

717
wie

e

et

**KAJIAN PENGARUH SARANA KOMERSIAL
PADA KARAKTER LANSEKAP
(STUDI KASUS: PENGGAL JALAN SIRANDA)**



THESIS

DIKERJAKAN OLEH:
ANDIE ARIF WICAKSONO
NIM : L4B 00 2155

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER TEKNIK ARSITEKTUR
UNIVERSITAS DIPONEGORO

2004

LEMBAR PENGESAHAN
KAJIAN PENGARUH SARANA KOMERSIAL
PADA KARAKTER LANSEKAP
(STUDI KASUS: PENGGAL JALAN SIRANDA)

DISUSUN OLEH :

ANDIE ARIF WICAKSONO

NIM : L4B 00 2155

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

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Ir. Bambang Setioko, M.Eng
NIP. 130 516 595

Pembimbing Pendamping



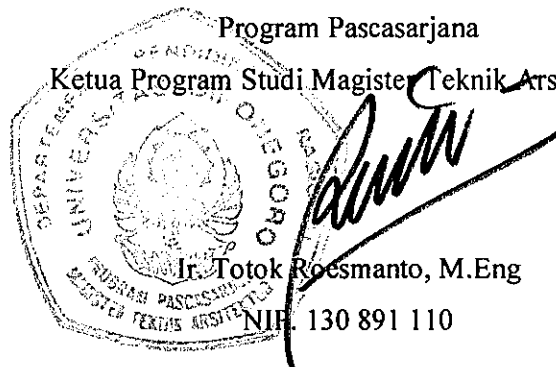
Ir. Titien Woro M, MSA
NIP. 131 460 477

Semarang, 31 Agustus 2004

Universitas Diponegoro

Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Teknik Arsitektur,



Ir. Totok Roesmanto, M.Eng

NIP. 130 891 110

ii

| | |
|------------------|--------------|
| UPT-PUSTAK-UNDIP | |
| No. Daft: | 3389/T/MTA/c |
| Tgl. | 28/8 05 |

ABSTRACT

The research begins with the influences of commercial media to the landscape character at street fragment of Siranda, those created some new marks at the street-fragment. The interesting case to observe, -that created a research question- is about : How is the pattern of the influence at these street-fragment ?

Method used in this research was quantitative-rationalistic, based on represent of respondents' answers to the questionnaire about the influences of commercial media to the landscape character. Researcher observes the object with quantitative way, by scoring those answers about the street-fragment, related with influence of commercial media to the landscape character, into an output of statistical scores. Next, Researcher analyzes the statistical scores –called the rationalistic way- by doing linear regression analysis to get the conclusion.

Generally, the conclusion of this research is that commercial-media has a positive influence to the landscape character. Specifically, each of those parameters also has positive influence, except the commercial building, that creates negative influence to the topographical form of the open-space.

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah bahwa terjadi beberapa pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap penggal jalan Siranda, yang menyebabkan terbentuknya penanda (*marks*) baru disepanjang penggal jalan tersebut. Hal ini menarik untuk diamati, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan (*research question*), yaitu bagaimanakah pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap penggal jalan Siranda tersebut ?

Metode yang digunakan adalah kuantitatif-rasionalistik, dengan berdasar pada jawaban responden terhadap kuesioner pengamatan terhadap objek studi pengaruh aktivitas komersial pada karakter lansekap. Proses pengamatan objek secara kuantitatif, dilakukan dengan penilaian terhadap penggal jalan Siranda berkaitan dengan pengaruh sarana komersial dan karakter lansekap, dengan output penilaian statistik. Sedangkan proses rasionalisasi dilakukan melalui analisis regresi linear, terhadap pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap dari hasil penilaian (*scoring rate*) kedua variabel tersebut.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu bahwa secara umum, peningkatan penilaian terhadap sarana komersial berpengaruh positif terhadap penilaian karakter lansekap disekitar penggal jalan tersebut. Secara khusus, masing-masing parameter sarana komersial ini juga berpengaruh positif terhadap parameter karakter lansekap, terkecuali bangunan komersial yang mempunyai pengaruh negatif terhadap keberadaan bentuk topografi ruang-ruang terbuka.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran ﷻ SWT Penyusun panjatkan atas terselesaikannya penulisan thesis ini, sebagai syarat untuk dapat meraih gelar Magister Teknik pada Program Pasca Sarjana Jurusan *Urban Design*, Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro.

Judul Thesis yang diajukan adalah :

Kajian Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap

Penyusun mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan naskah ini, yaitu:

1. Bapak Ir. Bambang Setioko, M. Eng., selaku dosen pembimbing utama.
2. Ibu Ir. Titien Woro Murtini, MSA, selaku dosen pembimbing pendamping.
3. Ibu Ir. Atik Suprpti, MT selaku dosen penguji.
4. Bapak Ir. Totok Roesmanto, M. Eng. selaku Ketua Jurusan Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro.
5. Bapak Ir. Edy Darmawan, M.Eng., selaku Sekretaris Jurusan Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro.
6. Keluarga H. Zainal Abidien, SE atas dukungannya secara moral dan material.
7. Semua pihak yang terkait dalam proses penyusunan naskah ini.

Penyusun menyadari bahwa thesis ini tidak lepas dari kekurangan, oleh karena itu segala saran akan penyusun terima dengan senang hati. Akhir kata semoga thesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Agustus 2004

Penyusun

Andie Arif Wicaksono, ST

NIM. L4B 00 2155

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| DAFTAR ISI | iv |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Permasalahan | 4 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.5. Lingkup Penelitian | 6 |
| 1.6. Alur Pikir | 6 |
| 1.7. Keaslian Penelitian | 7 |
| 1.8. Sistematika Penelitian | 8 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1. Tinjauan Pengaruh Sarana Komersial | 11 |
| 2.1.1. Pengertian Sarana Komersial | 11 |
| 2.1.2. Jenis Sarana Komersial | 12 |
| 2.1.3. Reklame sebagai salah satu bentuk <i>Signages</i> | 12 |
| 2.2. Bangunan Komersial | 19 |
| 2.2.1. Pengertian Bangunan Komersial | 19 |
| 2.2.2. Komponen Penilaian Bangunan Komersial | 19 |
| 2.3. Karakter Lanskap | 21 |
| 2.3.1. Pengertian Karakter Lanskap | 21 |
| 2.3.2. Komponen Pembentuk Karakter Lanskap | 22 |

| | |
|--|----|
| 2.4. Persepsi Visual | 23 |
| 2.5. Landasan Teori | 28 |
| 2.5.1. Sarana Komersial | 28 |
| 2.5.2. Karakter Lanskap | 31 |
| 2.5.3. Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap.. | 32 |
| | |
| BAB III GAMBARAN WILAYAH PENELITIAN | 33 |
| 3.1. Kota Semarang sebagai Kota perdagangan | 33 |
| 3.1.1. Kondisi Siranda pada Jaman Kolonial | 36 |
| 3.1.2. <i>The Garden City</i> | 39 |
| 3.1.3. Fasum dan Fasos | 41 |
| 3.1.4. Sejarah Aktivitas Komersial Kota Semarang | 42 |
| 3.2. Gambaran Wilayah | 49 |
| 3.2.1. Gambaran Makro Wilayah Studi | 49 |
| 3.2.2. Gambaran Mikro Wilayah Studi | 51 |
| 3.2.3. Fungsi Lahan Penggal Jalan Siranda | 53 |
| | |
| BAB IV METODOLOGI PENELITIAN | 54 |
| 4.1. Pendekatan yang Digunakan | 54 |
| 4.2. Desain Penelitian | 55 |
| 4.3. Teknik Penetapan <i>Rating Scale</i> | 60 |
| 4.4. Penentuan Lokasi Penelitian | 62 |
| | |
| BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN | 71 |
| 5.1. Analisis Keseimbangan Reklame | 71 |
| 5.1.1. Analisis Reklame Area Pengamatan sekitar Taman Diponegoro | 72 |
| 5.1.2. Analisis Reklame pada Area sekitar Jl. Sindoro-Jl. Tambora | 74 |
| 5.1.3. Analisis Reklame pada Area sekitar <i>Vina's House</i> | 76 |
| 5.1.4. Analisis Reklame pada Area dengan | |

| | |
|--|-----|
| Peninggian Badan Jalan | 79 |
| 5.1.5. Analisis Reklame pada Area Cembungan | 81 |
| 5.1.6. Analisis Reklame pada Area sekitar Perempatan Jl. Pahlawan | 83 |
| 5.2. Analisis Bangunan Komersial | 92 |
| 5.2.1. Analisis Area Pengamatan sekitar Taman Diponegoro | 91 |
| 5.2.2. Analisis Area Pengamatan sekitar <i>Vina's House</i> | 93 |
| 5.3. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka | 98 |
| 5.3.1. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka di sekitar Taman Diponegoro | 98 |
| 5.3.3. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka di sekitar Jl. Sindoro-Jl.Tambora | 101 |
| 5.3.2. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka di area Cekungan | 102 |
| 5.3.4. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka di area Peninggian jalan | 104 |
| 5.3.5. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka di area Cembungan | 107 |
| 5.3.6. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka di sekitar Perempatan Jl. Pahlawan | 109 |
| 5.4. Analisis Kualitas Visual | 114 |
| 5.4.1. Analisis Kualitas Visual di sekitar Taman Diponegoro | 114 |
| 5.4.2. Analisis Kualitas Visual di sekitar Jl. Sindoro- Jl.Tambora | 117 |
| 5.4.3. Analisis Kualitas Visual di sekitar Area Cekungan .. | 119 |
| 5.4.4. Analisis Kualitas Visual di sekitar Area Peninggian Jalan | 121 |
| 5.4.5. Analisis Kualitas Visual di sekitar Area Cembungan | 123 |
| 5.4.6. Analisis Kualitas Visual di sekitar Perempatan | |

| | |
|--|-----|
| Jl.Pahlawan | 125 |
| 5.5. Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap | 130 |
| | |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 139 |
| 6.1. Kesimpulan | 139 |
| 6.2. Saran | 140 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | xiv |
| REFERENSI | xv |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Contoh Peraturan Reklame oleh Pemerintah <i>City of Charlotte</i> | 16 |
| Gambar 2.2. Bangunan dan Jalan | 20 |
| Gambar 2.3. Cembungan (<i>convecs</i>) dan cekungan (<i>conrav</i>) | 23 |
| Gambar 2.4. <i>Serial vision</i> menurut Gordon Cullen | 25 |
| Gambar 2.5. <i>Skyline</i> Motomachi Street, Yokohama | 26 |
| Gambar 2.6. Bentuk Lahan dan Alam | 28 |
| Gambar 3.1. Peta Semarang Jaman Kolonial | 35 |
| Gambar 3.2. Sirandaweg, <i>Bird eye view</i> , 1908 | 36 |
| Gambar 3.3. Taman Makamdowo | 36 |
| Gambar 3.4. rumah elit rancangan Kartsen | 37 |
| Gambar 3.5. rumah didaerah Siranda | 37 |
| Gambar 3.6. Reservoir Siranda | 37 |
| Gambar 3.7. Taman Diponegoro | 39 |
| Gambar 3.8. Perspektif Taman Diponegoro rancangan Kartsen | 40 |
| Gambar 3.9. RS. Kariyadi | 41 |
| Gambar 3.10. RS. Elizabeth | 41 |
| Gambar 3.11. Taman KB, saat murid-murid SMU 1 latihan perang | 42 |
| Gambar 3.12. Kapal Dagang Cina | 43 |
| Gambar 3.13. Judi dan Lotere jaman dahulu di Semarang | 44 |
| Gambar 3.14. Oei-Tiong Ham | 45 |
| Gambar 3.15. Event Coloniale Tentoonsteling, 1914 | 46 |
| Gambar 3.16. Contoh iklan produk rokok jaman dahulu | 47 |
| Gambar 3.17. Lapangan Pancasila tahun 1985 | 48 |
| Gambar 3.18. Hotel dan <i>Mall Citraland</i> , salah satu CBD di lapangan Pancasila | 49 |
| Gambar 3.19. Peta Makro Wilayah Kawasan Candi | 50 |
| Gambar 3.20. Peta Mikro Penggal Jalan Siranda | 51 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 3.21. Lanskap Jalan Siranda | 52 |
| Gambar 3.22. <i>Land-Use</i> Siranda | 53 |
| Gambar 4.1. Pembagian Area Pengamatan | 64 |
| Gambar 4.2. Kondisi Area sekitar Taman Diponegoro | 65 |
| Gambar 4.3. Kondisi Area sekitar perempatan jl. Sindoro dan jl. Tambora | 66 |
| Gambar 4.4. Kondisi Area cekungan (<i>concaf</i>) | 67 |
| Gambar 4.5. Kondisi Area dengan peninggian badan jalan | 68 |
| Gambar 4.6. Kondisi Area cembungan (<i>convecs</i>) | 69 |
| Gambar 4.7. Kondisi Area sekitar perempatan jl. Pahlawan | 70 |
| Gambar 5.1. Letak reklame yang tidak mengganggu pemandangan | 73 |
| Gambar 5.2. Isi reklame sesuai digunakan sebagai identitas | 73 |
| Gambar 5.3. Halte reklame rokok sesuai sebagai identitas / penanda | 74 |
| Gambar 5.4. Letak reklame dibahu jalan tidak mengganggu | 75 |
| Gambar 5.5. Reklame pada pagar pembatas persil yang mengganggu | 75 |
| Gambar 5.6. Letak Reklame berbentuk umbul-umbul yang tidak mengganggu | 77 |
| Gambar 5.7. reklame yang diletakkan pada fascade bangunan, tidak mengganggu kenyamanan visual | 78 |
| Gambar 5.8. Penataan reklame bentuk koridor tidak mengganggu | 80 |
| Gambar 5.9. <i>Billboard</i> di salah satu titik mengganggu dan mendominasi karakter lanskap | 80 |
| Gambar 5.10. dimensi memanjang menutupi <i>space</i> penglihatan | 82 |
| Gambar. 5.11. Deretan reklame yang mengganggu pandangan ke bukit Siranda | 84 |
| Gambar 5.12. Reklame dipulau jalan, tidak mengganggu pandangan | 85 |
| Gambar 5.13. <i>Entrance</i> Komplek Pertokoan kontekstual dg. Area sekitar | 94 |
| Gambar 5.16. Bentuk arsitektural <i>Cafe Vina's House</i> tidak kontekstual dengan lingkungan sekitar | 96 |
| Gambar 5.17. Toko Siranda fungsinya sesuai dengan lingkungan Candi ... | 97 |
| Gambar 5.18. Taman sesuai dengan kekhasan bentuk topografi | 103 |
| Gambar 5.19. pulau jalan merupakan kekhasan ruang terbuka | 103 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 5.20. Pola Sirkulasi area pengamatan..... | 100 |
| Gambar 5.21. Terdapat elemen pendukung lansekap berupa vegetasi di kedua sisi bahu jalan | 100 |
| Gambar 5.22. Terdapat kekhasan topografi berupa pulau jalan..... | 101 |
| Gambar 5.23. Pola jalur sirkulasi area pengamatan Jl. Sindoro – Jl. Tambora ... | 102 |
| Gambar 5.24. Jalur sirkulasi yang tertata dengan baik | 102 |
| Gambar 5.25. Terdapat kekhasan topografi berupa variasi ketinggian lahan | 103 |
| Gambar 5.26. Pola jalur sirkulasi yang membentuk cekungan | 104 |
| Gambar 5.27. Terdapat kekhasan elemen pendukung lansekap berupa deretan pohon randu | 104 |
| Gambar 5.28. Terdapat kekhasan topografi berupa kontur perbukitan | 105 |
| Gambar 5.29. Peta jalur sirkulasi area peninggian jalan | 106 |
| Gambar 5.30. Tipe sirkulasi pada area pengamatan | 106 |
| Gambar 5.31. Terdapat kekhasan bentuk topografi berwujud variasi bentuk ketinggian lahan | 107 |
| Gambar 5.32. Bagian reservoir Siranda, sesuai dengan kekhasan topografi | 108 |
| Gambar 5.33. Jalur sirkulasi di area cembungan | 108 |
| Gambar 5.34. Terdapat topografi ruang terbuka di sekitar perempatan | 110 |
| Gambar 5.35. Terdapat kekhasan elemen dan penataan vegetasi | 111 |
| Gambar 5.36. <i>View from without</i> , dari taman Diponegoro | 115 |
| Gambar 5.37. <i>View from within</i> , dari taman Diponegoro | 116 |
| Gambar 5.38. <i>Serial vision</i> area sekitar Jl. Sindoro Tambora | 118 |
| Gambar 5.39. <i>Serial vision</i> area sekitar Cekungan | 120 |
| Gambar 5.40. <i>Serial vision</i> area sekitar peninggian jalan | 122 |
| Gambar 5.41. <i>Serial vision</i> area sekitar Cembungan | 124 |
| Gambar 5.42. <i>Serial vision</i> area sekitar Perempatan Jl. Pahlawan | 126 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 2.1. Daftar Tarip Pemasangan Reklame di Siranda | 18 |
| Tabel 2.2. Struktur Organisasi Pengaturan Reklame Kota Semarang | 19 |
| Tabel 2.3. Kesimpulan Parameter dari Tinjauan Pustaka | 33 |
| Tabel 4.1. Diagramatis Metodologi Penelitian | 57 |
| Tabel 4.2. Pembagian Area Pengamatan | 63 |
| Tabel 5.1. Hasil Kuesioner Keseimbangan Reklame di area Taman Diponegoro | 73 |
| Tabel 5.2. Hasil Kuesioner Keseimbangan Reklame di area Jl. Sindoro-jl. Tambora | 75 |
| Tabel 5.3. Hasil Kuesioner Keseimbangan Reklame di area Cekungan | 77 |
| Tabel 5.4. Hasil Kuesioner Keseimbangan Reklame di area Peninggian jalan | 79 |
| Tabel 5.5. Hasil Kuesioner Keseimbangan Reklame di area Cembungan .. | 82 |
| Tabel 5.6. Hasil Kuesioner Keseimbangan Reklame di area Perempatan Jl. Pahlawan | 84 |
| Tabel 5.7. Hasil Kuesioner bangunan komersial di area Taman Diponegoro | 91 |
| Tabel 5.8. Hasil Kuesioner bangunan komersial di area Cekungan | 93 |
| Tabel 5.9. Hasil Kuesioner bentuk topografi ruang terbuka di area Taman Diponegoro | 98 |
| Tabel 5.10. Hasil Kuesioner bentuk topografi ruang terbuka di area Jl. Sindoro-jl. Tambora | 101 |
| Tabel 5.11. Hasil Kuesioner bentuk topografi ruang terbuka di area Cekungan | 103 |
| Tabel 5.12. Hasil Kuesioner bentuk topografi ruang terbuka di area Peninggian jalan | 105 |
| Tabel 5.13. Hasil Kuesioner bentuk topografi ruang terbuka di area | |

| | |
|--|-----|
| Cembungan | 107 |
| Tabel 5.14. Hasil Kuesioner bentuk topografi ruang terbuka di area Perempatan Jl. Pahlawan | 109 |
| Tabel 5.15. Hasil Kuesioner Kualitas Visual di area Taman Diponegoro .. | 114 |
| Tabel 5.16. Hasil Kuesioner Kualitas Visual di area Jl. Sindoro-jl. Tambora | 117 |
| Tabel 5.17. Hasil Kuesioner Kualitas Visual di area Cekungan | 119 |
| Tabel 5.18. Hasil Kuesioner Kualitas Visual di area Peninggian jalan | 121 |
| Tabel 5.19. Hasil Kuesioner Kualitas Visual di area Cembungan | 123 |
| Tabel 5.20. Hasil Kuesioner Kualitas Visual di area Perempatan Jl. Pahlawan | 125 |
| Tabel 5.21. Hasil Score Parameter reklame, bangunan komersial, Bentuk Topografi ruang terbuka dan Kualitas Visual | 129 |

