangan *signage* pada fasade dan di atas bangunan.
6. *Publicity*, sangat dominan, dimana pada zona advertensi dan trafik benar-benar dimanfaatkan sebagai ruang advertensi.
7. Sebagai akhiran dari perjalanan ke arah timur koridor terjadi pemandangan *multiple views*, yang dipenuhi dengan papan advertensi pada berbagai orientasi pandangan.



TESIS	LEGENDA	
PENGARUH SIGNAGE TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR JL AGUS SALIM SEMARANG	Sekuens dari arah barat	
	Gambar: 4.8. Serial vision	Sumber: Analisis peneliti. 2001.




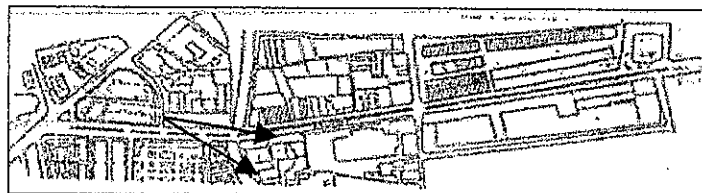


### 1.1. Focal Point

Bangunan Hotel Metro berada pada pertemuan antara jalan Pemuda dan Agus Salim yang membentuk *Y-junction*, sehingga menjadi *focal point* kawasan dari arah barat. *Wall sign Hotel Metro* berfungsi sebagai penanda bangunan berbentuk blok, sehingga mempermudah identifikasi bangunan. Lokasi *signage* Hotel Metro dan Matahari yang berada di latar belakang berada di tempat tinggi memiliki jangkauan visual cukup jauh. Sehingga fungsi dari *signage* tersebut bukan hanya sebagai *commercial identity*, tetapi juga sebagai identitas dan *eye catcher* pada masing-masing bangunan.


Pada dinding kiri unsur geometris sangat dominan, dibentuk oleh garis-garis vertikal dan horisontal dengan pola warna gelap terang sehingga iramanya jelas, dikomndinasikan dengan unsur lembut berupa tanaman palm yang berkesan formal. Sangat kontras dengan dinding kanan (Pasar Ya'ik) yang tidak memiliki kejelasan pola dan warna. Dari sini tampak bahwa unsur warna yang disusun dengan pola teratur dapat membentuk dan memperjelas irama pada bangunan atau kawasan.

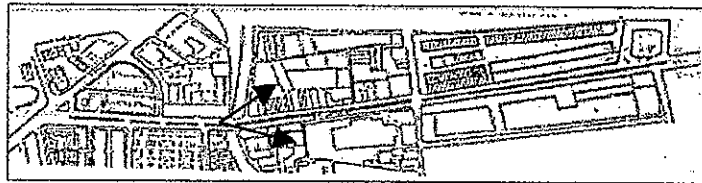
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH SIGNAGE TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Lokasi Hotel Metro pada <i>Y-junction</i> menjadi <i>focal point</i> dari kawasan arah barat		 UTARA
	Gambar: 4.9. <i>Focal point</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001	



## 1.2. Deflection

Dengan adanya sudut (*angles*) maka bangunan yang ada di depan membentuk dinding yang menyatu dengan dinding kiri dan kanan. Sehingga ruang koridor berkesan terlingkupi oleh dinding tersebut. Posisi yang strategis ini dimanfaatkan untuk menempatkan papan advertensi di zona trafik, yang dari arah barat menjadi *focal point*. Dimensi advertensi besar (4x8)m, lebar koridor (15,00m) dengan aktivitas dan lalu lintas sangat padat membuat kesan koridor mejadi sempit. Dinding sebelah kiri terbentuk oleh unsur-unsur geometris bangunan blok berlantai lima, dengan *wall sign* sebagai identitas bangunan. Berbeda dengan Swalayan Matahari dinding koridor kanan (pasar Johar) fasadenya tidak memiliki kejelasan pola.


TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	<i>Deflection</i> terbentuk akibat sudut belokan di arah depan yang membuat penutupan ruang.		 UTARA
	Gambar: 4.10. <i>Deflection</i> (pembelokan)	Sumber: Analisis peneliti. 2001	

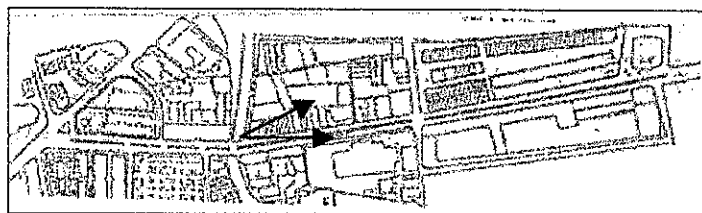
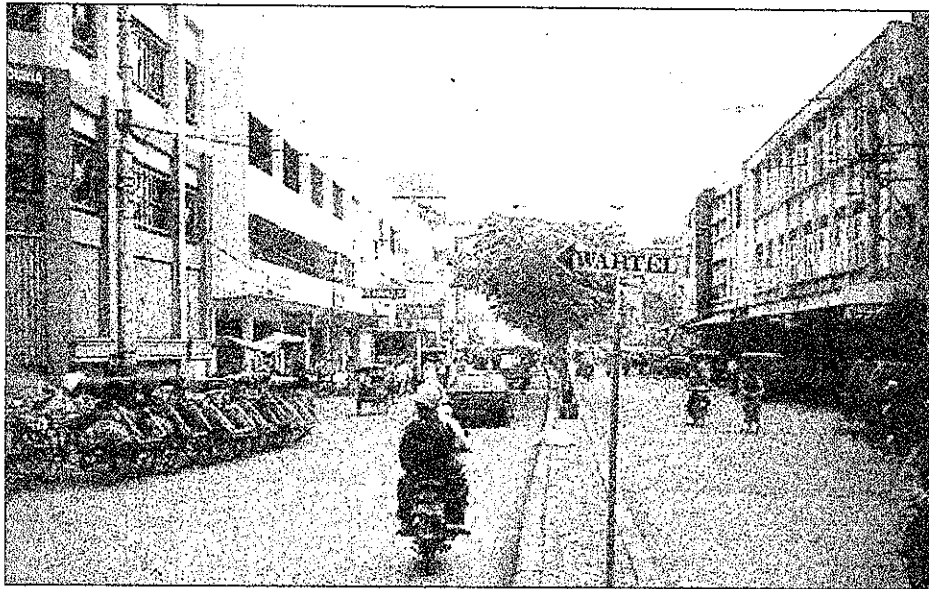


### 1.3. *Occupied Territory*

Jalur pedestrian dikuasai oleh pedagang kaki lima dengan mendirikan tenda-tenda, sehingga para pejalan kaki *muntah* keluar, menggunakan jalur kendaraan sebagai sarana berjalan kaki. Akibatnya terjadi penyempitan (*narrowing*). Lokasi gedung Sango memanfaatkan *angles* dan *deflection* dengan papan nama di bagian atas bangunan sebagai *focal point* dari arah barat. Warna bangunan yang berbeda dan dominan terhadap lingkungan memperkuat *focal point*.


Bentuk geometris membentuk irama teratur pada masing-masing dinding koridor yang serasi, dengan ketinggian relatif sama ( $d/h = 1$ ), sehingga skala ruang yang terbentuk tampak seimbang. *Commercial identity* berada di atas bangunan menjadi *eye catcher*. Lokasi ini dipadati pula oleh *sign* sementara berbentuk umbul-umbul dan spanduk dengan warna-warna menyala, sehingga suasana tampak lebih meriah. Jadi warna dapat memperkuat *focal point* pada bangunan, sedang aktivitas yang menguasai jalan menyebabkan terjadinya *narrowing* (penyempitan ruang koridor).

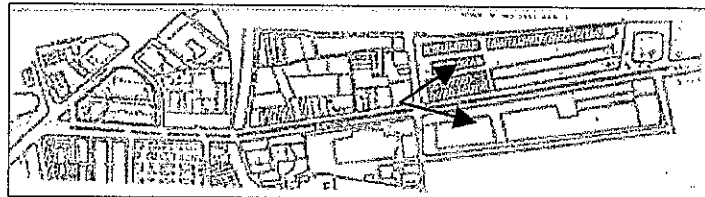
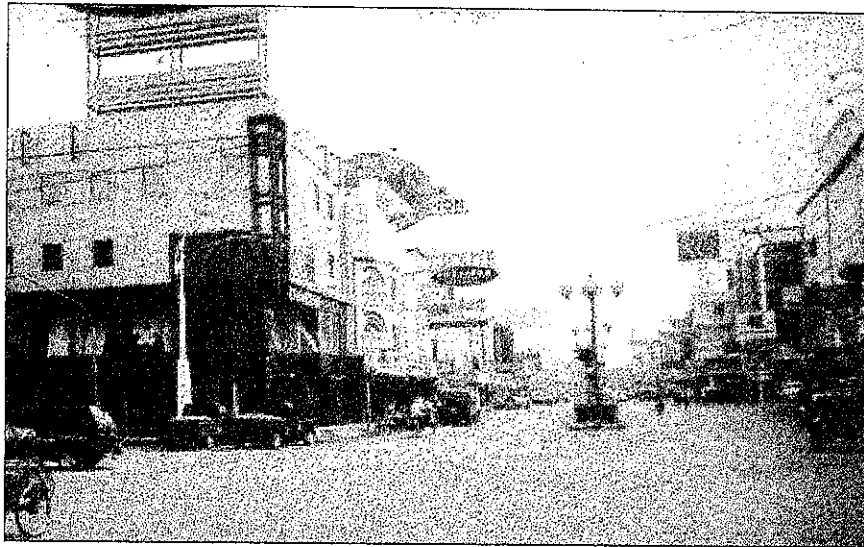
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Jalur pedestrian dikuasai oleh PKL dan pengunjung sehingga pejalan kaki keluar jalur		 UTARA
	Gambar: 4.11. <i>Occupied territory</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001	



#### 1.4. Closure


Dinding kanan dan kiri koridor memiliki ketinggian relatif sama sehingga membentuk ruang *closure*. Dengan  $d/h = 1$ , kesan ruang menjadi seimbang, dan pada posisi demikian dinding membentuk ruang koridor yang melingkupi. Warna dinding kiri di latar depan dominan terhadap lingkungan. Dinding koridor dibentuk oleh unsur geometris baik sebelah kiri maupun kanan, membuat keteraturan irama. Tanaman berada di tengah jalan menghalangi pandangan langsung ke depan sehingga kesan skala jarak menjadi lebih pendek. Sedangkan *informational sign* berbentuk penunjuk arah WARTEL lokasinya sangat strategis, tetapi tidak proporsional dan kurang informatif.