LEMBAR PERSEMBAHAN

"LAYANG-LAYANG AKAN TERBANG PALING BAIK, SAAT SEDANG DITERPA ANGIN KENCANG"

- HENRY FORD-

ANDIE THANKS TO :

Allah Subhana-hu-Wata'ala, puji syukur kehadiranMu sehingga hambaMu yang kecil ini dapat menyelesaikan 'bagian dari perjalanan hidup'nya. Yth Bapak Ir. Bambang Setioko, M. Eng dan Ibu Ir. Titien Woro M, MSA, yang tidak bosan-bosannya dan selalu mengingatkan untuk asistensi dan segera menyelesaikan thesis ini. Ibu Ir. Atiek Suprapti, MT, dengan ide-ide 'briliannya'. Bpk. Ir. Totok Roesmanto, M.Eng. Keluarga H. Zainal Abidien, SE, Paps, Moms, serta Dik Ayu, atas segala dukungan baik moril maupun materiil. Rekan-rekan di lab perancangan kota, Bp. Ir. Edy Darmawan, M.Eng, Ibu Ir. Suzanna Ratih Sari, MM, MA, Ibu Ir. Wijayanti, M.Eng, Ibu Ir. Hermin Werdiningsih, Bpk. Edward Pandelaki, ST., MT., Nuki, ST., Endah ST, MT, Ikhsan, Supri, Pak Ratno, Mbak Ning, dan nama-nama lain yang tidak tersebut satu persatu. Rekan-rekan seangkatan MTA : Mbak Ir. Rosida, MT, Pak Ir. Suharto, MI, Bu Dra. Hermawati, MT, Dandy, ST, Mas Amir ST (ayo ndang cepet!), Irawan ST, MT, Mbak Lia ST, MT, Ferlina ST, MT, Erlangga, ST, MT, sukses untuk semua. Indra Widhi S, ST, Fenty, ST, Indah Rachmy ST, Rini, ST, Ardo, ST, Dian ST, Mia, ST, dan rekan-rekan S-1 Arsitektur 98 UNDIP lainnya. Choirul Amin, ST, diharap segera menyusul MT nya, makasih pinjaman kodaknya dan udah nganterin survei, Mbak Gita Dianing, ST, juga cepetan ya. Mbak Tutik dan Mbak Etik, juga Mas Moko. dan Pak Satpam atas bantuannya selama di MTA. Para responden yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penggal Jalan Siranda, reklame-reklame dan bangunan komersialnya. B-1755-VE, yang sudah mengantarkan dua orang meraih Master. Class Mild, mudah-mudahan kamu nggak bikin paru-paruku bolong, makasih udah nemenin ngelembur ngetik thesis. Komputer di kamar, Sony-Ericson, yang selalu setia menemani. Dan terakhir, terima kasih pada seorang 'Dewi pemberi inspirasi' yang selalu setia menemani, disaat-saat terburuk dan terbaik, meski hanya lewat kata, Sari Shanti Hassan, ST.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Disatukannya berbagai aktivitas komersial dalam suatu wadah, atau sarana komersial, bertujuan untuk mengakomodir berbagai komoditas barang dan atau jasa kedalam suatu tempat, sehingga memudahkan pembeli untuk memilih produk barang atau jasa sesuai kebutuhannya masing-masing. Selain itu, biasanya tempat-tempat yang berkembang menjadi sarana komersial ini tadinya adalah tempat-tempat yang strategis, tempat-tempat yang ramai dikunjungi orang-orang.

Seiring dengan perkembangan kota dan aktivitas didalamnya, wujud sarana komersial ini kemudian mengalami perkembangan dan modifikasi, selaras dengan perubahan standar kenyamanan dan gaya hidup dari masyarakat agraris tradisional menjadi masyarakat modern. Kehidupan kota dengan segala hiruk pikuk aktivitasnya, membuat orang yang tinggal didalamnya memerlukan sarana dengan standar yang lebih baik, lebih aman, lebih nyaman, sehingga muncullah pusat-pusat perbelanjaan modern dalam bentuk *shopping mall*, *supermarket*, ataupun juga *hypermarket*.

Selain itu, perkembangan pengetahuan di bidang ekonomi juga terlihat dalam aspek promosi atau penjelasan mengenai produk barang, jasa atau tempat tertentu. Orang tidak lagi mempromosikan produknya dengan cara konvensional, berkeliling, berteriak-berteriak, ataupun mendemonstrasikan 'keampuhan' produknya secara langsung dilapangan. Hal inilah yang mendasari perkembangan sarana-sarana komersial berbentuk promo, baik itu melalui iklan dalam media cetak, internet, ataupun juga papan-papan reklame, sebagai bentuk '*invisible hands*' untuk menjangkau konsumen.

Media promosi dapat juga disebut sebagai salah satu wujud sarana komersial. Melalui media inilah, diharapkan konsumen akan lebih mengenal produk suatu perusahaan, mengetahui fungsi, manfaat, kualitas dan harga dari produk barang maupun jasa yang ditawarkan. Tiga faktor utama yang menentukan

keberhasilan dari penjualan suatu produk atau layanan, adalah faktor merek (*branded*), kualitas / mutu, dan juga harga (Hermawan Kertajaya, 2004). Media promosi ini, yang selain berfungsi untuk menginformasikan, juga berfungsi untuk meningkatkan *branded* dari suatu produk. Semakin sering orang mendengar, melihat, mengetahui dan mengenal suatu produk, maka akan semakin meningkat *branded* dari produk tersebut. Orang tidak akan mengetahui fungsi, kualitas dan slogan-slogan seperti "The Power of Dreams"nya Honda, "Good Friends, Great Pizza" nya Pizza Hut, atau "Bukan basa-basi"nya Sampoerna A-Mild, apabila tidak ada sarana komersial berbentuk media promosi ini.

Seperti halnya sarana komersial berbentuk bangunan pusat perbelanjaan atau pasar, media promosi khususnya reklame ini dipajang pada tempat-tempat yang mempunyai pertimbangan tertentu, yaitu tempat-tempat yang ramai, mudah dilihat, dan strategis. Suatu kota dapat menjadi sangat terkenal dengan adanya berbagai bentuk papan reklame tersebut. "*Vegas is not vegas without advertising-signs*", demikian salah satu ungkapan yang menunjukkan begitu terkenalnya kota Las-Vegas karena kilauan cahaya lampu-lampu dari papan reklame dimalam hari.

Kota-kota besar di Indonesia, juga merupakan kota-kota yang juga sudah dipenuhi dengan berbagai sarana komersial. Saat ini, deretan reklame terlihat penuh mengisi sudut-sudut ruang kota Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Yogyakarta, dan lain-lain. Pada kota-kota besar dengan karakteristik geografis dataran atau landai, keberadaan papan reklame ini ikut berperan 'mempercantik' kota tersebut, sebagai elemen penunjang ruang kota khususnya dimalam hari, karena kota-kota itu tidak mempunyai ciri khas berupa pemandangan alam.

Akan tetapi, beberapa kota besar di Indonesia mempunyai pesona lain, berupa ciri khas pemandangan alam dan kontur perbukitan disekitarnya. Kekhasan pemandangan alam ini disebut sebagai karakter lanskap. Kota Bandung, Bogor dan Semarang contohnya, mempunyai karakter lanskap dengan kontur perbukitan, dan elemen-elemen penunjang lanskap yang ada dikota-kota tersebut seperti halnya bentuk alur liukan jalan, sungai-sungai dan hijaunya vegetasi yang ada di dalamnya.

Pada kota-kota diatas juga terjadi perkembangan, khususnya menyangkut sarana komersial didalamnya. Perkembangan ini, membawa 'sesuatu' yang berbeda, khususnya terhadap masyarakat yang hidup didalamnya, karena rona lingkungan akan saling berpengaruh dengan lingkungan fisik yang terbentuk oleh kondisi lokasi, kelompok masyarakat dengan sosial budayanya (Rapoport,1969:47).

Perkembangan suatu kawasan kota dipengaruhi oleh faktor politik, ekonomi, sosial dan budaya, teknologi dan keadaan alamnya. Perkembangan ini, baik secara formal (terencana) maupun informal (*organis / incremental*) dapat merubah ciri dan karakter yang dimiliki oleh kota tersebut.

Pergeseran pusat kota Semarang pada tahun 1965 dari arah Alun-alun Kanjengan ke arah selatan kaki bukit Candi (Tio, 2000:42), yang kemudian diberi nama "Simpang Lima" ini memberikan dampak terhadap lingkungan disekitar kawasan tersebut. Munculah berbagai jenis sarana komersial dikawasan ini.

Sarana komersial ini kemudian berkembang menyebar ke seluruh penjuru kota Semarang. Secara geografis, pada daerah perkembangan kearah selatan, perkembangan kota Semarang secara fisik menanjak ke atas mengikuti bentuk topografi penggal jalan. Potensi *View* dan karakter lanskap yang menarik menyebabkan penggal jalan tersebut menjadi area yang mengalami perkembangan cukup pesat, khususnya berkaitan dengan sarana komersial didalamnya.

Apabila diamati lebih cermat, terjadi perkembangan sarana komersial pada masing-masing area berdasarkan bentukan lanskap penggal jalan Siranda ini. Terjadi peralihan fungsi bangunan hunian menjadi bangunan komersil. Peralihan fungsi bangunan ini diikuti dengan penambahan luas bangunan secara vertikal keatas dengan menambah ketinggian bangunan. Demikian halnya dengan kemunculan berbagai *advertising signs* baik yang tertata maupun tidak. *Advertising Signs* ini, khususnya yang tidak tertata, mendominasi *skyline* pada karakter lanskap penggal jalan Siranda.

Dalam Cullen (1975:11-13) disebutkan bahwa persepsi berkaitan dengan penglihatan (*sight*), sedangkan penglihatan sangat dipengaruhi oleh pertimbangan

mengenai urutan perjalanan yang terekam dalam bentuk visual (*serial vision*), pertimbangan mengenai tempat (*place*) dan pertimbangan mengenai isi (*content*).

Penggal jalan Siranda ini mempunyai karakter lanskap yang unik. Pada karakter lanskap penggal jalan ini terjadi perkembangan beberapa sarana komersial. Hal yang menarik untuk diamati adalah apakah karakter lanskap pada penggal jalan ini mendukung terhadap bentukan pola perkembangan sarana komersial didalamnya, berdasarkan pertimbangan mengenai tempat (*place*) yaitu pada karakter lanskap penggal jalan Siranda ini, dan apakah kondisi sarana komersial tersebut berpengaruh terhadap kualitas visual ruang kota seperti yang telah disebutkan Cullen berdasarkan pertimbangan mengenai isi (*content*) dari tempat tersebut.

Selanjutnya Peneliti memandang perlu untuk meneliti mengenai tempat (*place*) berkaitan dengan keunikan karakter lanskap Siranda terhadap perkembangan sarana komersial didalamnya, dan mengenai isi (*content*) karakter lanskap penggal jalan Siranda, berkaitan dengan sarana komersial terhadap kualitas visual ruang kota pada karakter lanskap Siranda ini.

1.2. Rumusan Permasalahan

Dari latar belakang studi, dapat diidentifikasi beberapa rumusan permasalahan untuk mengarahkan pada inti permasalahan yang dikaji, yaitu :

Kegiatan komersial membutuhkan wadah untuk aktivitasnya. Media promosi adalah salah satu wujud sarana komersial. Seperti halnya sarana komersial berbentuk bangunan pusat perbelanjaan, media promosi khususnya reklame ini dipajang pada tempat-tempat yang mempunyai pertimbangan tertentu, yaitu tempat-tempat yang ramai, mudah dilihat, dan strategis.

Perkembangan suatu kawasan kota dipengaruhi oleh faktor politik, ekonomi, sosial dan budaya, teknologi dan keadaan alamnya. Perkembangan ini, baik secara formal (terencana) maupun informal (*organis / incremental*) dapat merubah ciri dan karakter yang dimiliki oleh kota tersebut. Demikian halnya sarana komersial, dapat merubah kekhasan ruang kota disekitarnya.

Penggal jalan Siranda mempunyai karakter lanskap yang unik. Keunikan ini disebabkan oleh karena penggal jalan tersebut terletak pada kawasan perbukitan Candi dengan topografi bervariasi dari tinggi ke rendah apabila dilihat dari kota 'Semarang atas' menuju kota 'Semarang bawah'.

Alur penggal jalan ini berliku mengikuti bentuk karakter lanskapnya. Kekhasan karakter lanskap yang ada ditempat tersebut meliputi kesan visual (*view*) yang menarik, terutama berkaitan dengan *serial vision* dan bentuk lengkungan S (*S-shape*) dengan cembungan (*concave*) dan cekungan (*convex*) didalamnya.

Pada karakter lanskap penggal jalan tersebut juga terjadi perkembangan berkaitan dengan pengaruh sarana komersial didalamnya. Pengaruh sarana komersial yang terjadi ini menyebabkan terbentuknya beberapa penanda (*marks*) baru disepanjang penggal jalan tersebut.

Berkaitan dengan hal-hal tersebut diatas, maka pokok permasalahan yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, yaitu **bagaimanakah pengaruh sarana komersial yang ada disepanjang penggal jalan Siranda ini pada karakter lanskapnya?**

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap penggal jalan Siranda.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah untuk pengembangan ilmu dan pengetahuan mengenai *landscape*, khususnya mengenai tempat (*place*) dengan karakter lanskap yang mempunyai keunikan tersendiri seperti pada penggal jalan Siranda, isi (*content*) dari tempat tersebut dalam wujud pengaruh sarana-sarana komersial.

Selain itu penelitian ini juga dapat dipergunakan sebagai bahan rekomendasi pada Pemerintah setempat dalam perencanaan pengaturan bangunan dan lingkungan, khususnya mengenai penataan sarana komersial pada kawasan

yang mempunyai kekhasan karakter lanskap yang khas, seperti halnya yang ada di sepanjang penggal jalan Siranda.

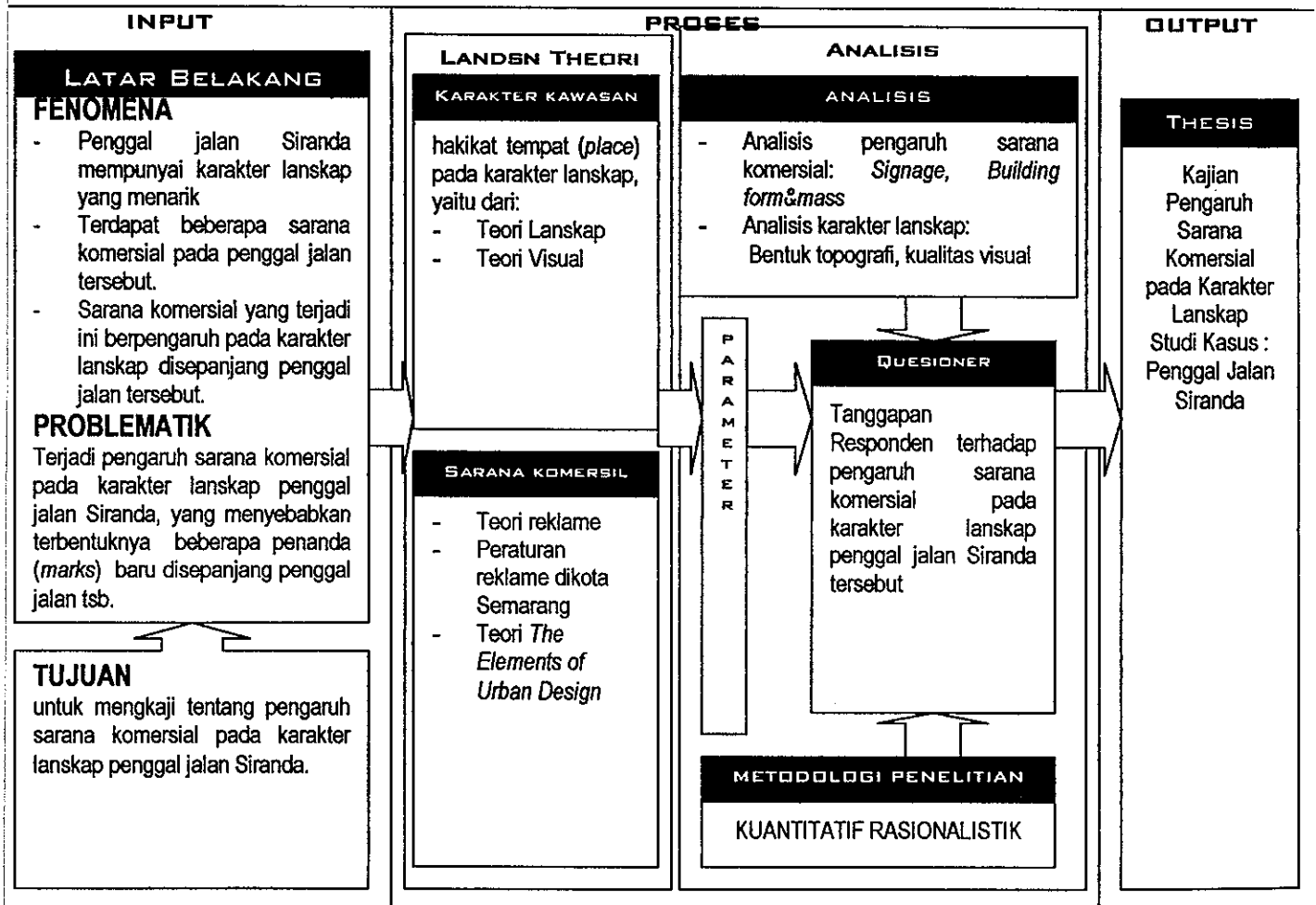
Disamping itu hasil penelitian ini dapat juga dimanfaatkan untuk penelitian-penelitian lain yang sejenis mengenai pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap kawasan dengan ciri khas yang khas.

1.5. Lingkup Penelitian

Lingkup penelitian ini pada dasarnya terbagi dua, yaitu lingkup substansial dan lingkup spasial.

Lingkup substansial penelitian ini adalah pada pembahasan mengenai isi (*content*) yaitu pengaruh sarana komersial, sedangkan lingkup penelitian secara spasial dibatasi pada area disepanjang penggal jalan Siranda.

1.6. Alur Pikir Penelitian



1.7. Keaslian Penelitian

Penelitian ini asli, belum pernah dibuat sebelumnya penelitian mengenai Sarana Komersial pada Karakter Lanskap, dengan studi kasus Penggal jalan Siranda. Adapun penelitian-penelitian lain yang sejenis adalah :

1. Bambang Setyohadi K. (1998), dalam rangka menempuh studi S-2 di Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro, dengan judul Kajian Keterkaitan Kemampuan Bertahan Permukiman dengan Struktur Sosial Masyarakat, Studi kasus Permukiman Candi Baru Semarang.

Penelitian ini mengkaji mengenai masalah permukiman, menyangkut kemampuan bertahan permukiman. Studi kasus yang dilakukan adalah terhadap keseluruhan permukiman yang ada di Candi Baru Semarang.

2. Bambang Sujono (2002), dalam rangka menempuh studi S-2 di Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro, dengan judul Karakter Visual Koridor Pendukung Kawasan, Studo kasus Simpang Lima Semarang.

Penelitian ini membahas mengenai aspek visual yang terdapat pada tiap-tiap penggal jalan menuju ke arah Simpang Lima, untuk menemukan karakter visual koridor pendukung kawasan.

3. Atiek Suprpti (1997), dalam rangka menempuh studi S-2 di Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro, dengan judul Kajian Pola Spasial Kampung Kauman Semarang sebagai suatu *Place*.

Penelitian ini mengkaji mengenai keberadaan kampung Kauman Semarang sebagai suatu *place*, berkaitan dengan isi (*content*) yaitu aktivitas masyarakat yang ada didalamnya.

4. Febri Astuti dan Siti Indriani (2003), dalam rangka Tugas Akhir studi S-1 di Jurusan Teknik PWK Universitas Diponegoro, dengan judul Intensifikasi Penerimaan Pajak Reklame Ruang Publik Kawasan Simpang Lima.

Penelitian ini membahas mengenai aspek hukum dan peraturan daerah (Perda) yang mengatur mengenai reklame pada ruang publik di kawasan Simpang Lima.

1.8. Sistematika Penulisan

Tesis ini disusun menjadi tiga bagian, bagian awal, bagian isi, bagian akhir, dengan susunan sebagai berikut :

Bagian awal, terdiri dari halaman judul, lembar pengesahan, abstract, abstraksi, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar skema.

Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

1. Bab I Pendahuluan, meliputi latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, alur pikir penelitian dan sistematika penulisan.
2. Bab II Kajian Pustaka meliputi tinjauan perancangan kota, tinjauan sarana komersial, tinjauan karakter lanskap, persepsi visual, dan kesimpulan parameter-parameter yang didapatkan dari hasil kajian pustaka.
3. Bab III Metodologi Penelitian meliputi pendekatan yang digunakan, desain penelitian dan sampling area penelitian.
4. Bab IV Gambaran Wilayah Penelitian, meliputi sejarah aktivitas komersial di Semarang, sejarah perekonomian di kota Semarang, serta gambaran makro dan mikro wilayah penelitian.
5. Bab IV Pembahasan Penelitian, yaitu pembahasan hasil tanggapan responden terhadap pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap, khususnya diarea sekitar Taman Diponegoro, jl. Sindoro dan jl. Tambora, area cekungan (*concave*), area dengan peninggian badan jalan, area cembungan (*convex*) dan pada area sekitar perempatan jl. Pahlawan.
6. Kesimpulan dan rekomendasi.

Bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran pendukung bagian isi dari thesis ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pengaruh Sarana Komersial

2.1.1. Pengertian Sarana Komersial

Shirvani (1985: 6) mengatakan bahwa beberapa elemen ruang perkotaan seperti bangunan komersial dan *advertising signs* digunakan sebagai sarana komersial. Reynald Kasali (1992) mengatakan bahwa untuk menyampaikan pesan promosi kepada konsumen diperlukan suatu media dalam bentuk media advertasi, yang terdiri dari media elektronik, cetak, audio dan media ruang luar. Berdasarkan apa yang dikatakan Kasali tersebut, maka pembahasan mengenai sarana komersial disini hanya akan difokuskan pada sarana komersial yang berkaitan dengan bidang *urban design*, yaitu terhadap sarana komersial berbentuk media ruang luar.

Untuk pembahasan penelitian tentang sarana komersial, maka menurut pengertian dari para ahli bahwa sarana adalah wadah atau media (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993). Sedangkan pengertian komersial berasal dari kata *commercial* yang artinya iklan, atau sesuatu yang bersifat perdagangan / perniagaan (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)

Edy Darmawan (2003: 1) mengatakan bahwa ruang publik juga memiliki fungsi terhadap kegiatan ekonomi rakyat. Perkembangan perekonomian kota membuat banyak investor yang mengincar elemen ruang-ruang perkotaan sebagai sarana komersial. Lebih lanjut lagi, Yulanda Rif'an dalam Edy Darmawan (2003: 51) mengatakan bahwa wadah untuk perekonomian, adalah ruang yang digunakan oleh penghuni lingkungan, pengunjung lingkungan dan pengguna lingkungan, dengan aktivitas utama berupa kegiatan komersial.

Jadi pengertian sarana komersial disini adalah wadah atau media bagi sesuatu yang bersifat perdagangan / perniagaan, khususnya yang berkaitan dengan bidang perancangan kota yaitu terhadap sarana komersial berbentuk media ruang-ruang yang terdapat di perkotaan.

2.2.2. Jenis Sarana Komersial

Penentuan jenis sarana komersial ini didasarkan kepada pengertian yang disebutkan oleh berbagai pakar mengenai berbagai jenis sarana yang digunakan untuk tujuan komersial, yaitu :

- Berdasarkan UU No. 34 tahun 2000, pengertian **reklame adalah** benda, alat atau buatan dan atau **media** menurut bentuk dan susunan corak / ragam **untuk tujuan komersial.**
- Mengutip apa yang dikatakan Cullen (1985:21) bahwa “... *the buildings are for social and commercial purpose.*” Yang artinya bahwa fungsi **bangunan adalah untuk tujuan sosial dan komersial**

Jadi seperti yang telah dijelaskan oleh para pakar diatas, maka tipologi sarana komersial ini pada dasarnya terbagi dua yaitu **reklame dan bangunan komersial.**

2.2.3. Reklame sebagai salah satu bentuk *Signages*

Hamid Shirvani, didalam buku *The Urban Design Process* (1985:40) mengatakan bahwa *signages* yang dimaksudkan disini berkaitan dengan reklame berbentuk komersial (*advertising signs*). Perkembangan reklame komersial ini menjadi salah satu elemen penting dari aspek visual ruang kota, terutama sejak Perang Dunia II. Terlepas dari hal tersebut, perkembangan reklame komersial ini tidak pernah lepas dari kontroversi.

Kontroversi ini dijelaskan oleh Shirvani (1985:40) berkaitan bahwa dari sisi perancangan kota, ukuran dan kualitas desain dari reklame komersial harus diatur untuk menciptakan kesesuaian, mengurangi dampak visual negatif, dan pada saat yang sama harus dapat mengurangi kejanggalan-kejanggalan dan kompetisi dengan dengan penanda publik dan rambu lalu lintas.

Menurut Echols (1975), *sign* adalah tanda, sedangkan dalam arsitektur *sign* diartikan sebagai bentuk-bentuk informasi dan orientasi kota yang dirancang khusus sebagai bagian dari delapan elemen *urban design* (Shirvani,1985). Sedangkan Rubenstein (1992) mendefinisikan bahwa *signage* merupakan tanda-tanda visual di perkotaan yang berfungsi sebagai sarana informasi atau

komunikasi secara arsitektural. Senada dengan hal tersebut, Lynch (1962) menyebutkan bahwa *sign* dapat berfungsi sebagai alat untuk orientasi bagi warga.

Sama halnya dengan Sanoff (1991) yang mengatakan bahwa *signage* seperti dalam penggunaan *sign*, keberadaannya memberikan informasi kepada masyarakat yang sedang melintas, berjalan atau berkendara. 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).

Media advertasi yang berpengaruh langsung terhadap perancangan kota adalah media ruang luar, 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 disekitarnya.

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

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 yang 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 :

- Jati diri (identitas) mal (*mall identity*), dapat berupa simbol atau logo untuk memberikan identitas suatu mal, dan logo tersebut dapat digunakan untuk suatu informasi pada publik.
- 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.
- Jatidiri komersial (*commercial identity*), dimana penempatan *sign* pada bangunan sebagai jatidiri pertokoan seperti papan nama (*name plate*), *sign advertising* (papan advertensi) disepanjang jalan, atau blok bangunan.
- 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. Informasi tersebut akan menuntun orang menuju tujuan tertentu.

Membaca pengertian tentang *signages* dari Rubenstein diatas, maka pembahasan *signs* disini secara khusus ditujukan terhadap *signages* yang berfungsi sebagai jatidiri komersial (reklame), yang akan difokuskan pada fungsi reklame sebagai jatidiri pertokoan, *advertising signs* dan blok bangunan.

a. Pengertian Reklame

Berdasarkan UU No. 34 tahun 2000, pengertian reklame adalah benda, alat atau buatan dan atau media menurut bentuk dan susunan corak / ragam **untuk tujuan komersial**, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan dan atau

memuji suatu barang, jasa atau orang, yang ditempatkan atau dapat dilihat orang, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum.

Reklame merupakan salah satu bentuk pendapatan asli daerah. Dalam UU No. 25 tahun 1999, disebutkan bahwa Pendapatan Asli Daerah adalah pendapatan yang benar-benar berasal dari daerah, ditarik oleh Pemerintah Daerah dengan Peraturan Daerah sebagai dasar hukumnya. Sedangkan peraturan mengenai pajak reklame sebagai salah satu pajak kota, karena termasuk didalam jenis-jenis Pajak Daerah (PP. No. 65 tahun 2001).

Didalam Undang-Undang No. 34 tahun 2000 tentang pajak dan retrebusi daerah, disebutkan bahwa pajak reklame adalah pungutan daerah atas penyelenggaraan reklame, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Perhitungan reklame ini ditentukan dengan dasar Nilai Jual Objek Pajak (NJOP) reklame dan nilai strategis pemasangan reklame tersebut.

Adapun faktor-faktor yang menentukan perhitungan reklame ini yaitu :

- Biaya pembuatan reklame
- Biaya Pemeliharaan / Maintenance reklame
- Biaya Pemasangan reklame, dan
- Jenis-jenis reklame.

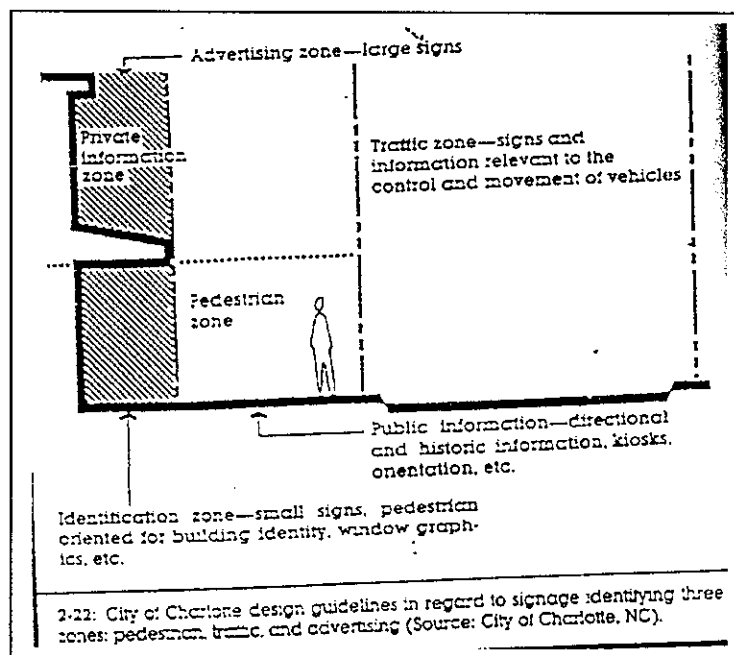
b. Pengaruh reklame

Diperlukan karakter tertentu dalam perencanaan dan penataan *signage*. Richardson dalam Shirvani (1985), mengemukakan bahwa untuk meningkatkan kualitas lingkungan kota maka dituntut karakteristik reklame sebagai berikut : (1) penggunaan reklame harus dapat merefleksikan karakter suatu tempat; (2) jarak reklame satu dengan lainnya harus memadai dan menghindari kepadatan dan kekacau balauan; (3) penggunaan reklame harus harmonis dengan bangunan arsitektur tempat reklame tersebut berada; (4) pembatasan lampu reklame, kecuali untuk teater dan *entertainment* lain.

Halprin (1980:68) dalam Shirvani (1985:43) mengutarakan tentang keseimbangan yang harus dicapai oleh reklame komersial, yaitu bahwa reklame tersebut harus menghindari ketidakteraturan berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan oleh ukuran, bentuk, menciptakan daya tarik, dan juga harus dapat

menginformasikan isi didalamnya. Karena itulah, tujuan utama yang harus dicapai adalah untuk menciptakan kriteria fungsional yaitu dengan membuat peraturan mengenai ukuran dari *signs* tersebut. Contoh pengaturan signs ini dapat dilihat didalam gambar 2.1.

- **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 reklame berukuran kecil.
- **Zona lalu lintas** (*traffic zone*), yaitu penempatan pada badan jalan atau pulau jalan. Untuk reklame yang relevan sebagai kontrol dan pergerakan lalu lintas dan sirkulasi.
- **Zona advertensi** (*advertising zone*), merupakan penempatan pada fasade bangunan, bagi reklame berukuran besar. Penempatan reklame di zona ini tidak mengganggu sirkulasi pejalan kaki.



Gambar 2.1. Contoh Peraturan Reklame oleh Pemerintah *City of Charlotte*

Sumber : *The Urban Design Process* (1985:42)

c. Sifat dan Jenis Reklame

Menurut sifatnya, reklame dibedakan menjadi dua, yaitu reklame permanen dan sementara (Kelly dan Raso, 1991). *Permanent advertising signs* (reklame permanen), dapat berbentuk bangunan atau elemen yang berdiri sendiri maupun sebagai elemen dari satu bangunan yang sifatnya permanen. Reklame yang merupakan elemen bangunan merupakan satu kesatuan dengan bangunan tersebut. Reklame ini berfungsi sebagai papan advertensi (*signboard*) memiliki jangka waktu pasang tertentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau diundangkan (Kelly dan Raso, 1992).

Temporary advertising sign (tanda-tanda sementara), bersifat tidak permanen atau temporer. Reklame yang bersifat temporer dapat berbentuk bendera, umbul-umbul, spanduk pada bangunan, di depan toko atau pinggir-pinggir jalan. Masa pemasangan reklame temporer ini memiliki batas waktu sesuai dengan kebijakan dan perijinan setempat. Menurut UU No. 34 tahun 2000, berdasarkan jenisnya, reklame itu sendiri dapat dibagi menjadi :

- *Megatron*, yaitu reklame berbentuk audio visual berskala ruang publik
- *Billboard*, yang terbuat dari bahan kayu, mika, logam, dan lain-lain
- Kain, yaitu reklame yang terbuat dari bahan kain
- Poster, berbentuk kertas presentasi dengan ukuran lebih besar dari A3
- Selebaran, yaitu berbentuk kertas ukuran A4 sampai dengan A3
- Reklame berjalan, yaitu reklame bergerak dengan berbagai macam cara
- Reklame Kendaraan, yaitu reklame yang ditempel pada kendaraan
- Reklame udara, yaitu reklame yang berbentuk balon udara
- Reklame Sementara, yaitu reklame temporer.