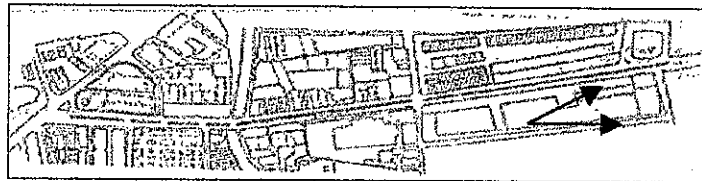
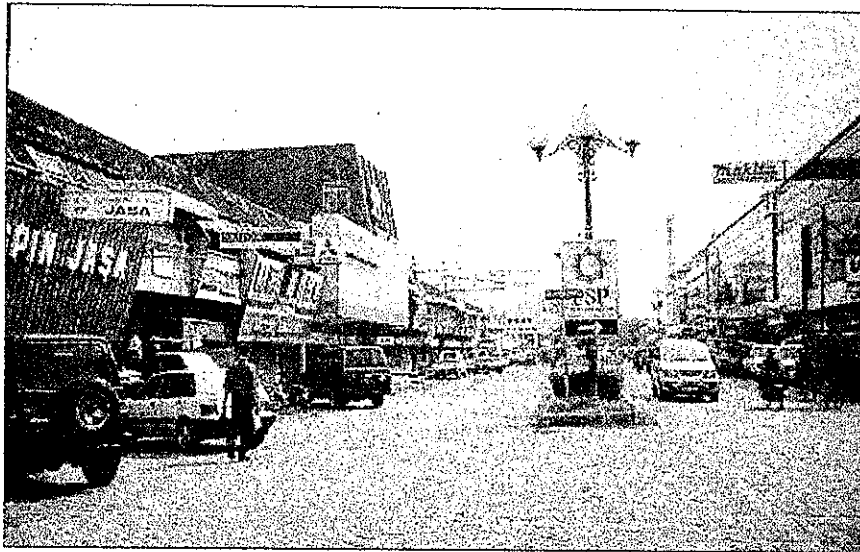
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Dinding koridor membentuk ruang <i>closure</i>		 UTARA
	Gambar: 4.12. <i>Closure</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001	



### 1.5. *Fluctuation*


Suatu kesan pergerakan terjadi karena pemasangan *signage* di zona advertensi (pada fasade dan di atas bangunan), demikian juga ketinggian bangunan yang berbeda menciptakan pergerakan dari satu tempat ketempat lain. Untuk membuat irama pergerakan teratur diperlukan pengaturan jarak *sign*, terutama *sign* berdimensi besar. Pergerakan pada posisi ini diawali dari ruang yang lebar (di perempatan) menuju ruang koridor yang lebih sempit. Tiang lampu dan papan advertensi di zona trafik memberikan kesan jarak menjadi lebih pendek pada ruang koridor berbentuk yang linear ini. Lokasi *signage* di atas bangunan akan membuat kesan koridor tidak monoton, karena terjadi suatu pergerakan (*fluctuation*) dari maju mundurnya *hanging sign* dan perubahan tinggi rendah *skyline*.

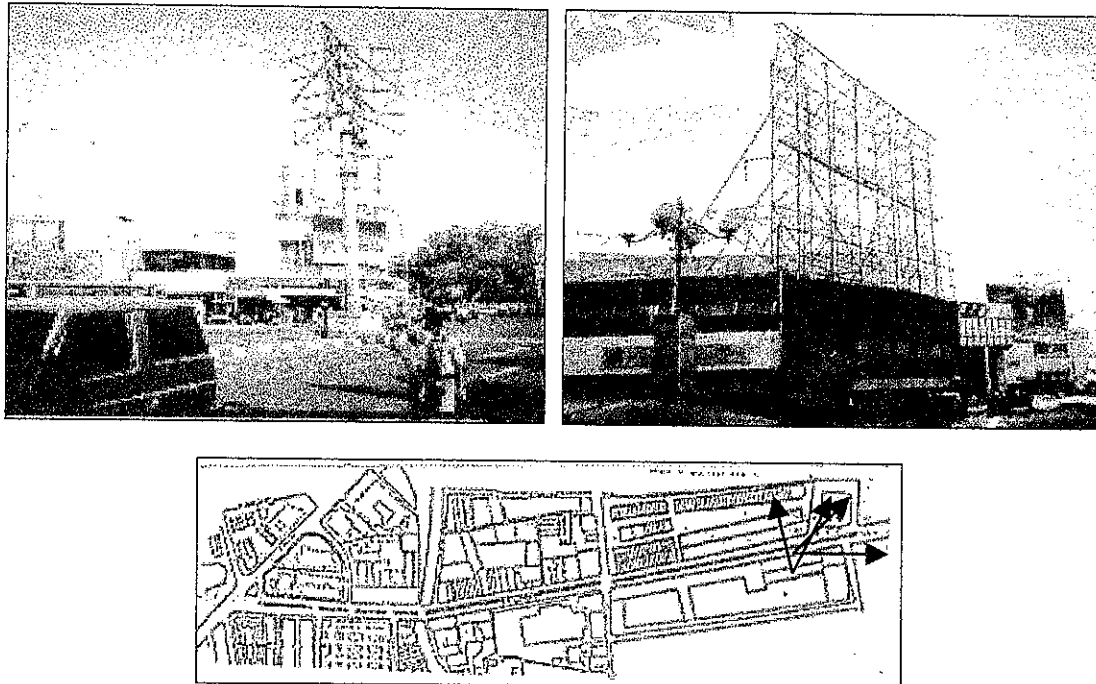
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Pemasangan <i>signage</i> membuat pergerakan sehingga ruang tidak monoton		 UTARA
	Gambar: 4.13. <i>Fluctuation</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001	



### 1.6. *Publicity*


Pada posisi ini (di pertengahan Pertokoan Pekojan) terasa berada di belantara advertensi. Ruang koridor bukan hanya sebagai ruang sirkulasi tetapi benar-benar dimanfaatkan sebagai ruang *publicity* (pengumuman/ advertensi). Tampak pada dinding koridor maupun jalur pemisah dimanfaatkan sebagai media advertensi luar ruang. Arogansi dalam pemasangan *commercial identity* adalah suatu usaha yang dilakukan *owner* untuk memenangkan persaingan pasar, sesuai dengan tujuan advertensi yaitu membujuk orang untuk membeli (Kasali, 1992). Akibatnya fasade bangunan dipenuhi dengan *signage*, antara *signage* dengan ruang fasade tidak proporsional, sehingga terjadi kekacauan visual, wajah asli bangunan tidak tampak lagi. Untuk mengurangi kekacauan visual diperlukan irama, proporsi dan pembatasan *signage* pada bangunan.

TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Pemanfaatan ruang koridor sebagai media advertensi luar ruang		 UTARA
	Gambar: 4.14. <i>Publicity</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001	



### 1.7. Multiple Views

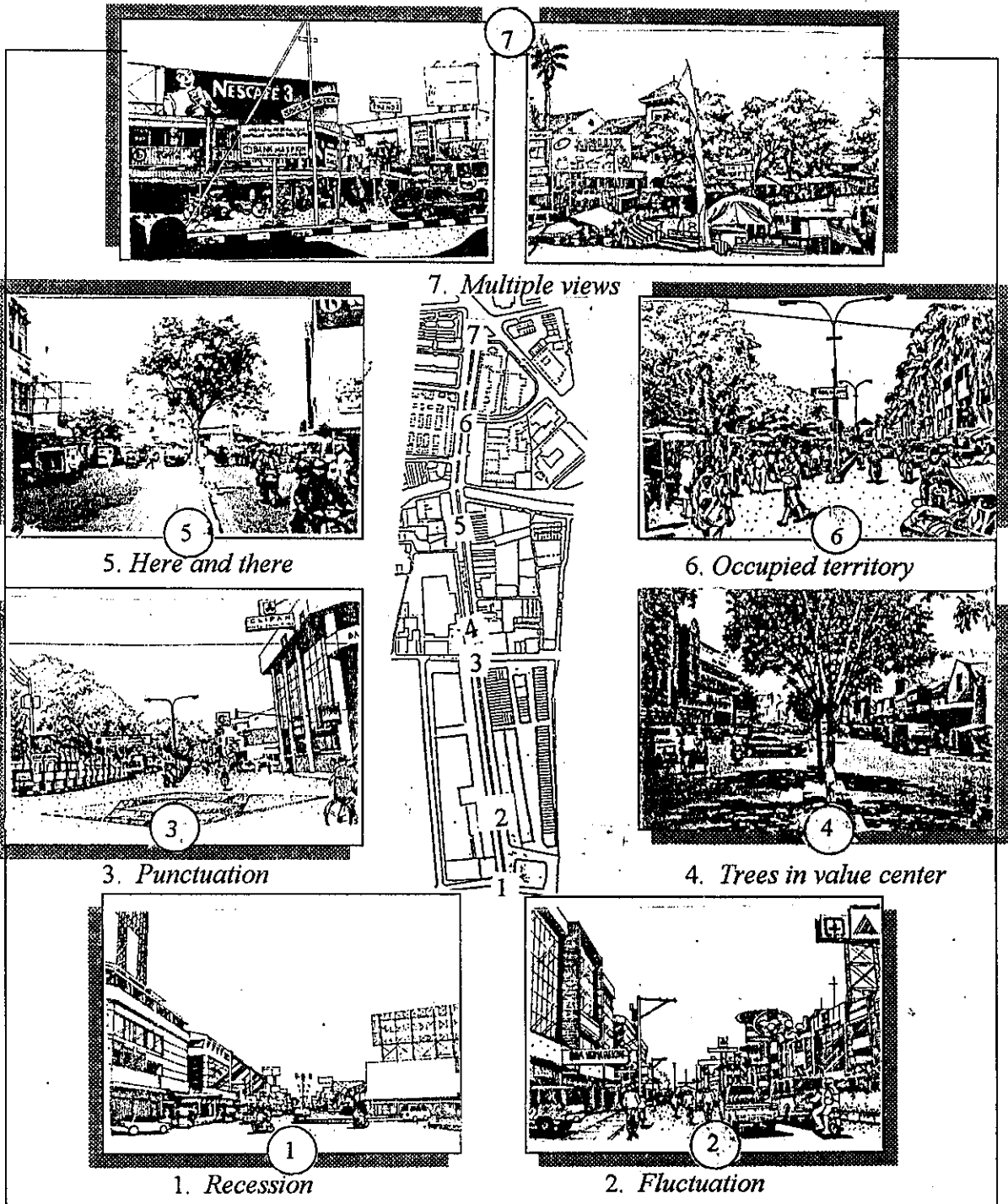
Di ujung timur koridor tipologi ruang *multiple views*, dimana dari posisi ini dapat melihat alternatif pemandangan ke berbagai arah. Titik-titik yang strategis dimanfaatkan untuk menempatkan panggung advertensi dan papan advertensi seperti di pertemuan jalan atau di sudut jalan dan di atas bangunan. Lokasi panggung advertensi seperti gambar a dan b menjadi *focal point* lingkungan, tetapi dengan panggung yang kosong dan tidak proporsional (gambar b) merusak estetika. Sebab, panggung advertensi bukan merupakan unsur yang menyatu dengan bangunan tetapi hanya sebagai kerangka baja yang tidak memiliki makna. Oleh sebab itu dalam merencanakan bangunan dan *signage* diperlukan kesatuan antar elemen yang ada.


TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Pada ruang <i>multiple views</i> , lokasi yang strategis dimanfaatkan untuk menempatkan panggung advertensi.		 UTARA
	Gambar: 4.15. <i>Multiple views</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001	

## 2. Analisis *Serial Vision* dari Arah Timur

Koridor jalan Agus Salim dari arah timur diawali dari belokan di bundaran Bubakan dan di akhiri di ujung barat koridor yang berbentuk *multiple views*. Sekuens gambar 4.16. menjelaskan:

1. Panggung advertensi di atas bangunan menjadi *focal point* dari arah timur, perbedaan warna dinding memberi kesan bangunan menjadi lebih maju/ mundur.
2. Di pertengahan pertokoan Pekojan dinding koridor adalah bangunan berbentuk blok monoton. Dengan penempatan *signage* di atas dan pada fasade bangunan memberikan kesan pergerakan (*fluctuation*) pada koridor.
3. Berjalan ke arah barat terjadi kontras dinding koridor, sementara di kejauhan tampak *mall identity* dengan jangkauan visual cukup jauh.
4. Tanaman di tengah jalan sebagai unsur estetika. Pada posisi ini *mall identity* tidak tampak lagi dimana tanaman tersebut berfungsi sebagai frame.
5. Bangunan dimana *mall identity* tampak jelas, dengan dua *eye catcher*, advertensi **tens** sebagai *eye catcher* latar depan sedang *wall sign Omo* pada latar belakang.
6. Atap bangunan Hotel Dibya Puri menjadi misteri di ujung koridor sebagai *ending point* koridor di ujung barat.
7. Di ujung koridor terdapat alternatif pemandangan ke berbagai arah, dimana setiap sudut dipenuhi dengan papan advertensi baik yang bersifat sementara maupun permanen. Sementara Hotel Dibya Puri tampak lebih jelas, tetapi tertutup oleh *signage* mendominasi setiap sudut jalan.




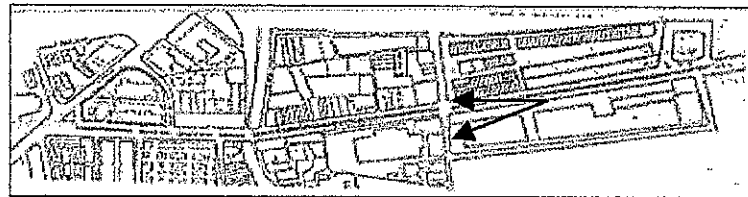
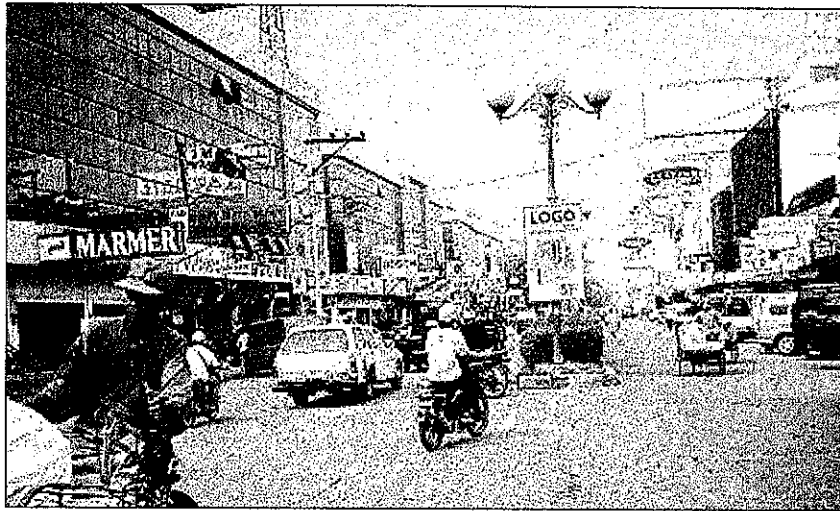
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR JL AGUS SALIM SEMARANG	Sekuens dari arah timur		 UTARA
	Gambar: 4.16. <i>Serial vision</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001.	



### 2.1. *Recession*


Terdapat perbedaan kontras antara dinding kiri dan kanan koridor, baik ketinggian maupun warnanya. Dinding sebelah kiri didominasi oleh dinding kaca transparan berwarna cerah sehingga berkesan lebih maju. Sedangkan dinding koridor sebelah kanan memiliki warna-warna yang lebih gelap sehingga tampak lebih mundur. Permukaan dinding dengan dominasi warna muda transparan tersebut juga membuat kesan ruang koridor tampak lebih luas, sehingga pada posisi ini tidak ada rasa terlingkupi. Pemasangan *signage* pada fasade bangunan mengurangi kesan monoton pada dinding kiri.

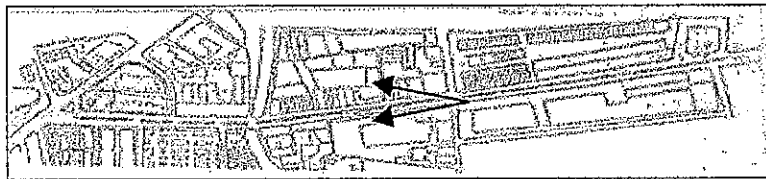
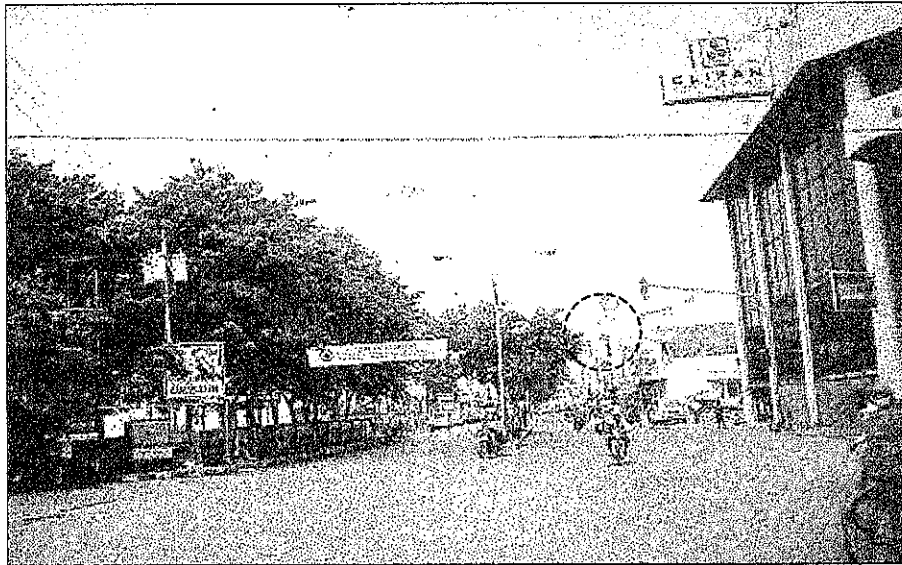
TESIS	LEGENDA		 UTARA
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR JL AGUS SALIM SEMARANG	Tidak semua bangunan di tempat jauh tampak jauh, warna muda membuat tampak lebih dekat dan warna tua membuat tampak lebih jauh	Sumber: Analisis peneliti. 2001.	
	Gambar: 4.17. <i>Recession</i>		



## 2.2. *Fluctuation*


Masih seperti pemandangan sebelumnya dinding koridor tampak berwarna muda transparan. Kecenderungan reduksisme terlihat dari bangunan-bangunan berbentuk blok. pemasangan *signage* pada fasade dan di atas bangunan membuat adanya pergerakan pada dinding koridor yang monoton. Tiang lampu dan papan advertensi di zona trafik dibuat terpadu dan merupakan unsur yang berulang. Jika dibuat dengan irama tertentu akan mengurangi kesan monoton. Selain memperkecil kesan skala juga berfungsi sebagai unsur estetika. Jadi selain sebagai identitas bangunan secara visual *signage* sebagai unsur pergerakan pada koridor dengan dinding bangunan monoton.