Sedangkan penempatannya diatur pada :

- Panggung Reklame
- Panggung Spanduk
- Panggung Umbul-umbul
- Sarana/Prasarana Kota

Berdasarkan ukuran, reklame ini dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu :

- Kategori besar (*maxi*), dengan ukuran 4,00 x6,00 m² atau lebih

- Kategori sedang (*midi*), dengan ukuran antara 2,00 x2,00 sampai 2,00 x 4,00 m²
- Kategori kecil (*mini*), dengan ukuran minimal 2,50 m.

d. Standar Harga Sewa

Peraturan mengenai harga sewa reklame ini adalah Rp. 1.000.000,- / bulan, dengan catatan bahwa saat terpasang harus sudah ada stiker lunas retrebusi. Sedangkan pajak reklame bergantung pada jenis dan lokasi penempatan reklame tersebut, yang ditentukan berdasarkan sistem lelang. (Perda Pajak Reklame No. 2 tahun 2002, dan SK. Walikotamadya Semarang No. 973 / 266 tahun 2002). Sedangkan mengenai konstruksi dan ketinggian, dalam Sk Walikotamadya No. 973 ini diatur bahwa reklame dengan ketinggian lebih dari 20,00 m akan dikenakan biaya ketinggian 20 % dari pajak. Sedangkan standar daftar tarip reklame yang ada pada penggal jalan Siranda saat dilelang ini yaitu :

| No | Daftar Tarip | Nominal (Rp.) | Dihitung berdasarkan |
|----|-------------------------|---------------|----------------------|
| 1 | Billboard | 2,250,000,- | Per Tahun |
| 2 | Kain | 2,250,000,- | Per Tahun |
| 3 | Banner | 31,000,- | Per Minggu |
| 4 | Spanduk dan Umbul-umbul | 31,000,- | Per Minggu |

Tabel 2.1. Daftar Tarip Pemasangan Reklame di Siranda

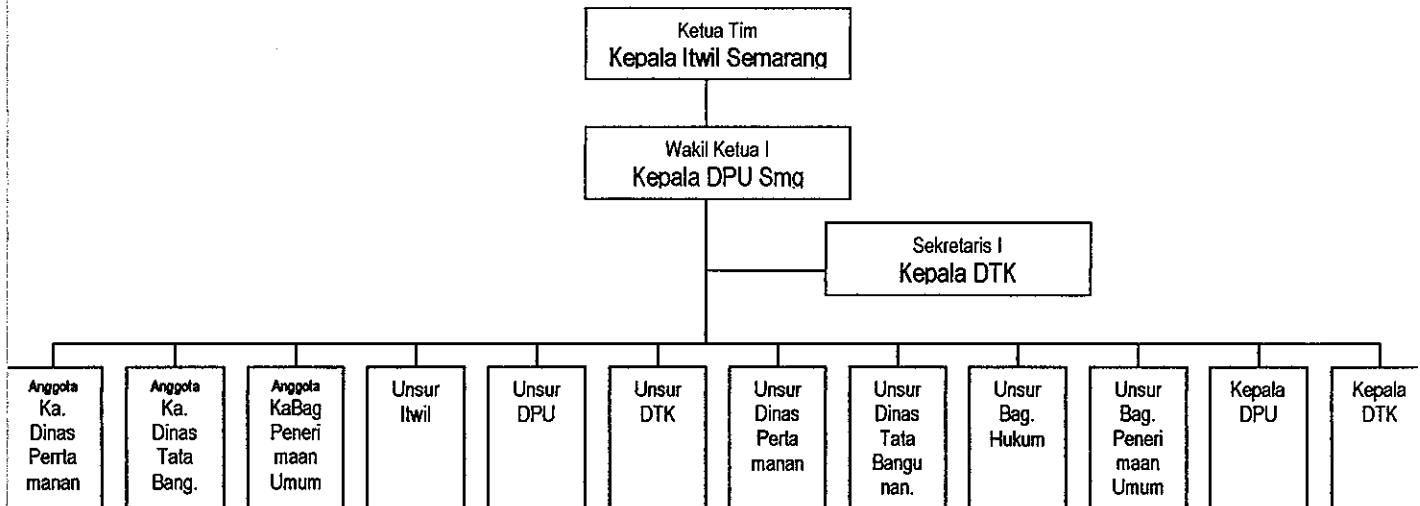
Sumber : SK. Walikotamadya No. 973 / 266 Tahun 2002

e. Peraturan-Peraturan mengenai Reklame

Peraturan-peraturan yang mengatur mengenai reklame yaitu :

- Perda No. 1 Tahun 1998 tentang Pajak Daerah
- Perda No. 13 Tahun 1998 tentang retrebusi pemakaian kekayaan daerah
- Perda No. 17 Tahun 1998 tentang IMB Penandaan.
- SK. Walikota Semarang No. 973 / 645 tanggal 30-12-1999, tentang tatacara penyelenggaraan reklame di Wilayah Semarang
- SK. Walikota Semarang No. 510 / 315 tanggal 26-06-2000, tentang standar harga sewa lahan reklame yang bersifat sementara.

- Perda Smg. No. 2 tahun 2001 tentang pembentukan Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kota Semarang, yang dapat dilihat dalam tabel 2.2. dibawah.



Tabel 2.2. Struktur Organisasi Pengaturan Reklame Kota Semarang

Sumber : Perda No. 2 Tahun 2001

2.2.4. Bangunan Komersial

a. Pengertian Bangunan Komersial

Mengutip apa yang dikatakan Cullen (1985:21) bahwa “... *the buildings are for social and commercial purpose.*” Yang artinya bahwa fungsi **bangunan adalah untuk tujuan sosial dan komersial**. Bentuk-bentuk bangunan yang berada di tepi (sisi) ruang jalan sangat menentukan karakteristik ruang perkotaan. Ruang-ruang di perkotaan akan bekerjasama dengan elemen-elemen lingkungan kota lain (bangunan, tanaman, kontur tanah) untuk membentuk ruang luar (Cluskey, 1979). Fasade (bagian muka) bangunan merupakan aspek yang berpengaruh terhadap wajah kota, terutama dari segi estetikanya. Dalam fasade bangunan terkandung suatu *face* (wajah), yang merupakan salah satu elemen visual lansekap.

b. Pengaruh Bangunan Komersial

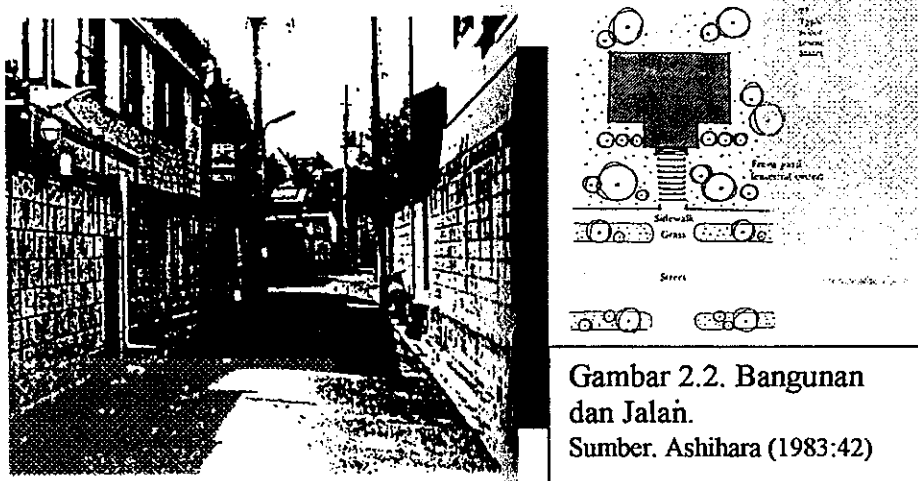
Lebih lanjut, menurut Shirvani (1985) *building form and massing* ditujukan terhadap aspek-aspek fisik dari bentuk massa bangunan, sebagaimana

dsebutkan dalam *Urban Design Plan of San Fransisco* (1970) yang ditujukan kepada tampilan dan konfigurasi bangunan dalam suatu kawasan.

Hamid Shirvani (1985) menyebutkan bahwa penataan massa bangunan meliputi kualitas penampilan bangunan, antara lain ketinggian bangunan (*height*), kepadatan bangunan (*bulk*), Garis Sempadan Bangunan (*building coverage*), Garis Jalan (*street line*), Langgam Bangunan (*style*), Orientasi (*orientation*), agar bangunan dapat berhubungan secara harmonis dengan bangunan lain disekitarnya.

- Hubungan bangunan dan Jalan

Hal lain yang dikemukakan oleh Yoshinobu Ashihara (1983:39) adalah bahwa pengaruh bangunan dapat dilihat melalui hubungan antara bangunan dan jalan. Tapak sebuah bangunan selalu menghadap kearah jalan. Komposisi dan karakter suatu kota ditentukan melalui konsepsi spasial dan desain batas-batas suatu daerah (*boundary*) yang dihubungkan oleh jalan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2.2.



Bangunan dan jalan telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari seluruh penduduk kota. Apabila kita berpikir tentang sebuah kota, yang tertera di benak kita adalah bagaimana bentuk bangunan dan jalan yang ada di kota tersebut. Apabila bangunan dan jalan dalam suatu kota menarik, maka kota itu menjadi menarik, sebaliknya apabila bangunan dan jalan dikota tersebut jelek atau terlihat kumuh, maka kota tersebut akan berkesan buruk. Hal ini menyebabkan kondisi bangunan dan jalan menjadi parameter kesan yang ditimbulkan suatu kota. Kehadiran bangunan dari suatu tempat mempengaruhi

emosi dan aktivitas manusia, dapat membangun pribadi, kehidupan sosial dan budaya masyarakat tersebut.

- Fascade Bangunan

Senada dengan yang diungkapkan 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 saja dengan membatasi dan menyimpangkan vista atau *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.

2.3. Karakter Lanskap

2.3.1. Pengertian Karakter Lanskap

- Karakter = sifat / ciri yang khas / kekhasan (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)
- Lanskap = Pemandangan alam (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)
- Pei (1997) mengatakan bahwa karakter adalah tanda-tanda yang berarti symbol yang digunakan untuk penulisan atau mencetak, membedakan dan mengenal tanda / muka, kumpulan dan karakteristik atau pengenalan muka dari suatu benda, kualitas yang aneh, ganjil atau istimewa.
- Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa pada saat melihat suatu lanskap, berarti yang dicari adalah karakteristik / kekhasan lanskap tersebut.
- Menurut Yoshinobu Ashihara (*Aesthetic Townscape*:xi), karakter dasar perwujudan suatu kota adalah suatu upaya untuk mengatasi kondisi iklim wilayah dan mengeksplorasi kekhasan dari karakter wilayah tersebut.

Jadi, pengertian Karakter lanskap adalah suatu ciri yang khas dari pemandangan alam diluar ruangan yang berbeda / istimewa dibandingkan dengan tempat lainnya.

2.3.2. Komponen Pembentuk Karakter Lanskap

Penentuan komponen pembentuk karakter lanskap ini didasarkan kepada pengertian yang disebutkan oleh berbagai pakar mengenai berbagai jenis kekhasan pemandangan alam disuatu tempat, yaitu mengenai :

A. Bentuk Topografi Ruang Terbuka

Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa karakteristik lanskap dilihat dengan upaya observasi terhadap bentuk topografi ruang terbuka, yaitu datar, landai, berbukit dan pegunungan, dan kekhasan elemen lanskap ditempat tersebut seperti adanya jalur jalan, sungai, jajaran pepohonan dan vegetasi pendukung (1965:52).

Menurut Yoshinobu Ashihara (*Aesthetic Townscape:xi*), karakter dasar perwujudan suatu kota adalah suatu upaya untuk mengatasi kondisi iklim wilayah dan mengeksplorasi kekhasan dari karakter wilayah tersebut. Suatu perancangan kota yang baik tidak dilakukan dengan membuat suatu desain rancangan kota yang baru pada suatu wilayah yang sudah ada, akan tetapi harus didasarkan pada kekhasan karakteristik daerah tersebut dengan upaya preservasi terhadap hal-hal yang sudah berkembang dengan baik, mengganti hal-hal buruk yang terdapat didalamnya dan merancang suatu kota menjadi sebuah wujud yang lebih baik, lebih layak dan diingat sepanjang masa. Kekhasan tersebut yaitu seperti :

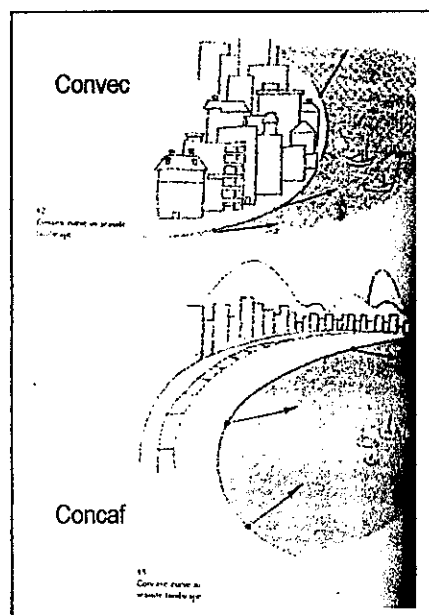
- Jalur jalan / *Path*

Menurut Kevin Linch dalam Markus Zahnd (1999:154) pengertian *Path* (jalur), yaitu rute sirkulasi yang digunakan orang untuk melakukan pergerakan secara umum: jalan, gang-gang utama, jalan transit, lintasan kereta api, saluran dan sebagainya. *Path* mempunyai identitas yang lebih baik jika memiliki tujuan, ada penampakan yang kuat (*fasçade*, pohon dan sebagainya) atau ada belokan yang jelas. Belokan ini disebut oleh Ashihara (1983:102) sebagai bentuk cembungan (*convex*) dan cekungan (*concave*).

- Cembungan (*Convecs*) dan Cekungan (*Concaf*).

Hal yang dikemukakan oleh Ashihara (1983: 102) adalah berkaitan dengan bentuk cembungan (*convecs*) dan cekungan (*concaf*). Cembungan adalah kondisi jalan atau suatu batas wilayah seperti air atau garis pantai yang cembung keluar mengikuti bentuk bidang massif atau bangunan, sedangkan cekungan adalah kondisi jalan atau garis pantai yang mencekung, masuk kedalam bidang massif atau bangunan dibelakangnya.

Menurut Ashihara (1983: 100) bentuk cekungan (*concaf*) lebih dapat mengakomodir penglihatan visual terhadap suatu kawasan dibandingkan bentuk cembungan (*convecs*), karena pada bentuk cekungan selain dapat dimasuki oleh keseluruhan bidang penglihatan, juga membentuk hubungan antara batas jalan dan atau garis pantai dengan bidang massif atau bangunan dibelakangnya sebagai suatu kesatuan bentuk *figure-ground*. Bentuk cekungan (*concaf*) ini lebih menyenangkan untuk dilihat dan terekam dalam memori. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2.3.



Gambar 2.3.
Cembungan (*convecs*) dan cekungan (*concaf*)
Sumber: Ashihara (1983: 102)

B. Persepsi Visual

Dijelaskan oleh Ashihara (1983: 98) bahwa keindahan karakter lanskap suatu kota dapat diukur dengan penglihatan / persepsi visual terhadap seluruh

atau sebagian dari suatu kota dari ketinggian tertentu, dan kesempatan untuk melihat panorama alam di kota tersebut.

Dalam Cullen (1975:11-13) disebutkan bahwa persepsi berkaitan dengan penglihatan (*sight*), sedangkan penglihatan sangat dipengaruhi oleh pertimbangan mengenai urutan perjalanan yang terekam dalam bentuk visual (*serial vision*), pertimbangan mengenai tempat (*place*) dan pertimbangan mengenai isi (*content*).

Pada kenyataannya, ada suatu seni hubungan sebagaimana terdapat seni arsitektur. Tujuannya adalah untuk menata elemen-elemen perkotaan seperti bangunan-bangunan, pepohonan dan tanaman, elemen alam, elemen air, lalu-lintas, reklame dan lain-lain menjadi suatu rangkaian yang harmonis. Urutan hubungan mengenai persepsi, penglihatan (*sight*), runtutan perjalanan (*serial vision*) tempat (*place*) dan isi (*content*) ini dijelaskan sebagai berikut :

- Persepsi

Persepsi adalah hasil interaksi seseorang atau individu dengan lingkungan. Interaksi antara seseorang dengan lingkungan diawali dengan kontak fisik antara seseorang dengan lingkungannya. Dalam hal ini seseorang menampilkan perilakunya dan elemen-elemen atau *attribute* lingkungan sekitarnya menunjukkan karakter dan manfaatnya.

Menurut S Kaplan dan R Kaplan (Fisher, 1984 dalam Sarlita Wirawan, 1992) menjelaskan bahwa pilihan ditentukan oleh beberapa hal yaitu keteraturan, tekstur (kasar dan lembutnya suatu pemandangan), keakraban dengan lingkungan, keleluasaan ruang pandang, kemajemukan rangsangan dan kerahasiaan yang tersembunyi dalam pemandangan.

- Penglihatan (*sight*)

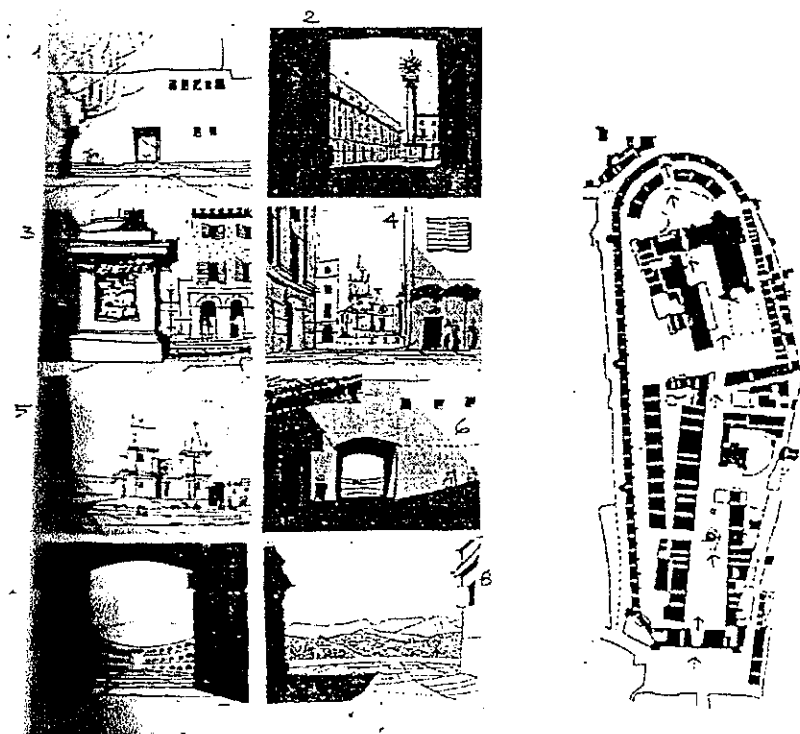
Sebuah kota atau bagian kota tidak dapat dilihat dalam satu titik saja, tetapi melalui proses pengamatan di dalam gerakan. Cullen memakai istilah *sight* dalam proses tersebut, yang dibedakan menjadi dua kelompok yaitu ;

1. Pandangan yang ada (*Existing view*), terfokus pada satu daerah saja.
2. Pandangan yang timbul (*Emerging view*), fokusnya pada kaitan antara satu daerah dengan daerah lain.

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

- Runtutan visual perjalanan (*Serial vision*)

Saat berjalan dari suatu tempat menuju ke tempat lain pada bagian kota akan memberikan sebuah cara pandang yang ditangkap oleh optic penglihatan dalam pola dan bentuk berbeda-beda sebagai suatu runtutan, yang mempengaruhi penglihatan secara tiga dimensi. Contoh *serial-vision* ini dapat dilihat pada gambar 2.4.