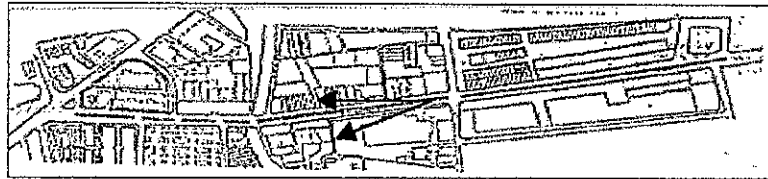
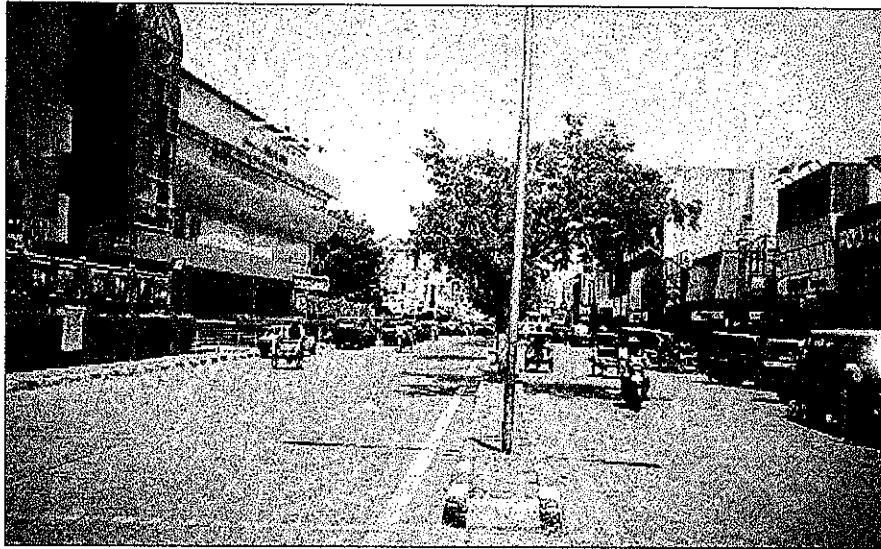
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR JL AGUS SALIM SEMARANG	Pemasangan <i>signage</i> pada bangunan membuat pergerakan pada dinding koridor yang monoton		 UTARA
	Gambar: 4.18. <i>Fluctuation</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001.	



### 72.3. Punctuation


Dinding pembentuk koridor sangat kontras. Pada dinding kanan bangunan merupakan unsur keras (*hard material*), sedang dinding kiri unsur tanaman (*soft material*). Bangunan, tanaman, lampu lalu lintas, dan papan advertensi memiliki fungsi masing-masing. Tanaman memperlembut dinding koridor bangunan yang keras, papan advertensi di sudut jalan sebagai *eye catcher*, karena lokasinya strategis. Di latar belakang *mall identity* berada di tempat yang tinggi sehingga jangkauan visualnya cukup jauh sebagai penanda, bahwa di latar belakang terdapat bangunan berlantai banyak.

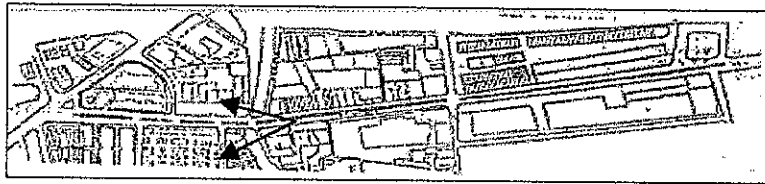
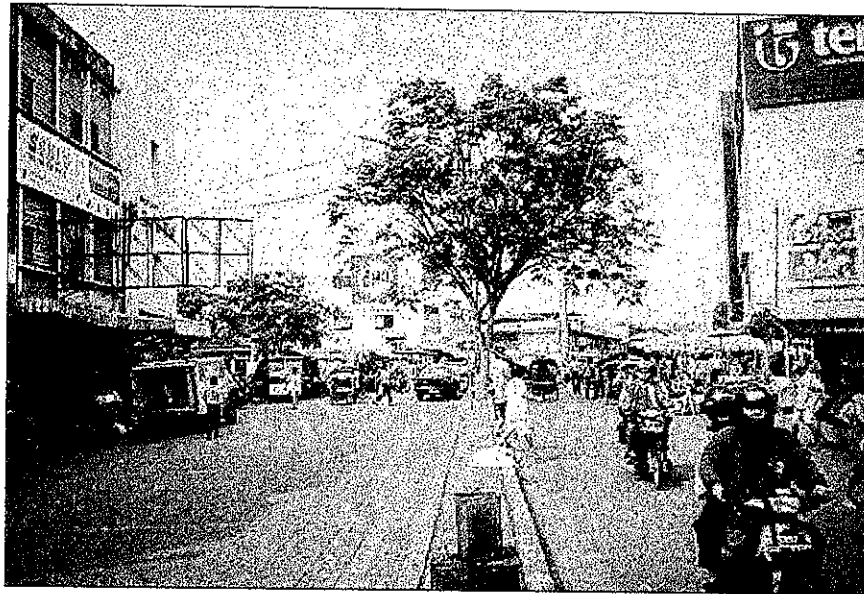
TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Elemen koridor sangat beragam tetapi masing-masing memiliki fungsi		 UTARA
	Gambar: 4.19. <i>Punctuation</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001.	



#### 2.4. *Trees in Value Center*


Tanaman berada di jalur pemisah yang menjadi pusat perhatian. Tanamam tersebut berfungsi artistik, sebagai unsur dekorasi pada ruang koridor, yang memisahkan antara dinding kiri dan kanan. Warnanya yang segar menjadi unsur penyejuk dari lingkungan yang didominasi warna cerah. Pada koridor berbentuk linear, tanaman ini dapat menghalangi pandangan langsung ke depan sehingga kesan jarak menjadi lebih pendek. Tanaman ini merupakan unsur yang berulang di koridor sehingga membentuk irama tertentu dan mengurangi kesan monoton. Papan advertensi pada dinding kiri disusun berderet menjadi ruang penghubung antara koridor dengan gedung Semarang Plaza berlantai banyak

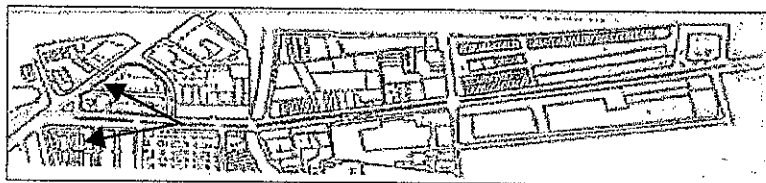
TESIS	LEGENDA		
<b>PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG</b>	Lokasi tanaman berada di tempat yang strategis sehingga menjadi pusat perhatian		 <b>UTARA</b>
	Gambar: 4.20. <i>Trees in the value center</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001.	



### 2.5. *Here and There*


Pada posisi ini koridor dibelokkan dengan sudut kecil, sehingga tampak pemandangan bangunan di latar belakang posisinya lebih maju. Posisi ini dimanfaatkan secara optimal untuk menempatkan *signage*. Di latar depan (disini) tampak *wall sign tens* sebagai *eye catcher* sedang di latar belakang (disana) *wall sign OMO* sebagai *eye catcher*. Warna yang menyala dan kontras menjadikan *wall sign* ini tampak lebih jelas, sehingga memperkuat *eye catcher* tersebut. Tanaman di tengah jalan lokasinya strategis, menjadi penghalang sehingga pemandangan yang berada di belakang tidak langsung tampak.

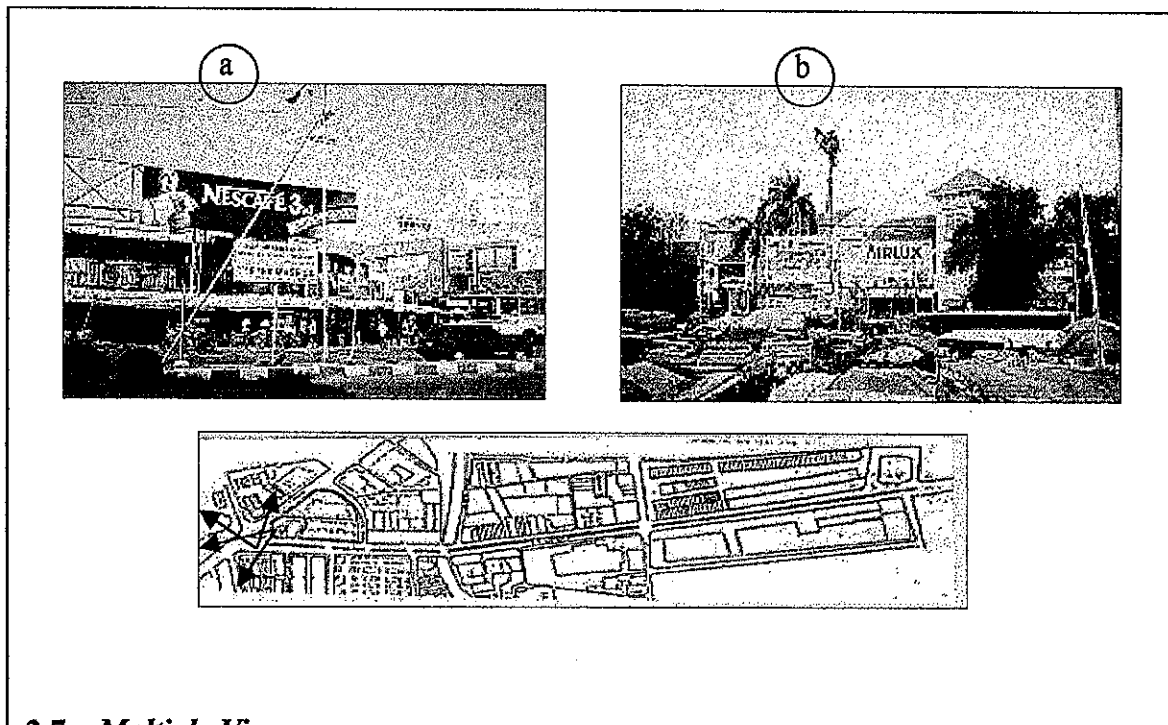
TESIS	LEGENDA	
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Pemanfaatan dinding pada belokan sebagai lokasi <i>signage</i> sehingga menjadi <i>eye catcher</i> pada latar depan dan latar belakang	
	Gambar: 4.21. <i>Here and there</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001.
	 UTARA	