Gambar 2.4. *Serial Vision* menurut Gordon Cullen

(Sumber : Cullen, 1975:11)

- Tempat (*place*)

Dalam bentuk hitam dan putih, jalan-jalan adalah sebagai ruang terbuka untuk pergerakan dan bangunan-bangunan adalah untuk aktivitas

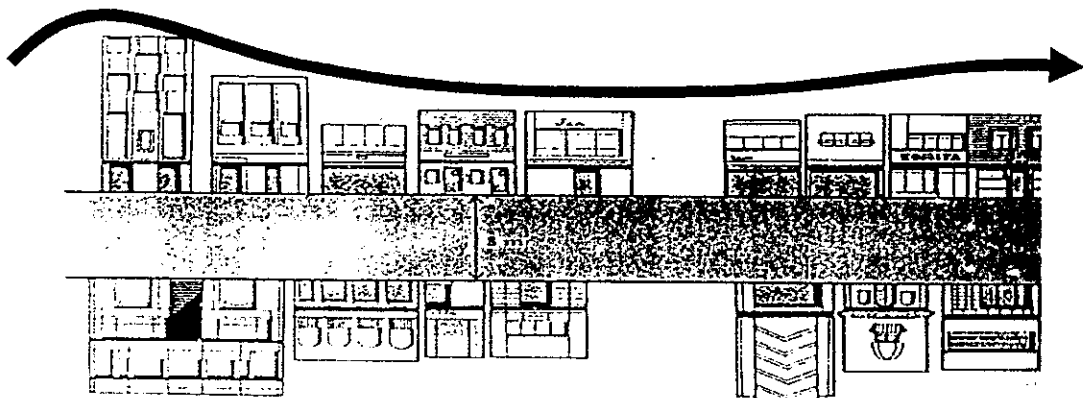
sosial dan komersial. Orang-orang akan melakukan sesuatu yang menurut persepsinya cocok dengan mereka, dan pada saat yang tepat untuk mereka.

- Isi (*content*)

Content dilihat dari bentuknya adalah sebagai pengisi dari *place*. *Content* dalam hal ini adalah manusia sebagai pengguna, alam sebagai pendukung dan aktivitas manusia sebagai pengisi hidupnya sebuah *place*.

- *Skyline*

Bahasan utama tentang visual tatanan massa disepanjang ruas jalan adalah salah satunya diamati dari tatanan deretan massa yang akan menunjukkan garis langit (*skyline*) yang dapat dilihat dengan membuat bayangan (*silhouette*) bentuk bangunan yang disandingkan pada posisinya secara berderet pada penggal jalan. *Skyline* akan memberikan gambaran massa bangunan yang menunjukkan hirarki visual perupaannya.



Gambar 2.5. *Skyline Motomachi Street, Yokohama*

(Sumber : Ashihara, 1983:30)

Maka peranan *skyline* terhadap *landscape* jalan adalah untuk penentuan kualitas dan tingkat keutamaan visual terhadap lingkungannya. *Skyline* seperti tulisan tangan yang akan menyampaikan informasi yang sangat berarti gambaran kondisi lingkungan alam. (fledman, dalam Lestariningsih DJ 2002). *Skyline* akan erat hubungannya dengan skala keruangan yang akan memberikan kesan terhadap konteks dari tempat tersebut (Zahnd, 1999). Skala perkotaan dengan

memperhatikan pembatasan secara vertikal yang akan menunjukkan *skyline* (Mc Clusky, dalam Zahnd, 1999). Bentuk *skyline* dapat dilihat pada gambar 2.5.

Jadi *skyline* adalah suatu garis pertemuan dimana massa yang berdiri diatas tanah atau garis tanah itu sendiri bertemu (Moughtin, 1995). Senada dengan hal tersebut di atas, Shirvani dalam bukunya *Urban Design Process* mengemukakan bahwa *skyline* erat hubungannya dengan bentuk dan massa bangunan, *setback*, ketinggian bangunan dan kondisi topografinya. Kemudian diperjelas oleh Spreiregen (1979) bahwa *skyline* perkotaan merupakan penyajian secara fisik dari kenyataan kehidupan kota dan merupakan karya seni potensial yang berupa *vista-vista* dimana terkadang merupakan fenomena visual yang melingkupi suatu kota.

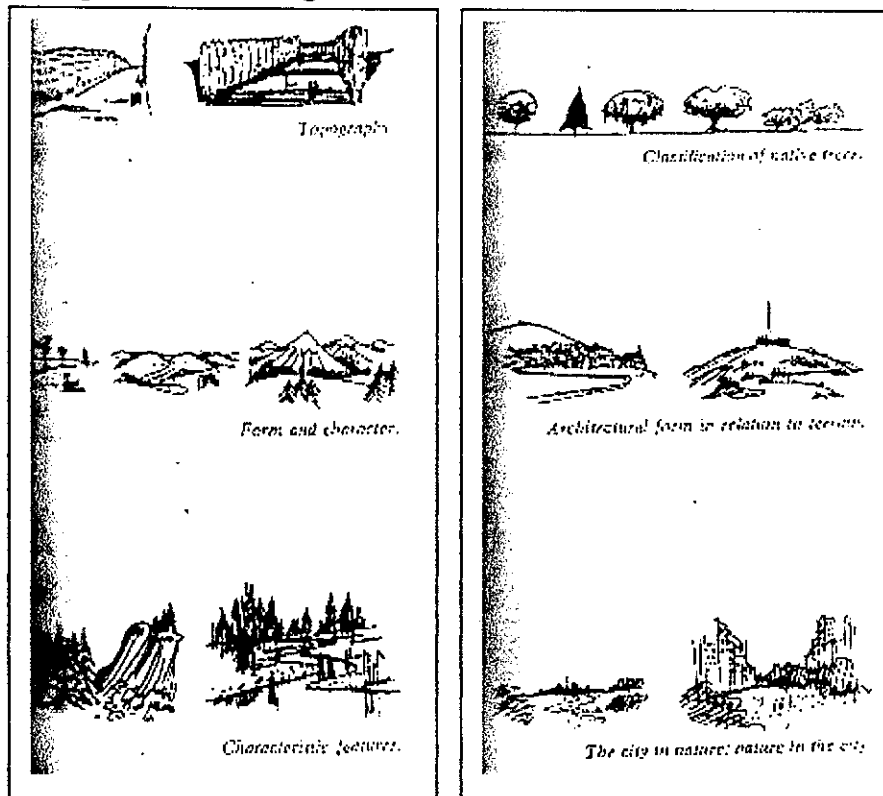
- Bentuk Lahan dan Alam (*Landform and Nature*)

Dalam bagian 3 bukunya, Spreiregen (1965:49) mengatakan bahwa salah satu cara untuk melakukan survei visual terhadap suatu bagian kota adalah dengan memperhatikan bentuk lahan dan keadaan alamnya, karena setiap kota terbentuk dari suatu bagian tanah. Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa pada saat melihat suatu lanskap, berarti yang dicari adalah karakteristik / kekhasan lanskap tersebut.

Bentuk lahan dan isinya adalah aspek terpenting dari bentukan suatu kota. Pada saat membicarakan tentang bentukan lahan, hal utama yang dibahas disini kaitannya dengan topografi wilayah, baik itu berupa dataran rendah, dataran tinggi, bukit dan pegunungan.

Lebih lanjut lagi, Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa pada saat memperhatikan lanskap suatu kawasan, hal utama yang perlu untuk dijadikan perhatian adalah berkaitan dengan karakternya. Proses visual survei ini sendiri (1965:52) dapat dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu dimulai dari tahap awal berupa pengamatan terhadap keseluruhan karakter lanskap ditempat tersebut, tahap kedua menyangkut perhatian pada derajat keterpaduan antara bentukan arsitektur dan karakter lanskap yang ada ditempat tersebut, dan ketiga atau terakhir adalah proses keputusan terhadap hal-hal apa yang akan dilakukan, menyangkut proses penentuan terhadap karakter lanskap bagian mana yang akan diperlestarikan

sebagai bagian dari suatu perancangan kota. Proses visual survei pada karakter lanskap ini dapat dilihat dalam gambar 2.6.



Gambar 2.6. Bentuk Lahan dan Alam

Sumber: Spreiregen (1965:52)

2.6. Landasan Teori

Untuk mencapai tujuan penelitian, diperlukan adanya kerangka teoritik yang akan menjadi landasan teori sebagai alat ukur analisis permasalahan yang ada. Pada sub bab dibawah dijelaskan tentang batasan pengertian istilah yang dipakai dalam penelitian ini, yang berfungsi untuk memberikan batasan dalam melihat dan menganalisis pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap penggal jalan Siranda.

2.6.1. Sarana Komersial

A. Batasan Pengertian Sarana Komersial

- Sarana = wadah, media (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)

- Komersial = berasal dari kata *commercial* yang artinya iklan, atau sesuatu yang bersifat perdagangan / perniagaan (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)
- Reynald Kasali (1992) mengatakan bahwa untuk menyampaikan pesan promosi kepada konsumen diperlukan suatu media dalam bentuk media advertasi, terdiri dari media elektronik, cetak, audio dan media ruang luar.
- Yulanda Rif'an dalam Edy Darmawan (2003: 51) mengatakan bahwa wadah untuk perekonomian, adalah ruang yang digunakan oleh penghuni lingkungan, pengunjung lingkungan dan pengguna lingkungan, dengan aktivitas utama berupa kegiatan komersial.

Jadi pengertian sarana komersial disini adalah wadah atau media bagi sesuatu yang bersifat perdagangan / perniagaan, khususnya yang berkaitan dengan bidang perancangan kota yaitu terhadap sarana komersial berbentuk media ruang-ruang yang terdapat di perkotaan.

B. Jenis Sarana Komersial

Penegasan jenis sarana komersial ini berfungsi menentukan parameter yang digunakan untuk menganalisis variable sarana komersial, yaitu :

1. Reklame

- Berdasarkan UU No. 34 tahun 2000, pengertian **reklame** adalah benda, alat atau buatan dan atau **media** menurut bentuk dan susunan corak / ragam untuk tujuan komersial,
- Hamid Shirvani, didalam buku *The Urban Design Process* (1985:40) mengatakan bahwa *signages* yang dimaksudkan disini berkaitan dengan *signages* berbentuk komersial (*advertising signs*).
- Halprin (1980:68) dalam Shirvani (1985:43) mengutarakan tentang **keseimbangan reklame komersial**, yaitu bahwa reklame tersebut harus menghindari ketidakteraturan berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan oleh **letak reklame tersebut, bentuk, menciptakan daya tarik / penggunaan material**, dan juga harus dapat menginformasikan isi didalamnya.

2. Bangunan Komersial

- Mengutip apa yang dikatakan Cullen (1985:21) bahwa “... *the buildings are for social and commercial purpose.*” Yang artinya bahwa fungsi **bangunan adalah untuk tujuan sosial dan komersial**
- Hamid Shirvani (1985) menyebutkan bahwa penataan massa bangunan meliputi kualitas yang berkaitan dengan **kualitas penampilan bangunan, dan kontekstual fungsi terhadap lingkungan sekitar.**
- **wajah sebagai salah kekhasan gaya arsitektural suatu fasade bangunan, baik berdiri sendiri maupun kombinasi dengan bangunan lain** (Jackle, 1987).

C. Parameter analisis untuk Sarana Komersial :

Berdasarkan tipologi sarana komersial diatas, maka parameter yang digunakan untuk menganalisis bangunan komersial adalah :

1. Halprin (1980:68) dalam Shirvani (1985:43) mengutarakan tentang **keseimbangan reklame komersial**, yaitu dampak yang ditimbulkan oleh reklame terhadap ruang-ruang luar di perkotaan, terkait dengan :
 - Perletakan reklame (*placement*)
 - Bentuk reklame
 - Penggunaan Material
 - Isi (*content*)
2. Hamid Shirvani (1985) menyebutkan bahwa penataan massa bangunan meliputi kualitas yang berkaitan dengan **kualitas penampilan bangunan, dan kontekstual fungsi terhadap lingkungan sekitar.**
3. Senada dengan yang diungkapkan Campbell, bahwa **wajah sebagai salah satu kekhasan gaya arsitektural suatu fasade bangunan, baik berdiri sendiri maupun kombinasi dengan bangunan lain** (Jackle, 1987).

2.6.2. Karakter Lanskap

A. Batasan Pengertian Karakter Lanskap

- Karakter = sifat / ciri yang khas / kekhasan (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)
- Lanskap = Pemandangan alam (John M. Echols, Hassan Shadily: 1993)
- Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa pada saat melihat suatu lanskap, berarti yang dicari adalah karakteristik / kekhasan lanskap tersebut.
- Menurut Yoshinobu Ashihara (*Aesthetic Townscape:xi*), karakter dasar perwujudan suatu kota adalah suatu upaya untuk mengatasi kondisi iklim wilayah dan mengeksplorasi kekhasan dari karakter wilayah tersebut.

Jadi, pengertian karakter lanskap adalah suatu ciri yang khas dari pemandangan alam diluar ruangan yang berbeda / istimewa dibandingkan dengan tempat lainnya.

B. Pengamatan terhadap Jenis Karakteristik Lanskap

Pengamatan terhadap jenis Karakter lanskap ini adalah untuk menentukan parameter yang digunakan untuk menganalisis variable Karakter Lanskap, yaitu :

1. Bentuk Topografi Ruang Terbuka

Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa karakteristik lanskap dilihat dengan upaya observasi terhadap **bentuk topografi ruang terbuka**, yaitu datar, landai, berbukit dan pegunungan, **bentukan jalan yang khas** seperti cembungan, cekungan, dll dan **kekhasan elemen lanskap** ditempat tersebut seperti adanya sungai, jajaran pepohonan dan vegetasi pendukung (1965:52).

2. Persepsi Visual

Dijelaskan oleh Ashihara (1983: 98) bahwa karakter keindahan lanskap suatu kota dapat diukur dengan penglihatan / **persepsi visual** terhadap seluruh atau sebagian dari suatu kota dari ketinggian tertentu, dan kesempatan untuk melihat panorama alam di kota tersebut.

C. Parameter untuk analisis Karakter Lanskap

Dari penjelasan para ahli mengenai tipologi karakter lanskap diatas, maka parameter yang digunakan untuk analisis karakter lanskap adalah mengenai :

1. Bentuk topografi ruang terbuka, yaitu
 - a. Dalam Shirvani (1985:27) dikatakan bahwa definisi *open space* adalah keseluruhan karakter lanskap, taman, dan wadah rekreasi.
 - b. Spreiregen (1965:51) mengatakan bahwa bentuk topografi ruang terbuka, yaitu datar, landai, berbukit dan pegunungan, dan kekhasan elemen lanskap ditempat tersebut seperti adanya sungai, jajaran pepohonan dan vegetasi pendukung (1965:52).
 - c. Kevin Lynch dalam Zahnd (1990) mengatakan bahwa *path* merupakan rute-rute sirkulasi yang digunakan untuk melakukan pergerakan, seperti jalan-jalan, gang-gang, jalan transit, lintasan kereta api, dan sebagainya.
 - d. Menurut Ashihara (1983) cembungan adalah kondisi jalan atau suatu batas wilayah seperti air atau garis pantai yang cembung keluar mengikuti bentuk bidang massif atau bangunan, sedangkan
 - e. cekungan adalah kondisi jalan atau garis pantai yang mencekung, masuk kedalam bidang massif atau bangunan dibelakangnya.
2. Persepsi Visual
 - a. Spreiregen (1965:49) mengatakan bahwa salah satu cara untuk melakukan survei visual terhadap suatu bagian kota adalah melalui kemenarikan visual, dengan memperhatikan bentuk lahan dan keadaan alamnya, karena setiap kota terbentuk dari suatu bagian tanah.
 - b. Dalam Cullen (1975:11-13) disebutkan bahwa persepsi berkaitan dengan penglihatan (*sight*), sedangkan penglihatan sangat dipengaruhi oleh pertimbangan mengenai urutan perjalanan yang terekam dalam bentuk visual (*serial vision*), pertimbangan mengenai tempat (*place*) dan pertimbangan mengenai isi (*content*).

2.6.3. Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap

Jadi, kesimpulan berkaitan dengan pengertian pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap yaitu :”Pengaruh wadah bagi sesuatu yang bersifat perniagaan pada kekhasan pemandangan alam disuatu tempat tertentu.”

Sedangkan parameter-parameter yang digunakan untuk menganalisis pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

| VARIABEL UTAMA | VARIABEL INDIKATOR | TINJAUAN PUSTAKA | PARAMETER |
|-------------------------|----------------------------------|---|--|
| Sarana Komersial | - Reklame | - UU No. 34 tahun 2000 - Shirvani (1985:40) - Halprin (1980:68) | Keseimbangan reklame komersial , yaitu dampak yg ditimbulkan oleh : - Perletakan reklame (<i>placement</i>) - Bentuk reklame - Penggunaan Material - Isi (<i>content</i>) |
| | - Bangunan Komersial | Yoshinobu Ashihara (1983:39) (Jackle, 1987). | - wajah sebagai salah satu elemen lanskap berada dalam suatu fasade bangunan, baik berdiri sendiri maupun kombinasi dengan bangunan lain - Hamid Shirvani (1985) menyebutkan bahwa penataan massa bangunan meliputi kualitas yang berkaitan dengan kualitas penampilan bangunan , dan kontekstual fungsi terhadap lingkungan sekitar. |
| Karakter Lanskap | - Bentuk topografi ruang terbuka | Shirvani (1985:27) Spreiregen(1965:51) Ashihara (1983) | Bentuk topografi ruang terbuka yaitu : datar, landai, berbukit dan pegunungan, bentukan jalan yang khas seperti cembungan, cekungan, dll dan kekhasan elemen lanskap ditempat tersebut seperti adanya sungai, jajaran pepohonan dan vegetasi pendukung. |
| | - Kualitas Visual | Cullen (1975) Ashihara (1983) | Kualitas visual dari teoriya Cullen dan Ashihara, yaitu tentang : <i>Serial vision, View from within, dan View from without</i> |

Tabel 2.3. Kesimpulan Parameter dari Kesimpulan Tinjauan Pustaka

BAB III

GAMBARAN WILAYAH STUDI

3.1. Kota Semarang sebagai kota Perdagangan

Kota Semarang sebagai ibukota propinsi Jawa Tengah, mengalami perkembangan yang signifikan dilihat dari pola karakter ruang dan karakter spasial-ekonominya. Kota Semarang, yang secara geografis terletak dibagian utara pulau Jawa pada posisi 110°23'57"79"BT dan Lintang 6°.58'18"LS, dengan jumlah penduduk lebih kurang 2 juta jiwa, mempunyai peranan sebagai salah satu kota pelabuhan penting di pulau Jawa (Tio, 2000:7). Adanya pelabuhan inilah yang menyebabkan Kota Semarang menjadi salah satu kota perekonomian cukup maju dibandingkan kota-kota besar lainnya di pulau Jawa.

Secara geografis, Jongkie Tio (2000:7) menjelaskan bahwa menurut seorang Geologi Belanda terkenal, Prof Ir. R.W. Van Bemmelen, kurang lebih 500 tahun yang lalu garis pantai kota Semarang masih menjorok kedalam hingga ke kaki-kaki bukit Gajahmungkur, bukit Mugas, Mrican, Gunung Sawo Simongan, dan bukit-bukit lain disekitarnya. Seiring berjalannya waktu, terjadilah pendangkalan dan endapan lumpur sehingga muncul daerah baru yang dikenal dengan kota Semrang Bawah. Hal inilah yang menjelaskan terbaginya kota Semarang menjadi dua yaitu kota Semarang atas dan kota Semarang bawah.

Asal usul nama Semarang itu sendiri berasal dari kata "Asem Arang" (Tio,2000:9) karena pada jaman dahulu semarang banyak ditumbuhi oleh pohon Asem. Dalam Tio (2002:9) dijelaskan bahwa menurut Amen Budiman, lahirnya kota Semarang diawali pada tahun 1398 Tahun Çaka atau 1476 Masehi, diawali dengan kedatangan seorang pemuda didaerah Mugas Bergota bernama Ki Pandan Arang, yang kemudian menjadi Bupati I Semarang. pemberian nama Semarang ini dilakukan oleh Sych Wali Lanang, yang datang untuk mengislamkan penduduk didaerah Ki Pandan Arang bermukim.

Peranan Kota Semarang sebagai salah satu kota pusat perekonomian di Jawa Tengah, telah ada sejak jaman dahulu. Pusat pemerintahan dan perekonomian yang dibangun oleh Ki Ageng Pandanaran di daerah Bubakan (Kanjengan pada waktu itu), eksodus orang-orang Tionghoa yang disebabkan peperangan antar Marga dan para Emperor didaratan Cina dengan kapal-kapal dan menetap di daerah Simongan dan berbaur dengan kaum pribumi, turut menyemarakkan kondisi ekonomi di Kota Semarang pada waktu itu.

Sejalan dengan masa penjajahan Kolonial di Indonesia, terjadilah peralihan kekuasaan ke tangan penjajah Belanda, yang kemudian mengkotakkan permukiman penduduk kota Semarang berdasarkan etnis dan suku, Kota Lama dan sekitar pelabuhan diperuntukkan bagi etnis eropa, Pecinan untuk etnis Tionghoa sedangkan daerah Kauman dan sekitarnya untuk orang Jawa (pribumi).

Menurut Tio (2000;18), dalam hal perdagangan orang-orang Tionghoa mempunyai tingkat perdagangan yang terpesat dibandingkan pendatang-pendatang lain. Pada Jaman Belanda ini muncul tokoh perekonomian terkenal di Semarang yaitu Oei Tiong Ham, seorang Tionghoa yang menguasai perdagangan Gula dan Candu di Semarang. Tanah Oei Tiong Ham ini sangat luas meliputi kawasan Simpang Lima saat ini sampai dengan kawasan Kiai Saleh (Gergadji), sampai-sampai pada jaman Kolonial nama Oei Tiong Ham diabadikan dalam nama jalan yaitu Oei Tiong Hamweg, atau jalan Pahlawan saat ini.

Terlebih dahulu sebelum membahas mengenai penggal Jalan Diponegoro atau Sirandaweg ini, kita telusuri asal-usul dari kata "Semarang" dan "Siranda". Jongkie Tio (2002:8) menyebutkan bahwa Semarang berasal dari kata: pohon Asem yang jarang –arang=bahasa jawa dari jarang- (Sem-Arang), karena pada saat itu dikota Semarang banyak dijumpai pohon asem.

Sedangkan kata Siranda menurut beberapa sumber berasal dari kata "Si" dan kata "Randa" –Randa dalam bahasa jawa artinya Janda-. Hal ini disebabkan karena katanya pada waktu itu di sekitar Siranda ini terdapat sebuah perkampungan yang dihuni oleh mayoritas janda, dan ada kepercayaan bahwa bagi keluarga yang tinggal diperkampungan ini sudah dipastikan laki-laknya akan

3.1.1. Kondisi Siranda pada Jaman Kolonial

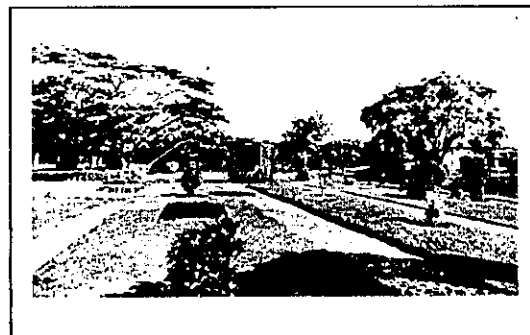


Gambar 3.2. Sirandaweg, *Bird eye view*, 1908
Sumber: www.semarang.nl

Area sekitar penggal jalan Diponegoro (gambar 3.2.) ini telah mengalami perkembangan pada beberapa titik, khususnya bila ditinjau sejak jaman Kolonial hingga saat ini. Pada awalnya daerah ini disebut Sirandaweg, kemudian setelah kemerdekaan RI sempat berganti nama menjadi jl. Brigjen Budiarto sebelum menjadi jl. P. Diponegoro pada saat ini.

3.1.2. *The Garden City*

Daerah ini pada awal perancangannya difokuskan menjadi lokasi hunian bagi petinggi kota Semarang. Thomas Kartsen, Arsitek Semarang terkenal pada jaman Belanda ini merancang daerah Candi dan sekitarnya menjadi sebuah *Garden Cit*, seperti pada taman Makamdowo

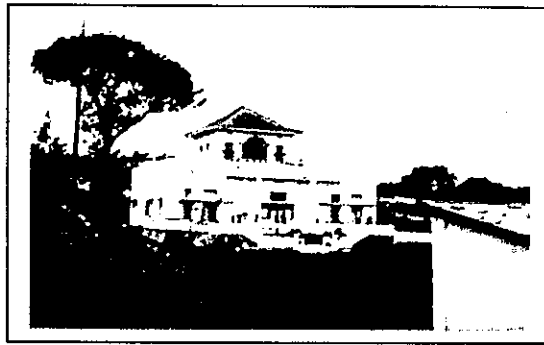


Gambar 3.3. Taman Makamdowo
Sumber: Semarang dalam kenangan

(Gambar 3.3). Pada saat itu, ide ini sangat logis, karena letaknya pada daerah perbukitan dengan bentukan lanskap dan *view* yang menarik ke arah Semarang bawah, menyebabkan daerah Candi sangat cocok digunakan sebagai tempat tinggal (rumah dinas) para petinggi Semarang saat itu, *Gouverneur*, Walikota, Kepala Militer, dll.

Kartsen membagi kawasan berdasarkan status sosial penghuninya, daerah paling atas diperuntukkan bagi kaum bangsawan dan pejabat (gambar 3.4 dan 3.5), dengan *view* yang paling menarik. Daerah tengah untuk golongan menengah, dan yang paling bawah bagi rakyat biasa. Akan tetapi belum diketahui apakah Kartsen juga menggunakan rumus 1:3:6 –sebagai rumus bagi developer perumahan saat ini, 1 rumah elit didaerah paling strategis, 3 rumah tipe menengah dan 6 rumah sederhana yang entah dibangun didaerah mana- untuk wilayah perumahan ini.

Daerah Siranda pada waktu itu merupakan *ending* dari kota Semarang, yang pada jaman Kolonial mempunyai pusat CBD di daerah Bodjong, dengan aloen-aloen Semarang sebagai pusat kota. Perkembangan pusat kota didaerah Semarang bawah, daerah KotaLama, Bodjong, Petjina, Kaoeman dan sekitarnya membuat daerah-daerah tersebut menjadi *crowded*, sehingga kediaman para



Gambar 3.4. rumah elit rancangan Kartsen
Sumber: www.semarang.nl



Gambar 3.5. rumah didaerah Siranda
Sumber: Semarang dalam kenangan



Gambar 3.6. Reservoir Siranda
Sumber: Semarang dalam kenangan

petinggi Semarang perlu dipindahkan / dilokalisir pada sebuah tempat yang lebih baik dan nyaman, yaitu daerah Sirandaweg.

3.1.3. Faktor Pengamanan

Dengan dilokalisirnya kediaman para pejabat didaerah Sirandaweg, sudah tentu diperlukan pengamanan terhadap keberadaan para pejabat ini. Beberapa jejak sejarah yang membuktikan adanya pengamanan terhadap daerah Siranda ini adalah salah satu bangunan yang pada awalnya berfungsi sebagai tangsi / pos pengamanan diseberang jalan dekat toserba Siranda saat ini, yang sekarang dalam keadaan menggenaskan dan tidak terawat setelah sempat dipergunakan PLN sebagai bangunan untuk supplay listrik –atau mungkin ruang panel pada saat itu-

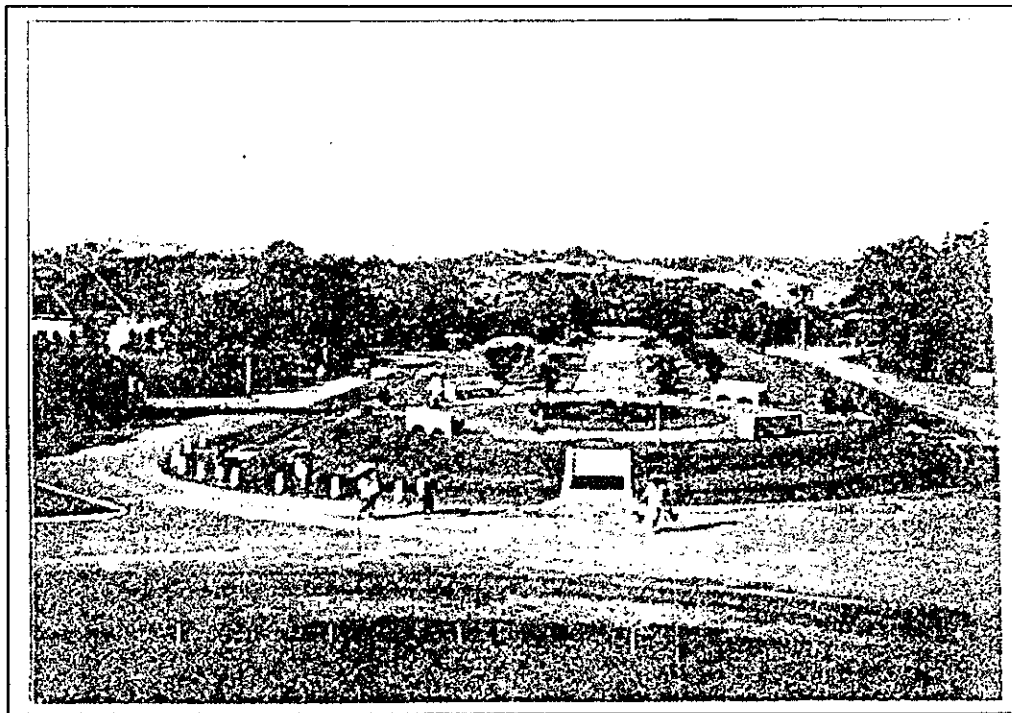
Bangunan lain yang dipergunakan untuk fungsi pengamanan pada jaman Belanda dulu yaitu *Reservoir* Siranda (Gambar 3.6), yang selain digunakan untuk tandon (Bak) air raksasa yang melayani seluruh wilayah Semarang saat itu, juga digunakan sebagai menara pandang (*Tower*) oleh militer VOC kearah semarang bawah, untuk mengawasi siapa saja yang akan masuk ke distrik Sirandaweg.

Berdasarkan analisis lokasi, kedua bangunan tersebut diatas berada ditempat yang berdekatan, diletakkan pada tempat yang berdekatan menuju ke daerah Siranda –apabila dilihat dari arah Simpang Lima menuju Taman Diponegoro- dan belum sampai ke daerah *resident* / kediaman para pejabat. Hal ini menimbulkan dugaan bahwa daerah Sirandaweg ini pada awalnya merupakan sebuah *ending*, jalan menuju ketempat ini hanya dapat dicapai dari arah Simpang Lima, karena pada Siranda daerah atas (sekitar Taman Diponegoro) tidak ditemukan adanya bekas-bekas daerah pengamanan kecuali pada pos-pos penjagaan disetiap rumah-rumah dinas.

Selain itu, karakteristik *site* bangunan konservasi yang ada didaerah Sirandaweg ini adalah pasti mempunyai dua massa bangunan, satu buah bangunan induk dan yang lain digunakan sebagai tempat para penjaga dan babu-babu mereka. Ada juga *site* bangunan-bangunan konservasi yang hanya terdiri dari sebuah massa bangunan, akan tetapi pada awalnya diperkirakan bahwa dahulunya terdiri dari dua buah, bangunan yang kemudian karena kebutuhan *space* maka

digabungkan menjadi satu, dengan bekas gubahan massa yang masih dapat ditelusuri dengan jelas bahwa dahulunya bangunan tersebut terdiri dari dua buah massa yang berbeda.

3.1.4. Keberadaan Taman Diponegoro

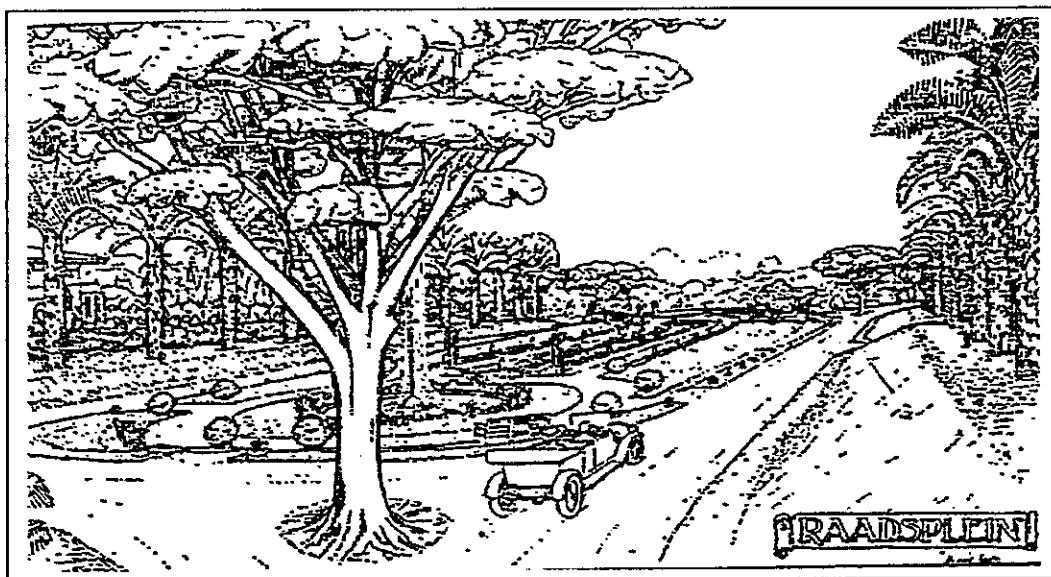


Gambar 3.7. Taman Diponegoro

Sumber: www.semarang.nl

Taman Diponegoro (Gambar 3.7.) sendiri 'sampai sekarang tidak mengalami perubahan fungsi utama, yaitu sebagai taman dan sekaligus sebagai daerah Sirandaweg ini. Hal yang berubah adalah fungsi dari Taman Siranda, yang pada awalnya ditujukan sebagai taman aktif, kini berubah fungsi sebagai taman pasif. Taman Diponegoro ini pada awalnya difungsikan khusus untuk penghuni distrik Sirandaweg, yang notabene merupakan orang-orang penting, pejabat tinggi Semarang saat itu. Para penghuni daerah Sirandaweg ini dapat melakukan aktivitas rekreasi dan olahraga dengan nyaman di tempat tersebut. Hal ini dapat diidentikkan dengan *open space* sebagai daerah rekreasi dan ruang terbuka yang terdapat di beberapa kompleks perumahan modern saat ini.

Hal penting lain yang mengalami perubahan adalah pada bentuk taman Diponegoro ini. Pada awalnya, Mr. Carlsen merancang Taman Diponegoro ini - sesuai dengan konsep-konsep garden city, - dengan gaya klasik, ciri khas taman-taman di Eropa. Sumbu, simetriisme dan bundaran dengan fountain ditengahnya adalah beberapa hal yang mengindikasikan gaya ini. Hal ini dapat dilihat pada gambar perspektif perencanaan taman Siranda ini (gambar 3.8).



Gambar 3.8. Perspektif Taman Diponegoro rancangan Kartsen

Sumber: www.semarang.nl

Selain itu, taman Diponegoro pada awalnya tidak menggunakan tanaman berupa pohon-pohon besar dalam perencanaannya. Pepohonan dan vegetasi peneduh diletakkan disekeliling lokasi *site*, didepan pekarangan rumah para pejabat, dengan susunan mengelilingi taman (*surrounding*). Hal ini menciptakan suasana *enclosure* sekaligus *vista* yang dramatis apabila seseorang berada ditengah-tengah taman ini.

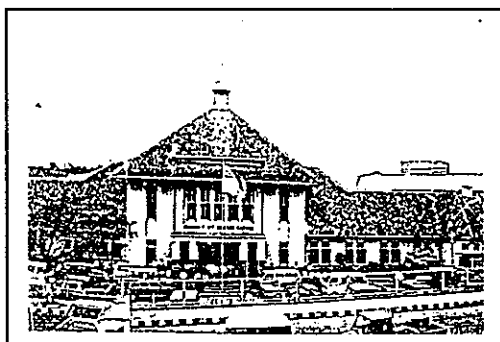
Hal lain yang tampak dalam gambar perencanaan ini yaitu ketinggian taman saat itu dikondisikan rata dengan jalan. Ini dimaksudkan agar pengendara pun dapat menikmati pemandangan kearah taman tersebut, sesuai dengan teori lanskap yaitu *view from within* dan *view from without*. Saat ini, pepohonan besar diletakkan ditengah-tengah taman pada beberapa titik, demikian halnya tapak

taman ditinggikan sehingga pengendara yang lewat tidak dapat melihat isi dari taman tersebut secara keseluruhan.