## 2.6. Occupied Territory

Di depan Pasar Ya'ik jalur pedestrian dikuasai oleh pedagang kaki lima, dengan mendirikan tenda-tenda, sehingga para pejalan kaki dan pengunjung menggunakan jalur kendaraan yang menyebabkan penyempitan ruang koridor (*narrowing*). Dinding koridor tampak kontras, sebelah kanan berbentuk formal dengan bentuk-bentuk geometris dikombinasikan dengan garis vertikal pohon palm yang berbentuk formal. Pemandangan pada dinding kiri tampak tidak ada keteraturan baik bangunan maupun tanaman. Di ujung koridor pemandangan diakhiri dengan suatu misteri, melalui penampilan atap bangunan Hotel Dinya Puri berbentuk segi tiga.


TESIS	LEGENDA		
PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG	Di depan Pasar Ya'ik koridor dikuasai oleh aktivitas PKL sehingga terjadi <i>narrowing</i>		 UTARA
	Gambar: 4.22. <i>Occupied territory</i>	Sumber: Analisis peneliti. 2001.	



**2.7. Multiple Views**

Di ujung barat koridor terjadi pemandangan ke berbagai arah akibat adanya pertemuan beberapa ruas jalan. Sudut-sudut jalan yang sangat strategis dimanfaatkan untuk menempatkan *signage* baik bersifat permanen maupun sementara, berlokasi pada bangunan dan di luar bangunan. Akibatnya adalah di lokasi ini kepadatan *signage* tinggi. *Signage* menutupi bangunan yang di latar belakang, sehingga wajah bangunan tidak tampak lagi.

Gambar a menunjukkan pemandangan di sudut jalan, fasade bangunan dipadati advertensi dengan berbagai bentuk, ukuran dan sifat sehingga menimbulkan kekacauan visual. Demikian juga gambar b, pada sudut jalan dipadati dengan *sign* yang menghalangi pemandangan ke arah bangunan konservasi sebagai latar belakang. Faktor proporsi sangat dominan dalam membentuk estetika pada pemandangan pada tipologi ruang *multiple view* yang memiliki beberapa alternatif arah pandangan.

TESIS	LEGENDA		
<p>PENGARUH <i>SIGNAGE</i> TERHADAP ESTETIKA VISUAL KORIDOR KOMERSIAL JL AGUS SALIM SEMARANG</p>	<p>Kepadatan <i>signage</i> di sudut-sudut jalan membuat kekacauan visual</p>		<p> UTARA</p>
	<p>Gambar: 4.23. <i>Multiple views</i></p>	<p>Sumber: Analisis peneliti. 2001.</p>	

#### D. Analisis Pengaruh Fungsi *Signage* terhadap Pemakai Jalan

Sesuai dengan fungsinya sebagai alat komunikasi dalam arsitektur *signage* sangat dibutuhkan oleh warga kota. Ada empat alasan mengapa *signage* menjadi sarana yang sangat dibutuhkan di dalam kota karena fungsinya sebagai *traffic sign*, *informational sign*, *commercial identity* dan *mall identity* (Rubenstein, 1992).

Tabel : 4.7. Penilaian responden tentang pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan di koridor jalan Agus Salim Semarang

Pengaruh fungsi <i>signage</i> terhadap pemakai jalan			Pengaruh						Jumlah total	
			Positif		Negatif		Tidak berpengaruh			
Fungsi <i>signage</i>	frek	responden	frek	%	Frek	%	Frek	%	frek	%
<i>Trrfic sign</i>	12	Arsitek	13	65,00	1	5,00	6	30,00	20	100,00
		Umum	28	70,00	6	15,00	6	15,00	40	100,00
		Penghuni	16	80,00	4	20,00	0	0,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>traffic sign</i></b>			<b>57</b>	<b>71,25</b>	<b>11</b>	<b>13,75</b>	<b>12</b>	<b>15,00</b>	<b>80</b>	<b>100,00</b>
<i>Informational sign</i>	13	Arsitek	7	35,00	10	50,00	3	15,00	20	100,00
		Umum	21	52,50	5	12,5	14	35,00	40	100,00
		Penghuni	8	42,11	6	31,58	5	26,31	19	100,00
<b>Pengaruh <i>informational sign</i></b>			<b>36</b>	<b>45,57</b>	<b>21</b>	<b>26,58</b>	<b>22</b>	<b>27,85</b>	<b>79</b>	<b>100,00</b>
<i>Commercial identity</i>	193	Arsitek	18	90,00	1	5,00	1	5,00	20	100,00
		Umum	26	63,41	2	4,88	13	31,71	41	100,00
		Penghuni	19	95,00	0	0,00	1	5,00	20	100,00
<b>Pengaruh <i>commercial identity</i></b>			<b>63</b>	<b>77,78</b>	<b>3</b>	<b>3,70</b>	<b>15</b>	<b>18,52</b>	<b>81</b>	<b>100,00</b>
<i>Mall identity</i>	1	Arsitek	17	85,00	0	0,00	3	15,00	20	100,00
		Umum	16	38,10	6	14,29	20	47,61	42	100,00
		Penghuni	15	78,94	2	10,53	2	10,53	19	100,00
<b>Pengaruh <i>mall identity</i></b>			<b>48</b>	<b>59,26</b>	<b>8</b>	<b>9,88</b>	<b>25</b>	<b>30,86</b>	<b>81</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

## 1. *Traffic Sign*

Ditinjau dari fungsinya, *traffic sign* di koridor jalan Agus Salim memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Hal tersebut terlihat dari hasil penilaian responden terhadap fungsi *traffic sign* (lihat tabel 4.6.). Ini berarti bahwa meskipun frekuensi *traffic sign* tersebut rendah (5,43%) tetapi memberikan pengaruh yang besar terhadap pengendara, sehingga keberadaannya sangat dibutuhkan. Lalu lintas di koridor yang sangat padat terutama pada jam sibuk (*peak hours*), membutuhkan *traffic sign* sebagai pengatur lalu lintas agar pengendara atau pemakai jalan lain merasa nyaman. Hal ini sesuai dengan ungkapan Rubenstein (1992), bahwa pentingnya *signage* adalah karena fungsinya untuk keselamatan dan kesehatan bagi warga kota.

*Traffic sign* yang memberikan pengaruh besar terhadap kelancaran lalu lintas di koridor ini adalah lampu lalu lintas yang berlokasi di perempatan Pekojan. Lampu lalu lintas berbentuk tiang dengan ketinggian  $\pm 6,00\text{m}$  jangkauannya kurang luas, sehingga fungsinya tidak optimal. Demikian juga rambu lain tidak direncanakan secara seksama, sehingga kurang informatif, meskipun berada di lokasi yang strategis (di zona trafik). Artinya *traffic sign* akan mencapai fungsi optimalnya jika unsur lokasi dan kejelasan (*legibility*) terpenuhi.

Penempatan *traffic sign* yang tidak direncanakan dengan baik membuat kesan *traffic sign* hanya sebagai unsur tambahan, bukan merupakan satu kesatuan dengan lingkungannya. Seperti terlihat pada gambar (4.22a) bahwa penempatan *traffic sign*

tidak direncanakan dengan baik, tidak menyatu dengan lokasi. Padahal akan menjadi lebih jelas dan fungsional jika direncanakan dengan menggabungkan berbagai fungsi *signage* seperti diungkapkan oleh Barnet (1982).



Gambar: 4.24. *Traffic sign*. a) Lampu lalu lintas di perempatan Pekojan, jangkauannya kurang luas, sehingga fungsinya tidak optimal. b) Rambu lalu lintas akan lebih baik jika direncanakan terpadu dengan fungsi lain.  
Sumber: Analisis peneliti. 2001.

## 2. *Informational Sign*

Sesuai dengan fungsinya, *informational sign* diperlukan untuk memberikan informasi kepada masyarakat dan menuntun masyarakat mencapai tujuan tertentu. Dari tabel di atas terlihat bahwa *informational sign* di koridor ini prosentasenya kecil (5,88%) tetapi secara umum memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pemakai jalan. Sebab *informational sign* seperti papan nama jalan dan papan penunjuk arah atau papan nama jalan berada di lokasi yang sangat strategis (di zona trafik) sehingga mudah terlihat.