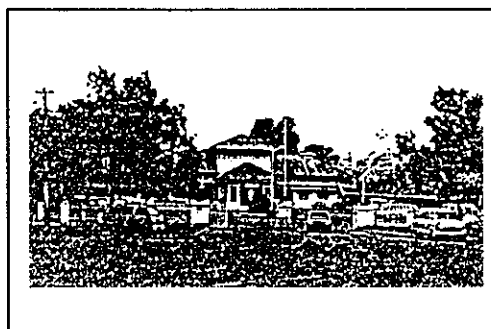
3.1.5. Fasilitas Umum dan Fasilitas Sosial

Fasilitas umum dan fasilitas sosial daerah Sirandaweg ini sudah pasti telah direncanakan dengan matang oleh Mr. Carlsen, sebagai salah satu arsitek terkenal pada jamannya. Fasilitas umum yang menurut analisis penulis turut direncanakan bersamaan dengan dikembangkannya Sirandaweg ini yaitu:

a. Fasilitas Kesehatan (Rumah Sakit)



Gambar 3.9. RS. Kariyadi
Sumber: BAPPEDA Semarang



Gambar 3.10. RS. Elizabeth
Sumber: BAPPEDA Semarang

Rumah sakit yang sudah ada sejak jaman Kolonial di daerah Siranda ini antara lain yaitu R.S. Elizabeth (gambar 3.8), yang merupakan salah satu rumah sakit swasta terkenal yang dikelola oleh yayasan Katolik, lengkap dengan asrama dan sekolah perawatnya. Selain itu, fasilitas kesehatan yang lain di sekitar daerah Sirandaweg ini adalah R.S. Kariyadi (gambar 3.9), RS terkenal milik Pemerintah kota Semarang, yang juga menjadi tempat menimba ilmu mahasiswa FK. UNDIP

b. Gereja

Sirandaweg, yang merupakan 'lokasi hunian real estat yang nyaman dan asri dengan nuansa pemandangan alam yang elok di daerah perbukitan' untuk para Petinggi Semarang sudah pasti akan mempertimbangkan mengenai fasilitas peribadatan dalam bentuk gereja, karena mayoritas penghuninya adalah kalangan yang notabene memeluk agama katolik. Gereja yang

dibangun adalah Gereja disudut jl. S. Parman, diantara jalan Gergadji waktu itu dan jalan Kariyadi.

c. Fasilitas Pendidikan

Fasilitas pendidikan dulunya terdapat dijalan Sindoro, yang sekarang menjadi bangunan kosong dan tidak digunakan lagi. Selain itu terdapat bangunan Akademi Kesejahteraan Keluarga (AKK) Ibu Kartini, yang merupakan sekolah keputrian.

Diperkirakan untuk aktivitas sekolah ini hampir seluruhnya dilokalisir pada SMU 1 (gambar 3.11) pada saat itu, yang pada saat itu masih merupakan tanah hak milik Oei Tiong Ham.



Gambar 3.11. Taman KB, saat murid-murid SMU 1 latihan perang
Sumber: Semarang dalam kenangan

3.1.6. Sejarah Aktivitas Komersial di Semarang

Semarang, ibukota propinsi Jawa Tengah yang terletak di sebelah utara pulau Jawa memiliki sejarah aktivitas perekonomian yang kuat sejak jaman dahulu. Sebagai salah satu kota pantai, pelabuhan Semarang sejak jaman dahulu ramai dikunjungi oleh kapal-kapal yang akan melakukan aktivitas perdagangan. Dilihat dari kultur budayanya, masyarakat Semarang memiliki potensi dibidang perekonomian, karena kultur budayanya yang bersifat komersil dan cenderung oportunistis dalam berbagai bidang. Sejarah mencatat bahwa di Semarang telah banyak terjadi transaksi ekonomi dan event-event perekonomian yang cukup besar. Sejarah aktivitas perekonomian di Semarang secara garis besar dapat dibedakan menjadi lima kelompok periode, yaitu sebagai berikut :

a. Periode Pembentukan kota Semarang

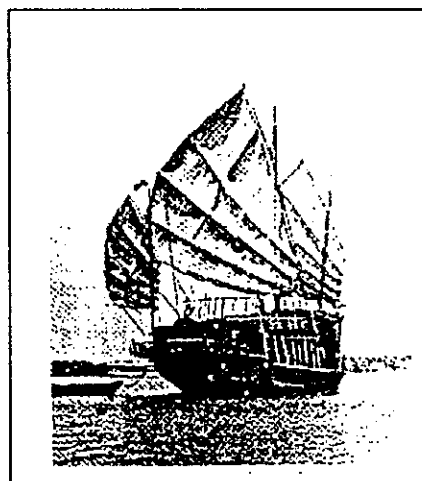
Sebagaimana telah dijelaskan pada bagian awal bahwa kota Semarang pertamakali dibangun oleh Ki Ageng Pandanaran (Tio, 2000:9), yang bertugas untuk mengislamkan penduduk yang bermukim didaerah tersebut. Seiring dengan berjalannya waktu, pengikut Ki Ageng Pandanaran ini bertambah

banyak dan beliau diangkat menjadi Bupati I Semarang, dengan Pusat Pemerintahan di daerah Bubakan. Daerah ini kemudian berkembang pesat dengan transaksi ekonominya dan pembauran pendatang dengan penduduk yang telah lama tinggal ditempat tersebut, dan meluas hingga ke daerah Kandjengan dan Djurnatan.

b. Periode Kedatangan Bangsa Tionghoa

Kedatangan pendatang Tionghoa dengan kapal-kapal besar sebagai eksodus dari negeri Cina dikarenakan pada saat itu terjadi perang antar dinasti dinegeri tersebut. Pada periode ini terdapat sebuah peristiwa besar, yaitu kedatangan Laksamana Cheng-Ho ke negara-negara di Asia Tenggara, salah satunya pendaratan di Simongan, dengan diikuti 28.000 orang dan memimpin tidak kurang dari 300 kapal-kapal besar (gambar 3.12), dengan maksud ekspedisi selain misi militer dan juga misi dagang dan kebudayaan. Sejarah mencatat bahwa dibangun sebuah Klenteng dengan nama "Sam Po Kong" di daerah Simongan untuk memperingati pendaratan Cheng-Ho tersebut.

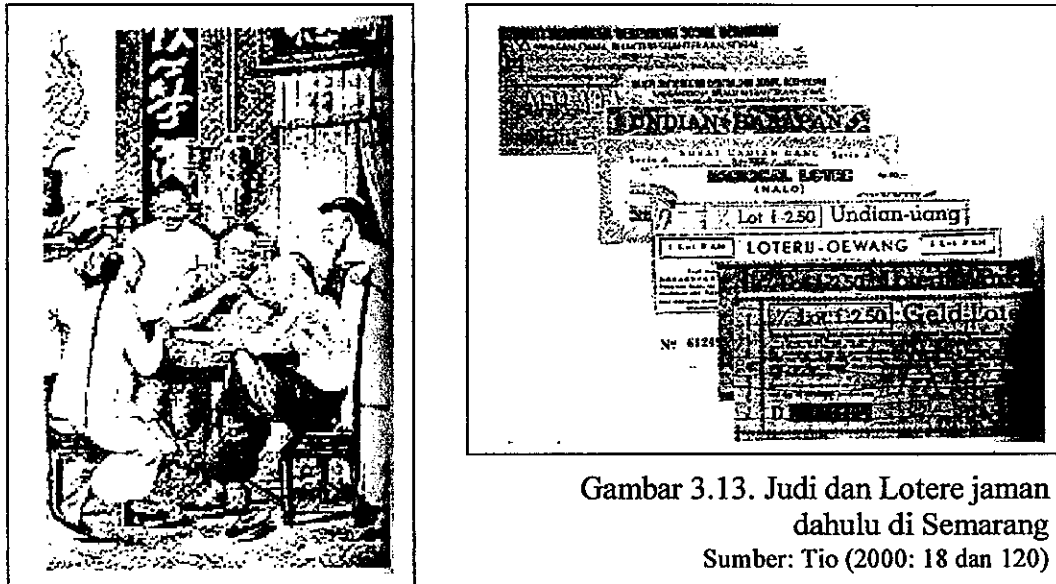
Dalam hal perdagangan, orang Tionghoa ini mempunyai motif dagang yang sangat pesat. Keramah-tamahan orang-orang Tionghoa ini turut membantu proses asimilasinya dengan penduduk setempat. Kultur budayanya yang masih serumpun sebagai bangsa dari timur, memudahkannya untuk diterima masyarakat pribumi. Beberapa kultur bangsa Cina yang berasimilasi dan turut membantu nafas perekonomian di Semarang antara lain :



Gambar 3.12. Kapal Dagang Cina
Sumber (Tio, 2000: 18)

transaksi jual beli pada pasar-pasar tradisional di Semarang, makanan tradisional seperti BakPao, LoenPia, Siomay, Bihun, Misoa, Kue Mangkok, dll, dan beberapa kultur negatif seperti perjudian dan candu yang berkembang di Semarang karena masyarakat Semarang pada umumnya merupakan Islam

abangan, yang tidak menjalankan ajaran agama Islam sebagaimana mestinya. Menurut Tio (2000:20) Sejalan dengan kemajuan perdagangan di Semarang, orang-orang Tionghoa pun mengembangkan kebiasaan berjudi, yang terkonsentrasi di Pecinan Gg. Pinggir diujung Gg. Tjilik. Sebagai dampak judi tersebut kemudian berdiri tempat-tempat gadai dimana penjudi bisa memperoleh uang tunai dengan cepat. Oleh Belanda kemudian ditarik pajak judi ditempat-tempat tersebut (gambar 3.13).



Gambar 3.13. Judi dan Lotere jaman dahulu di Semarang
Sumber: Tio (2000: 18 dan 120)

Berkisah tentang kemajuan perdagangan didaerah Pecinan, pada masa kedatangan kaum Tionghoa keberadaan Kali Semarang sangat penting sebagai penghubung antara pelabuhan dan kota Semarang. Ada seorang pedagang terkenal bernama KhuwPing yang membangun gudang-gudang besar ditepian kali Semarang, yang daerahnya terkenal sampai sekarang dengan nama “Kalikoping”. Didaerah dekat petudungan banyak penduduk yang berprofesi sebagai Pande (tukang besi) untuk gerobak dan kereta kuda, sehingga kemudian tempat tersebut dinamakan ‘Pandean’ (Tio, 2000:21).

c. Periode kolonialisme

Pada periode kolonialisme, terjadi pengkotak-kotakan permukiman oleh penguasa Belanda. Pengkotak-kotakan ini dilakukan berdasarkan pemisahan suku bangsa. Kaum pendatang kulit putih (bangsa Belanda) mendominasi kota Semarang Lama dan pusat kota di daerah Alun-alun, kaum

Tionghoa menempati wilayah Petjinan dan sekitarnya, sedangkan kaum pribumi menempati wilayah Kaoeman. Alur perekonomian di Semarang pada jaman penjajahan Belanda terhambat, terutama karena tahun 1831 Belanda mengadakan pembatasan gerak bagi penduduk Semarang, terutama kaum Tionghoa dengan membuat "Passen Stelsjel" atau "Soerat Pas Djalan" (Tio, 2000:27) , yang kemudian bertambah dengan "Wijkenstelsjel" atau peraturan bahwa pendatang Tionghoa harus terkonsentrasi dalam satu wilayah tertentu. Akan tetapi tahun 1906 "PassenStelsjel" kemudian dihapus, dan tahun 1915 "Wijkenstelsjel" juga dihapus.

Belanda menyadari bahwa kaum Tionghoa sangat pesat dalam aktivitas perdagangan, sehingga akhirnya mereka memberi pangkat militer tituler terhadap orang-orang Tionghoa untuk menangani hal-hal terkait dengan perdagangan atau yang ada hubungannya dengan Belanda. Contoh orang Tionghoa yang mendapat pangkat militer tituler adalah "Major der Chinezen Tan Tiang Tjing", yang mempunyai gedung goelo terbesar di Semarang.

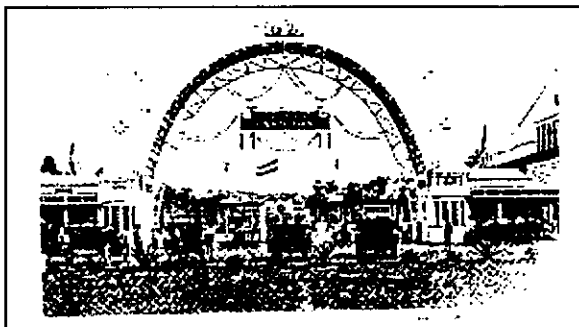
Pada masa kolonialisme ini ada seorang tokoh Tionghoa yang terkenal, yaitu Oei Tiong Ham (gambar 3.14), yang menguasai lalu-lintas perdagangan gula pada saat itu. Oei Tiong Ham (O.T.H.) mewarisi perusahaan orang tuanya, dan membeli 5 pabrik gula yang bangkrut dan memperbaharunya dengan mendatangkan alat-alat dan teknisi dari luar negeri.



Gambar 3.14. Oei-Tiong Ham
Sumber : Tio (2000:29)

OTH kemudian menjadi Raja Gula, sehingga Belanda memberikan fasilitas monopoli dagang Candu kepada OTH, yang membuatnya semakin kaya. Kekuasaan OTH meliputi berhektar-hektar tanah didaerah Oei Tiong Hamweg (Jl. Pahlawan), Simpang Lima terus kearah Kiai Saleh (Gergadji). OTH juga membangun istana untuk keluarganya, lengkap dengan kebun dan taman-taman dengan gaya arsitektur barat, yang dikenal dengan nama Keboen

Rodjo, yang kemudian diambil alih oleh pemerintah NKRI pada saat pasca kemerdekaan dan menjadi Balai Prajurit.



Gambar 3.15. Event
Coloniale Tentoonstelling,
1914
Sumber : Tio (2000, 46)

Pada masa kolonialisme ini tercatat pernah ada suatu event internasional yang diselenggarakan di Semarang (Tio, 2000:46), yaitu pasar malam “Coloniale Tentoonstelling” (gambar 3.15), yang menempati tanah seluas 26Ha milik Oei Tiong Ham. Event ini diadakan pada tanggal 26 Agustus 1914 s.d. 22 November 1914, dengan peserta dari berbagai negara antara lain Jepang, China, Australia dan beberapa negara Eropa dan Asia.

Menurut Tio (2000:51), Beberapa industri lainnya yang berkembang di Semarang pada jaman ini yaitu industri rokok, seperti Perahoe Lajar, Pompa, Tuton, dan perusahaan asing *British-America Tobacco* (BAT) yang memproduksi rokok putih jenis *Kansas*, *Commodore* dan *Escort*, industri jamu seperti *Djamu Bobo Bijoeng*, *Djamu Ny. Meneer*, *Djamu Djago*, dan lain-lain, serta industri mobil *Willys* dan *Dodge* yang dijual di gedung PMC pada waktu itu.

Toko-toko yang terkenal pada jaman belanda dulu antara lain adalah Toko Oen –masih ada sampai sekarang- yang menjual makanan dan minuman ala Eropa, Toko NamBie yang menjual bahan-bahan ATK, dan Toko Tong Hien –menjual bahan kelontong- di daerah Candi.

Demikian halnya dengan perkembangan media massa, tercatat bahwa di Semarang telah ada media dalam bentuk koran-koran, yang beberapa diantaranya merupakan koran yang pertama terbit di Indonesia, seperti *Slomporet Melajoe*, dll. Media massa ini juga merupakan sarana efektif sebagai pendukung aktivitas komersial pada waktu itu, terbukti dengan adanya iklan-

iklan komersial tertua dari beberapa perusahaan dan industri. Iklan-iklan komersial tersebut dapat dilihat dalam gambar 3.16.

Sigaret Kretek tjap
"Betjak"
 Tabaksfabrik **TIONG SOEN** Semarang.

SIGARET KRSTEK TJAP
GOTRI-GENTONG
 *
 Tabaksfabrik :
ONG KEE KAN
 (P. I. 1920-1921)

Isipulu Tocan-tocan selaloe ini Mark
TIAP GLATIK-MAS
 Kualitas selaloe di tjaga-juek, dan tembakoe pora pilihan.
 Masa rasauja haracun, gneris dan tak pasas.
 Multi di Lark Agent di Taunh Soerabaja.
 CV Siterien 656
Tabaksfabrik LUNG YUAN
 Ploedoenigan 83 Semarang-Java)

Megapahatuek.
SIEN TJHOEN KIONG HIE THAM HOK SIOE
 I TJAGWEE 2506.
 Pada sekalian Lagganan dan para pengisep
 SIGARET-KRETEK tjap
"PING PONG" dan "TIGA SAUDARI"
 Tabaksfabrik **KHO PING SIEN**
 KODONG 150 SEMARANG

Mengapahatuek Sumer Taunh Gane.
 PADA SEKALIAN AGENTEN
 DAN PARA PENGISEP
 SIGARET KRETEK tjap:
"BOMBER"
 TABAKS-FABRIK
"BOMBER.."
 PLOEDOEENIGAN
 SEMARANG

Gambar 3.16. Contoh iklan produk rokok jaman dahulu
 Sumber : Tio (2000:131)

d. Periode Pasca Kemerdekaan

Setelah Indonesia merdeka, otomatis terjadi proses nasionalisasi terhadap seluruh perusahaan milik asing yang ada di Indonesia, dan demikian halnya yang terjadi di Semarang. Demikian halnya dengan perusahaan milik

Oei Tiong Ham, dan juga kepemilikan tanah dan bangunannya nya diambil alih oleh pemerintah RI.