Tetapi terdapat perbedaan penilaian oleh responden arsitek, dengan mayoritas (50%) menilai bahwa *informational sign* di koridor ini berpengaruh negatif. Sebab pada dasarnya bukan hanya faktor lokasi dan kejelasan saja yang membuat fungsi informasi tersebut optimal. Faktor estetika antara lain kesatuan, proporsi atau dimensi juga berperan penting. Seperti terlihat pada gambar (4.23.) di bawah ini menunjukkan bahwa meskipun *informational sign* berlokasi di tempat yang mudah terlihat tetapi tidak direncanakan dengan baik sehingga hanya sebagai unsur tambahan. Demikian juga proporsinya tidak sesuai dengan lingkungannya. Jadi agar *informational sign* berfungsi optimal harus diperhatikan faktor lokasi, kejelasan, kesatuan dan proporsi.



Gambar: 4.25. *Informational sign*. a) papan nama jalan lokasinya strategis tapi kurang informatif. b) papan penunjuk arah berada di tempat yang ramai sehingga kurang informatif.

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

### 3. *Commercial Identity*

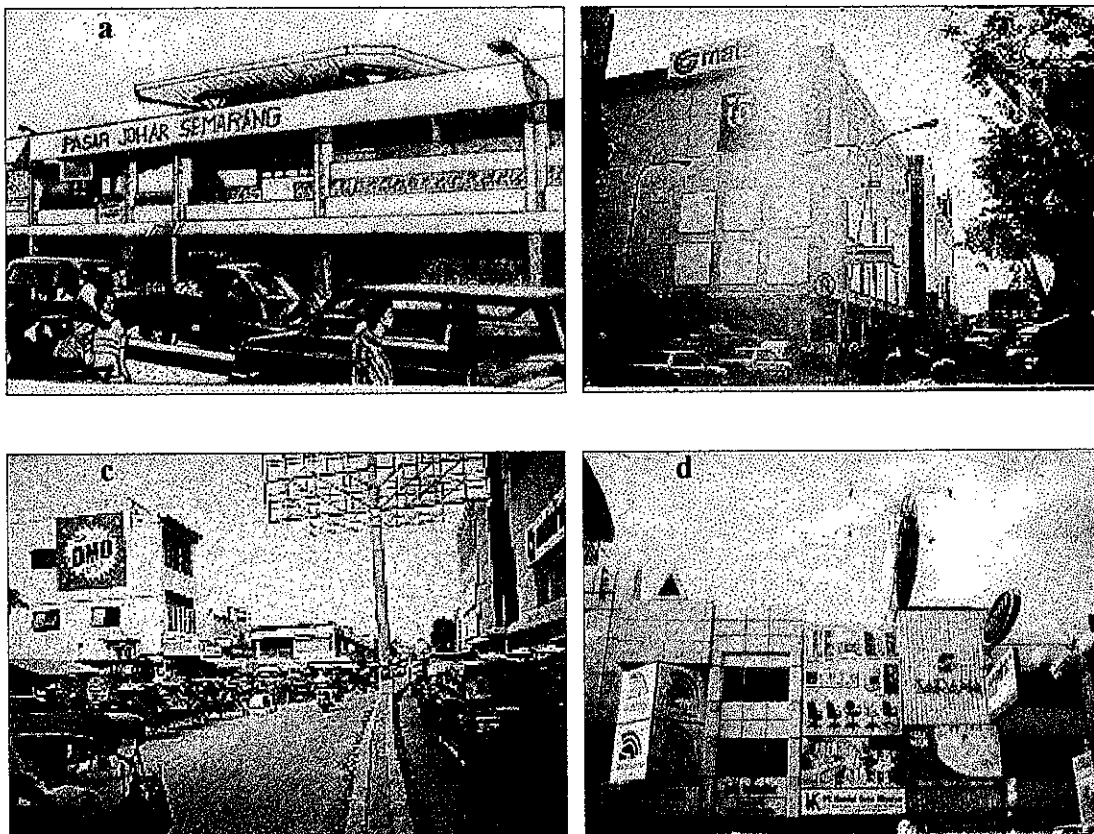
*Commercial identity* sangat dominan di koridor ini, sehingga dapat menjadi identitas kawasan. Kondisi tersebut memang tidak dapat dihindari dan akan selalu meningkat kehadirannya terutama di kota-kota modern saat ini seperti dikatan Cullen (1962). Tidak berbeda dengan koridor komersial pada umumnya secara fungsional dominasi *signage* adalah identitas komersial (*commercial identity*) berbentuk papan nama bangunan dan papan advertensi (87,33%).

Dari hasil penilaian responden menunjukkan bahwa *commercial identity* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pemakai jalan (lihat tabel 4.6) Sebab keberadaannya dapat membantu masyarakat dalam mengenali suatu bangunan / toko atau kawasan. Papan nama bangunan sebagai penanda bagi suatu bangunan, dapat mempermudah pemakai jalan mengenali dan mengidentifikasi bangunan (toko). Hal ini ditunjukkan terutama pada bangunan dengan desain *sign* khusus.

Pertokoan Pekojan, merupakan bangunan tunggal rupa, yang berbentuk blok kaca, sehingga tanpa *signage* akan susah diidentifikasi. Papan nama bangunan seperti Hotel Metro, Matahari, Festo, Nikita terletak di bagian atas bangunan dengan jangkauan visual cukup jauh. oleh sebab itu selain sebagai identitas bangunan *commercial identity* tersebut menjadi *eye catcher* bangunan.

Sedangkan papan advertensi yang berada pada bangunan akan mempermudah masyarakat dalam mencari barang tertentu. Ini sesuai dengan sasaran langsung dari

*signage* yaitu menginformasikan barang yang didagangkan di dalam bangunan (Shirvani, 1985). Selain itu papan advertenesi yang didesain secara khusus atau memiliki keunikan juga dapat menjadi identitas bagi suatu bangunan. Jadi *commercial identity* dapat berfungsi sebagai identitas bangunan, dapat mempermudah masyarakat dalam mencari barang dan *eye catcher*.



Gambar: 4.26. *Commercial identity*.

a) *Wall sign* (Pasar Johar) sebagai identitas bangunan. b) advertensi (*wall sign* Matahari dan tens) sebagai identitas dan *eye catcher* bangunan. c) Advertensi pada fasade bangunan dengan warna kontras menjadi *eye catcher*. d) Papan advertensi pada bangunan mengindikasikan barang dagangan.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

#### 4. *Mall Identity*

*Mall identity* berbentuk logo matahari, dapat mengingatkan pada lokasi atau bangunan tertentu. Dengan adanya logo pada bangunan maka pemakai jalan mudah mengenal serta mengingat bangunan atau fungsi tertentu. Prosentasenya sangat kecil (1,36%), tetapi secara umum memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pemakai jalan (59,26%). Lokasi di tempat yang tinggi dan strategis hingga menjadi *focal point* dari arah timur koridor yang dapat terlihat dari jarak cukup jauh .

*Mall identity* seperti logo Matahari banyak dijumpai di lokasi lain dan telah dikenal dengan baik oleh masyarakat. Oleh sebab itu *mall identity* tersebut menjadi tidak berpengaruh terhadap pemakai jalan. Hal ini ditunjukkan oleh penilaian responden masyarakat umum yang mayoritas (42,00%) menilai bahwa *mall identity* tidak memberi pengaruh signifikan.



Gambar: 4.27. *Mall identity*. Logo Matahari berada di atas bangunan, jangkauan visual luas, telah dikenal masyarakat, hingga dapat mengingatkan bangunan atau lokasi tertentu.  
Sumber: Analisis peneliti. 2001.

### E. Temuan Penelitian

Tabel: 4.8. Temuan pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor

Aspek <i>signage</i>		Spesifikasi	Pengaruh
Lokasi <i>Signage</i>	Zona trafik	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensinya kecil, dengan fungsi utama sebagai advertensi dan rambu lalu lintas.</li> <li>▪ Persebaran tidak merata, akibat individualisme dan faktor orientasi bagi pemakai jalan.</li> </ul>	Memberikan <b>pengaruh negatif</b> yang signifikan.
	Zona advertensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sangat dominan, terutama pada fasade bangunan di bagian atas lantai satu.</li> <li>▪ Fungsi utama adalah <i>commercial identity</i> (papan advertensi dan nama bangunan).</li> <li>▪ Persebaran tidak merata, jarak dan jumlah <i>sign</i> pada tiap bangunan tidak teratur. Akibatnya sebagian lokasi padat dan lokasi lain kosong.</li> </ul>	Memberikan <b>pengaruh negatif</b> signifikan.
	Zona pedestrian	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensinya kecil, dengan persebaran tidak merata.</li> <li>▪ Fungsi utama advertensi.</li> <li>▪ Papan advertensi yang spesifik berada di depan Semarang Plaza, disusun berderet membentuk pagar yang merupakan ruang penghubung antara koridor dengan bangunan berlantai banyak.</li> </ul>	Meskipun frekuensinya kecil tetapi <i>signage</i> di zona ini memberikan <b>pegaruh positif</b> terhadap estetika visual.

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

Tabel: 4. 8 Lanjutan

Aspek penelitian		Temuan	Pengaruh
Sifat <i>signage</i>	<i>Sign</i> sementara	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lama pemasangan relatif pendek (maksimum 30 hari).</li> <li>▪ Waktu pemasangan tidak menentu dan mengalami peningkatan jika terjadi kegiatan tertentu.</li> <li>▪ Oleh sebab itu jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti.</li> </ul>	Tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap estetika visual
	<i>Sign</i> permanen	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jumlahnya dapat diketahui dengan pasti;</li> <li>▪ Jangka waktu pemasangan cukup lama. Lama pemasangan papan nama dan logo tidak terbatas, sedang lama pemasangan papan advertensi selama satu tahun yang selanjutnya akan ditinjau lagi.</li> <li>▪ Fungsi yang dominan adalah hanya <i>commercial identity</i>.</li> </ul>	Memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual.
Warna dan pencahayaan <i>signage</i>	Warna	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kombinasi warna dominan adalah gelap dan terang.</li> <li>▪ Tidak ada kesatuan warna pada tiap bangunan.</li> </ul>	Memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor.
	Pencahayaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pencahayaan sangat minim, baik pada <i>signage</i> bangunan maupun penerangan jalan.</li> <li>▪ Sistem pencahayaan yang banyak digunakan adalah <i>spotlight</i> untuk papan advertensi berdimensi besar.</li> </ul>	Memberikan pengaruh negatif yang signifikan

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

Tabel: 4.9. Temuan *serial vision* di koridor jalan Agus Salim Semarang

<i>Serial vision</i>	Arah	Keterangan
1. <i>Focal point</i>	Barat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Focal point</i> berbentuk bangunan (Hotel Metro) yang berada pada <i>Y-junction</i>.</li> <li>▪ <i>Signage</i> (papan advertensi) di zona trafik dan zona advertensi (pada bangunan).</li> <li>▪ Pada gedung Sango, warna bangunan dan <i>signage</i> dapat memper-tegas <i>focal point</i></li> </ul>
2. <i>Deflection</i>	Barat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sudut kecil yang membuat belokan membuat ruang koridor tampak menyatu dengan dinding bangunan di depannya.</li> <li>▪ Ruang yang terbentuk adalah <i>enclosure</i>.</li> </ul>
3. <i>Occupied territory</i>	Barat dan timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Terjadi di bagian barat koridor dimana suasana pasar tradisional sangat menonjol.</li> <li>▪ Penguasaan jalur pedestrian oleh pedagang kaki lima dan pengunjung mengakibatkan penyempitan di badan jalan (<i>narrowing</i>).</li> <li>▪ Selain itu sering menimbulkan kemacetan terutama pada jam sibuk (<i>peak hours</i>).</li> </ul>
4. <i>Closure</i>	Barat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ruang <i>closure</i> terbentuk oleh dinding koridor dengan <math>d/h = 1</math>, sehingga membentuk ruang yang seimbang;</li> <li>▪ Memiliki irama jelas karena kedua dinding pembatasnya terbentuk oleh unsur geometris (garis vertikal dan horisontal) yang sangat tegas.</li> </ul>
5. <i>Fluctuation</i>	Barat dan timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pemasangan <i>signage</i> dapat membuat pergerakan pada ruang koridor, terutama di Pertokoan Pekojan, yang memiliki kecenderungan reduksisme.</li> <li>▪ Maju mudur dan tinggi rendahnya <i>signage</i> pada bangunan membuat suatu kesan pergerakan pada ruang koridor.</li> </ul>
6. <i>Publicity</i>	Barat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dinding dan ruang koridor dimanfaatkan sebagai sarana informasi yang bersifat komersial, dengan memasang advertensi pada fasade bangunan dan garis pemisah jalan;</li> <li>▪ Akibatnya terjadi pergeseran fungsi <i>signage</i> sebagai alat komunikasi dalam arsitektur menjadi media promosi untuk memenangkan persaingan pasar.</li> </ul>

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

Tabel: 4.9. Lanjutan

<i>Serial vision</i>	<b>Arah</b>	<b>Keterangan</b>
7. <i>Multiple views</i>	Barat dan timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Di ujung barat dan timur dari arah koridor terjadi alternatif pemandangan ke berbagai arah jalan;</li> <li>▪ Di lokasi strategis seperti di udut jalan dan pada marka jalan dimanfaatkan untuk memasang <i>signage</i> sehingga terjadi kepadatan <i>sign</i> tinggi.</li> </ul>
8. <i>Recession</i>	Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perbedaan warna dinding koridor memberikan kesan maju mundurnya bangunan.</li> <li>▪ Dinding transparan yang dominan di pertokoan Pekojan membuat ruang koridor menjadi lebih luas dan tidak ada keterlingkupan.</li> </ul>
9. <i>Punctuation</i>	Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pada posisi (di perepatan Pekojan) terjadi hal yang kompleks.</li> <li>▪ Dinding koridor sangat kontras (<i>hard</i> dan <i>soft material</i>);</li> <li>▪ Papan advertensi, rambu lalu lintas pada lokasi yang sama dan secara bersama-sama memerankan fungsi masing-masing .</li> </ul>
10. <i>Trees in value center</i>	Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tanaman berada pada pemisah jalan pada posisi yang strategis, memisahkan dua dinding pembatas yang sangat kontras penampilannya.</li> <li>▪ Selain sebagai unsur estetika kawasan, membuat jarak koridor berbentuk linear menjadi tampak lebih pendek.</li> </ul>
11. <i>Here and there</i>	Timur	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adanya sudut belokan membuat suatu dinding latar depan dan latar belakang.</li> <li>▪ Dimana pada kedua dinding tersebut dipasang advertensi sebagai <i>eye catcher</i>.</li> </ul>

Sumber: Analisis peneliti, 2001.

Tabel: 4.10 Pengaruh fungsi *signage* terhadap pemakai jalan Agus Salim Semarang

Fungsi <i>signage</i>	Spesifikasi	Pengaruh
<i>Traffic sign</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Berbentuk lampu lalu lintas di perempatan Pekojan dan rambu lalu lintas lainnya;</li> <li>▪ Lokasi yang dominan ada di zona trafik. sangat membantu kelancaran lalu lintas terutama <i>traffic light</i>;</li> <li>▪ Sedang rambu lain kurang informatif karena lokasinya kurang strategis dan dimensinya kecil.</li> </ul>	Memberikan <b>pengaruh positif</b> yang signifikan terhadap pemakai jalan karena dapat membantu kelancaran lalu lintas terutama pada jam sibuk ( <i>peak hours</i> ).
<i>Commercial identity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Berbentuk papan nama bangunan dan advertensi;</li> <li>▪ Fungsinya sebagai identitas bangunan, mempermudah dalam mencari barang yang dibutuhkan</li> <li>▪ Pada lokasi yang strategis menjadi <i>eye catcher</i>.</li> </ul>	Memberikan <b>pengaruh positif</b>
<i>Informational sign</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensinya sangat kecil;</li> <li>▪ Lokasi yang dominan di zona trafik, dimensi tidak proporsional dengan lebar jalan sehingga kurang informatif;</li> <li>▪ Dalam pemasangannya tidak ada kesatuan dengan fungsi lain.</li> </ul>	Meskipun kurang informatif tetapi <i>informational sign</i> memberikan <b>pengaruh positif</b> yang signifikan terhadap pemakai jalan.
<i>Mall identity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frekuensi sangat kecil, berbentuk logo Pasaraya Matahari.</li> <li>▪ Logo tersebut dapat mengingatkan pada lokasi, bangunan dan fungsi tertentu.</li> </ul>	Memberikan <b>pengaruh positif</b> .

Sumber: Analisis peneliti. 2001.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### A. Kesimpulan

Dari analisis ada tiga hal pokok yang dapat disimpulkanyaitu: (1) *Signage* di koridor komersial jalan Agus Salim memberikan pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor; (2) *Signage* dapat mempengaruhi *serial vision*; dan (3) Ditinjau dari aspek fungsi; *signage* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pemakai jalan dengan moda transport kendaraan bermotor .

Pengaruh *signage* terhadap estetika visual koridor dikategorikan menjadi tiga yaitu pengaruh positif, negatif dan tidak berpengaruh. Pada kasus ini pengaruh negatif *signage* terhadap estetika visual koridor lebih dominan. Artinya keberadaan *signage* (*sign* permanen) menurunkan estetika visual koridor. Beberapa hal yang menyebabkan pengaruh negatif tersebut antara lain:

- a. Dominasi fungsi *signage* hanya *commercial identity*, sehingga ruang koridor mengalami pergeseran fungsi sebagai ruang komunikasi yang bersifat komersial.
- b. Kecenderungan individualisme sangat menonjol, masing-masing bangunan berekspresi melalui *signage (commercial identity)*, untuk memenangkan persaingan pasar.

- c. Persebaran *signage* tidak merata, sehingga di lokasi strategis *signage* sangat padat sementara di lokasi lain kosong.
- d. Pada sebagian besar bangunan *signage* hanya sebagai unsur tambahan yang ditempel pada bangunan, bukan merupakan satu kesatuan pada bangunan tersebut.
- e. Faktor-faktor yang menyebabkan penurunan estetika visual koridor di jalan Agus Salim secara berurutan adalah (1) kesatuan (*unity*), tidak ada kesatuan antara unsur-unsur yang membentuk koridor; (2) proporsi (*proportion*), terutama pada zona advertensi, (3) irama (*rhythm*), tidak ada pengaturan jarak, posisi, maupun dimensi *signage*; skala (*scale*), perbandingan antara *signage* dan ruang sebagai *background* tidak seimbang; (5) warna dan pencahayaan (*color and light*), kombinasi warna tidak beraturan, terdapat dominasi warna pada lokasi tertentu, sedang pencahayaan *signage*, bangunan dan jalan di malam hari sangat kurang.

Pengaruh positif *signage* diperoleh dari lokasi *sign* pada zona pedestrian, pada kondisi spesifik (di Plaza Semarang). Papan advertensi didesain secara terpadu dengan desain bangunan, disusun berderet membentuk pagar, sehingga menjadi penghubung antara ruang koridor dengan bangunan berlantai banyak.

Meskipun pengaruh negatif terhadap estetika visual koridor lebih dominan, tetapi menurut fungsinya *signage* memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap pemakai jalan dengan moda transport kendaraan bermotor. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: a) Masyarakat perlu informasi cepat dan mudah sampai, antara lain melalui *signage*. b) Kecenderungan reduksisme sangat menonjol, banyak

bangunan tunggal rupa yang membutuhkan *signage* sebagai identitas dan *eye catcher* bangunan. Oleh sebab itu *commercial* dan *mall identity*, mempermudah identifikasi bangunan. c) Lalu lintas, sirkulasi dan aktivitas komersial di koridor ini sangat padat, oleh sebab dibutuhkan *traffic sign* untuk mengaturnya.

## B. Rekomendasi

1. Jangka waktu pemasangan *sign* permanen cukup lama, sehingga memerlukan perawatan secara teratur agar tidak tampak usang.
2. Untuk mengantisipasi kepadatan *signage* (terutama pada zona advertensi) diperlukan pembatasan jumlah *signage* pada tiap bangunan dan dipertimbangkan pula proporsi ruang atau bangunan sebagai *background*, dengan *signage*.
3. Diperlukan pengaturan jarak dan dimensi papan advertensi, terutama pada zona advertensi, agar terbentuk irama yang teratur dan mengurangi kepadatan.
4. Desain *signage* adalah satu kesatuan dengan desain bangunan atau kawasan, sehingga terjadi hubungan yang harmonis. *Signage* harus menarik perhatian, tetapi perlu memperhatikan faktor-faktor estetika, agar terjadi kesatuan antara *signage* dengan bangunan dan antara bangunan dengan lingkungannya.
5. Dalam memasang panggung advertensi baik pada bangunan maupun di luar bangunan disesuaikan dengan skala bangunan, skala ruang, jangkauan visual dan nilai ekonomi dari lokasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ashihara, Yoshinobu. 1983. *The Aesthetic Townscape*. The MIT Press, Cambridge.
- Barnet, Jonathan. 1992. *An Introduction to Urban Design*. Harper and Row Publishers, New York.
- Bishop, Kirk R. 1989. *Designing Urban Corridors*. American Planning Assosiation, Washington.
- Branch Melville C. 1995. *Comprehensive City Planning: Intoduction and Explanation*. The Planners Press of the American Planning Assosiation, Chicago.
- Broadbent. 1980. *Sign Symbol and Architecture*. John Wiley and Son. New York.
- Budihardjo, Eko. Sujarto, Djoko. 1998. *Kota yang Berkelanjutan (Sustainable City)*. Direktorat Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Catanese, Antoni J. Snyder, James C. Susongko. 1986. *Pengantar Perencanaan Kota*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Ching, Francis D.K. 1991. *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Susunannya*. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Childs, Mark C. 1999. *Parking Space: A Design, Implementation, and Use Manual for Architects, Planners and Engineers*. Mc Graw-Hill Companies, Inc. USA.
- Cullen, Gordon. 1962. *Townscape*. The Architectural Press. London.
- Echols, John M. dan Shadily, Hasan. 1976. *Kamus Inggris Indonesia*. Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- Eisner Simon, Galion Arthur, Eisner Stanley. 1992. *The Urban Pattern*. Van Nostrand Reinhold, New York.

- Forbey, AD. Alih bahasa Pramono, Agus. 1997. *How To Produce Successful Advertising*. PT Gramedia Putaka Utama, Jakarta.
- Frey, Hildebrand. 1999. *Designing the City. Toward a more sustainable urban forms*. E & FN Spon. London.
- Gallion Arthur B. Eisner, Simon. 1992. *Pengantar Perancangan Kota*. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Isaac, Arq. *Penedekatan Kepada Perancangan*. Intermatra, Bandung.
- Ishar, HK. 1992. *Pedoman Umum Merancang Bangunan*. Penerbit PT. Gramedia, Jakarta.
- Jakle, John A. 1987. *The Visual Element of Landscape*. The University of Massachusetts Press Amherst.
- Kasali, Rheinald. 1995. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Kelly, Eric Damain. Raso, Gary J. 1992. *Sign Regulation for Small and Midsize Communities: A Planner Guide and a Model Ordinance*. American Planning Assosiation, Washington.
- Koentjoroningrat. 1977. *Metode –Metode Penelitian Masyarakat*. Penerbit P.T. Gramedia Jakarta.
- Krier, Rob. 1979. *Urban Space*. Rizzoli International Publications. New York.
- Lang, Jon. 1995. *Urban Design. The American Experience*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Lynch, Kevin. 1969. *The Image of the City*. The M.I.T. Press, USA.
- Lynch, Kevin. 1988. *City Sense and City Design*. The MIT Press, Cambridge.
- Mc. Clusky, Jim. 1979. *Roadform and Townscape*. The Architectural Press. London.

- Moughtin, Clift. 1992. *Urban Design: Street and Square*. Department of Architecture and Planning University of Nottingham.
- Moughtin, Clift; Taner OC, Tiesdell, Steven. 1995. *Urban Design Ornament and Decorated*. Institute of Planning Studies, Department of Architecture and Planning University of Nottingham
- Muhadjir, Noeng. 1989. *Metode Penelitian Kualitatif, Telaahan Positivistik Rasionalistik dan Phenomenologik*. Penerbit Rake Sasarin. Yogyakarta.
- Muhammad, Djawahir. 1995. *Semarang Sepanjang Jalan Kenangan*. Kerjasama Pemda Kodia Semarang-DKJT-Aktor Studio.
- Mulyani IM. Tri Hesti. 1996. *Karakter Visual Koridor Jalan Pemuda Semarang*. Tesis Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada Yogyakarta.
- Nazir Moh. 1988. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Orr, Frank; alih bahasa Aris K. 1995. *Scale in Architecture*. Yayasan Abdi Wijaya, Bandung.
- Porteous, J Douglas. 1996. *Environmental Aesthetics*. Routledge, London.
- Reichert, Gene. terjemahan Suwarsi, Sri. 1988. *Advertising*. Sebelas Maret University Press, Ketingan Surakarta.
- Rubenstein, Harvey M. (1992). *Pedestrian Malls, Streetscape, and Urban Spaces*. John Wiley & Sons. Canada.
- Sanders, Mark S. Mc. Cormick, Ernest J. 1987. *Human Factors in Engineering and Design*. Mc Graw-Hill Book Company, America.
- Shirvani Hamid. 1985. *The Urban Design Process*. Van Nostrand Reinhold Company New York.
- Singarimbun, Masri. Effendi, Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survey*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Sign Design Gallery 2. 1995. *Award Winning Design from the Editors of "Sign of Time"*. Rockport Publisher, Inc. USA.

- Smardon, Richard C., Palmer, James F., Felleman, John P. 1986. *Foundation For Visual Project Analysis*. John Wiley and Sons Inc, USA.
- Soutworth, Michael; Joseph, Eran Ben. 1998. *Streets and the Shaping of Town and Cities*. Mc Graw Hill, New York.
- Spreiregen, Paul D.(1960). *The Architecture of Towns and Cities*, buku ke satu terjemahan.
- Sunarimaningsih, Yulita Titik. 1995. *Sistem Visual di Kawasan Kota Lama Semarang*. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Tim Penyusun Buku Ajar Bahasa Indonesia Fakultas Sastra Universitas Diponegoro Semarang. 2000. *Bahasa Indonesia Dasar Penelitian Ilmiah*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Trancik, Roger. 1986. *Finding Lost Space. Theories of Urban Design*. Nostrand Reinhold Company. New York.
- Venturi, Robert. Brown, Denise Scott. Izenour, Steven. 1972. *Learning From Las Vegas*. School of Art and Architecture, Yale University, Fall.
- Walikota Semarang, 1999. *Keputusan Walikota Semarang Nomor 973/0645 tahun 1999 tentang Tatacara Penyelenggaraan Reklame di Wilayah Kota Semarang*.
- Zahnd, Markus (1999). *Perancangan Kota Secara Terpadu: Teori Perancangan Kota dan Penerapannya*. Penerbit Kanisius Yogyakarta.

## DAFTAR ISTILAH

Advertensi	reklame/ iklan (suatu cara berpromosi)
Angles	sudut belokan pada jalan
Closure	ruang yang terlingkupi
Commercial identity	jatidiri komersial (papan advertensi, nama bangunan)
Deflection	pembelokan pada jalan
Eye catcher	titik tangkap pandangan mata
Fluctuation	pergerakan pada ruang
Focal point	titik pusat perhatian pada suatu tempat
Funneling	penyempitan yang terjadi secara berangsur-angsur
Here and there	disini dan disana
Individualisme	gerakan atau sikap yang berfokus pada diri sendiri secara pribadi.
Informational sign	tanda-tanda petunjuk (papan nama jalan, peta dsb.)
Koridor	ruang kota sebagai sarana pergerakan linear
Mall identity	jatidiri/ identitas mal (logo, patung dsb)
Media luar ruang	media advertensi di ruang luar yang memiliki jangkauan visual sejauh jangkauan pandangan mata
Multiple views	suatu tipologi ruang yang dengan alternatif pemandangan ke berbagai arah
Narrowing	penyempitan pada ruang jalan

Occupied territory	daerah yang dipakai untuk beraktivitas
On street parking	parkir di badan jalan
Permanent sign	tanda-tanda yang bersifat permanen
Pole sign	tanda-tanda yang disangga oleh tiang
Publicity	publisitas (advertensi/ reklame)
Punctuation	pemberian tanda-tanda baca
Recession	pengunduran pada ruang/ bangunan
Reduksisme	gerakan yang mengurangi. Parameter → pemakaiannya.
Seeing in detail	melihat pada detail
Sign	tanda-tanda
Serial vision	pandangan secara be urutan (berseri)
Skyline	garis langit
Temporary sign	tanda-tanda bersifat sementara
Townscape	wajah kota
Traffic sign	tanda-tanda (rambu-rambu) lalu lintas
T – junction	perpotongan jalan berbentuk T
Trees in the value center	tanaman yang berada terletak di pusat perhatian
Urban design	perencanaan kota
Wall sign	tanda-tanda yang menempel pada dinding
Y – junction	perpotongan jalan berbentuk Y