Sejalan dengan hal tersebut, atas perintah Presiden RI-I Ir. Soekarno, pada tahun 1965 terjadi pemindahan alun-alun dari Bubakan (Djohar) ke Simpang Lima, yang waktu itu merupakan tanah sitaan dari Oei Tiong Ham. Dibuatlah sebuah *open space* berskala kota, lengkap dengan fasilitas pendukung alun-alunnya seperti Masjid Raya Baiturrahman, Gedung Pertemuan Wisma Pancasila yang sekarang sudah menjadi hotel dan pusat perbelanjaan, dan kantor pemerintahan yang sekarang bernama Gedung Berlian disalah satu ruas jalan menuju kearah Simpang Lima. Alun-alun tersebut dinamakan Lapangan Pancasila. (Gambar 3.17)



Gambar 3.17. Lapangan Pancasila tahun 1985

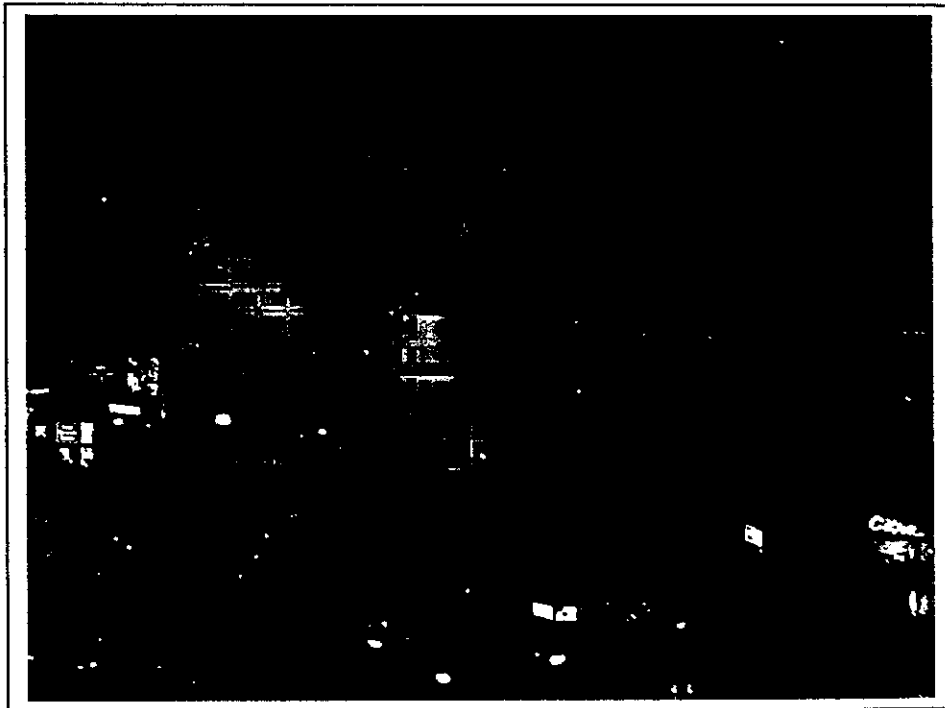
Sumber: Tio (2000:43)

Perpindahan alun-alun ini menyebabkan perpindahan alur penyebaran aktivitas komersial di Semarang. Sejalan dengan hal tersebut, Lapangan Pancasila kemudian dipenuhi dengan berbagai bentuk aktivitas komersial, karena potensinya sebagai pusat tujuan warga Semarang dan sekitarnya untuk melakukan aktivitas perekonomian.

e. Periode Modern.

Sampai saat ini, tidak ada yang dapat mengalahkan kaum TiongHoa dalam urusan perdagangan, tidak peduli pedagang Arab yang tinggal di kampung Kauman ataupun pedagang lokal. Sampai-sampai didaerah Sirandaweg-pun yang dapat ditemui mengenai bekas sejarah aktivitas perekonomiannya hanyalah Toko Tong-Hien dan Toko Siranda, yang saat itu berwujud toko kelontong kecil.

Demikian halnya pada pusat pertumbuhan aktivitas komersial di Semarang yaitu Simpang Lima, yang saat ini berkembang menjadi suatu kompleks CBD (gambar 3.18) dengan berbagai jenis aktivitas perekonomian, baik yang berwujud embrio perekonomian dalam bentuk PKL-PKL sampai dengan Superstore sebagai pusat tujuan warga kota Semarang dan sekitarnya. Perkembangan ini kemudian menyebarkan aktivitas komersial kesegala penjuru ruas jalan Simpang Lima ini. *Advertising signs*, PKL dan bangunan-bangunan komersial menyebar ke segala arah, termasuk pada penggal Jalan Siranda tersebut.



Gambar 3.18. Hotel dan *Mall Citraland*, salah satu CBD di lapangan Pancasila

Sumber : Dokumen Pribadi

3.2. Gambaran Wilayah

3.2.1. Gambaran Makro Wilayah Studi

Secara letak geografis, penggal jalan Siranda terletak di kota Semarang Kecamatan Candi. Secara topografis penggal jalan Siranda ini mempunyai ketinggian yang berbeda. Bentuk daerah transisi antara Kota Semarang atas dan

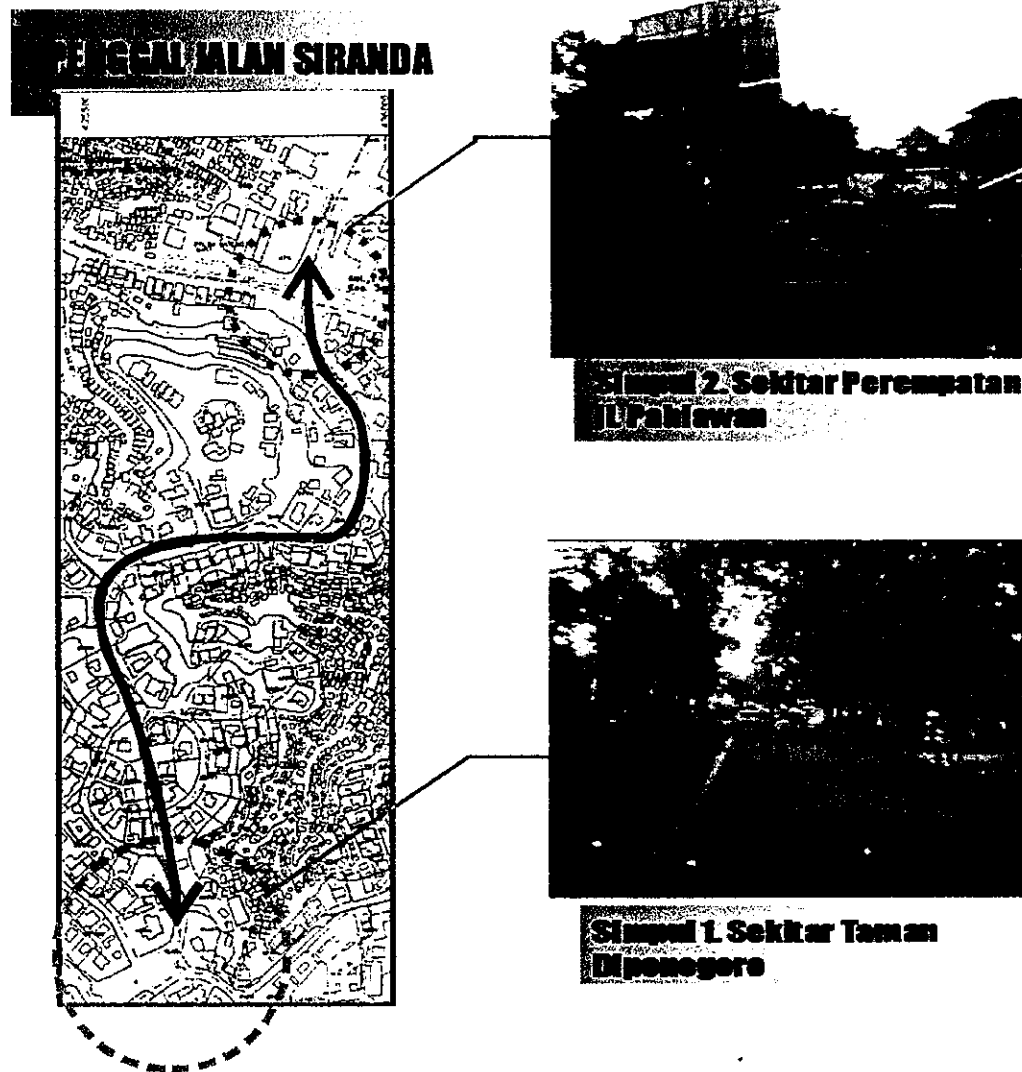
Semarang bawah (gambar 3.19.) dengan ketinggian yang berbeda menyebabkan penggal Jalan ini, pada *Ending* Taman Diponegoro mempunyai topografi lebih tinggi dari *Ending* perempatan jalan Siranda.



Gambar 3.19. Peta Makro Wilayah Kawasan Candi

Sumber : Hasil analisis foto udara Dinas Pengairan, 1999

3.2.2. Gambaran Mikro Wilayah Studi



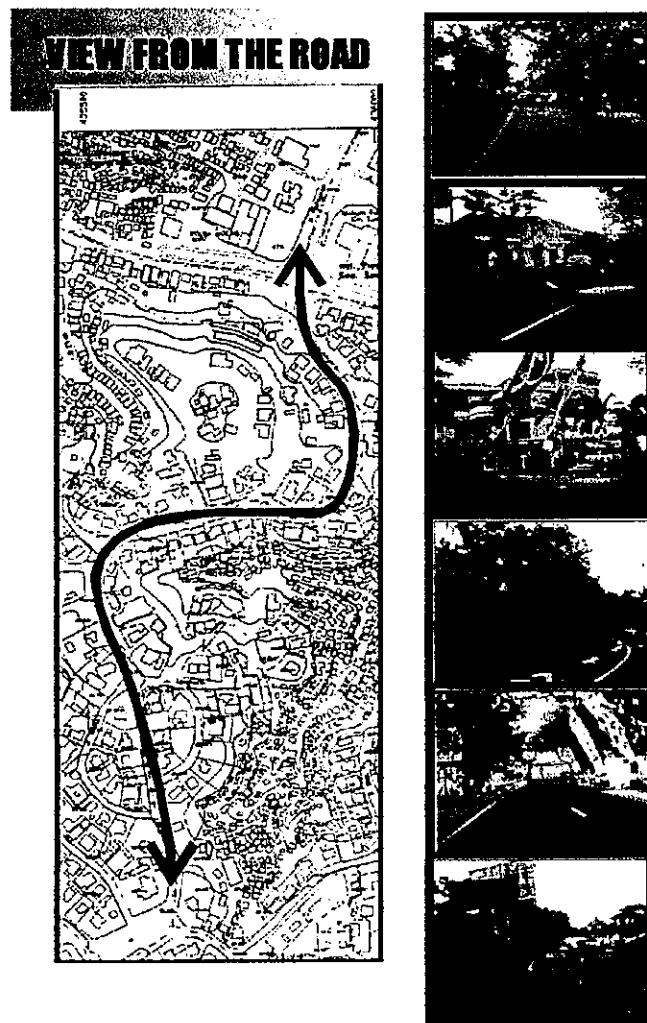
Gambar 3.20. Peta Mikro Penggal Jalan Siranda

Sumber: Hasil Observasi

Daerah penggal Jalan Siranda mempunyai alur jalan yang berkelok mengikuti karakter wilayahnya yang berbukit. Ketinggian wilayah ini bervariasi, dengan kemiringan antara 0-30%. Dengan kemiringan bervariasi ini menyebabkan view yang ada pada sekitar penggal jalan mempunyai visual yang menarik, khususnya view perbukitan menuju ke arah Semarang bawah. Bentuk alur jalan dapat dilihat pada gambar 3.20.

Ending-path dari penggal jalan ini terdiri dari dua tempat, yang pertama ending menuju pusat kota yaitu pada daerah perempatan Siranda, dan ending kedua adalah menuju ke Semarang bagian atas pada daerah sekitar taman Diponegoro (Gambar 3.21).

Ending menuju pusat kota Semarang sekaligus juga berfungsi sebagai node. Pada *ending* ini terjadi pertemuan antara arus sirkulasi dari berbagai arah, seperti dari dan menuju pusat kota, arus sirkulasi menuju Semarang atas, arus sirkulasi menuju daerah RSUD Karyadi dan arus sirkulasi menuju kearah jalan Mataram. Selain itu terdapat eksisting bangunan hotel (Hotel Siranda), bangunan Kantor Polda Jateng, Taman Makam Pahlawan dan bangunan residensial.

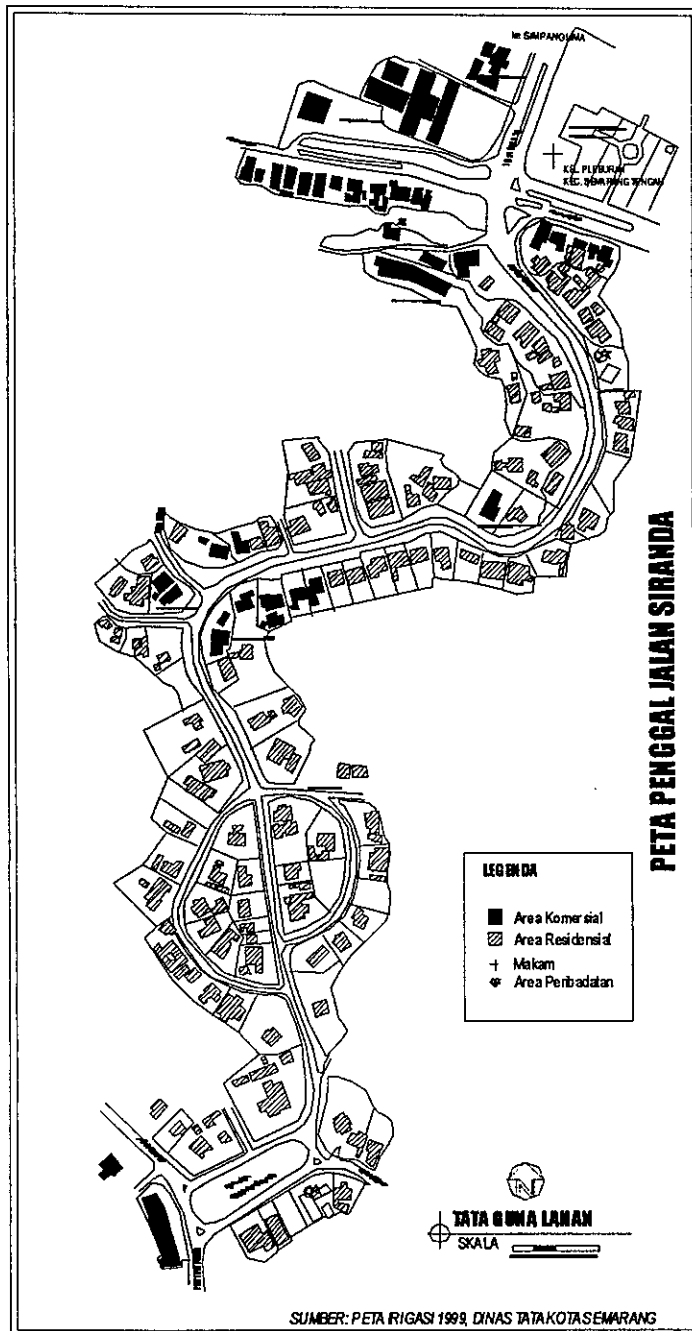


Gambar 3.21. Karakter lanskap Jalan Siranda

Sumber : Hasil Observasi

3.2.3. Fungsi Lahan Penggal Jalan Siranda

Pada dasarnya, keseluruhan daerah kecamatan Candi diperuntukkan sebagai daerah hunian, akan tetapi pada perkembangannya terjadi peralihan fungsi lahan menjadi daerah komersil pada beberapa tempat, khususnya di daerah penggal jalan Siranda yang dapat dilihat pada gambar 3.22.



Gambar 3.22.
Peta Siranda
Sumber:
Peta Pengairan 1999

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Pendekatan yang Digunakan

Setelah menemukan variabel penelitian beserta parameter dari studi literatur, maka tahapan berikutnya yang dilakukan adalah melakukan observasi dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan parameter-parameter yang dijabarkan pada bagian dua tersebut, untuk menganalisis area penelitian. Secara urut, analisis tersebut adalah dengan cara:

1. Penyebaran kuesioner pada responden berdasarkan parameter yang didapatkan dari tinjauan teori.
2. Analisis sarana komersial berdasarkan hasil jawaban dari *questionnaire*.
3. Analisis karakter lansekap yang ada di penggal jalan Siranda tersebut berdasarkan jawaban dari *questionnaire*.
4. Analisis pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap, berdasarkan statistik nilai *scoring rate* masing-masing variabel yang telah dianalisis.

Proses observasi diatas secara rinci dijabarkan sebagai berikut :

Pendekatan berdasarkan rumusan permasalahan (*research-question*) yang terdapat di bagian awal penelitian penelitian, yaitu penelitian terhadap pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap yang ada disepanjang penggal jalan Siranda.

Tahapan selanjutnya adalah proses pengamatan terhadap kedua permasalahan diatas, yaitu pengaruh sarana komersial (reklame dan bangunan komersial), pada karakter lansekap (bentuk topografi ruang terbuka dan kualitas visual), melalui studi pustaka untuk mendapatkan parameter.

Parameter-parameter yang telah diketemukan pada bab dua tersebut dijabarkan dalam bentuk kuesioner, yang kemudian disebarkan kepada responden. Hasil jawaban responden ini disebut data pengamatan responden.

Data pengamatan responden tersebut kemudian dianalisis berdasarkan parameter-parameter yang telah ditentukan melalui studi literatur yaitu :

1. Analisis sarana komersial, yaitu dengan :
 - analisis keseimbangan reklame komersial; dari segi letak, bentuk, material dan isi reklame.
 - analisis terhadap bangunan komersial, dari segi bentuk arsitektural dan fungsinya.
2. Analisis karakter lansekap, yaitu dengan :
 - analisis bentuk topografi ruang terbuka; datar, landai, berbukit dan pegunungan, kekhasan bentuk jalan dan kekhasan elemen lansekap ditempat tersebut seperti adanya, sungai, jajaran pepohonan dan vegetasi pendukung.
 - Analisis kualitas visual dari teorinya Cullen, yaitu berkaitan tentang penglihatan (*sight*), *place*, *content* dan *Serial vision*

Hasil analisis diatas kemudian diinterpretasikan kedalam bentuk penilaian statistika (*scoring rate*) untuk setiap variable. *Scoring rate* setiap variable ini selanjutnya dianalisis dengan perhitungan regresi linear, yang bertujuan untuk menemukan pengaruh tiap-tiap variable tersebut.

Metode yang digunakan adalah metode **kuantitatif-rasionalistik**, dengan pengamatan terhadap objek studi mengenai pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap. Proses pengamatan terhadap objek studi yaitu penggal jalan Siranda dilakukan dengan menganalisis hasil kuesioner kedua variabel (1) pengaruh sarana komersial; dan (2) karakter landskap; ditempat tersebut, pembahasan analisis ini dipaparkan secara kualitatif.

Sedangkan proses rasionalisasi dilakukan melalui penginterpretasian jawaban responden terhadap kuesioner penelitian dalam bentuk kuantitatif angka-angka statistik, dan kemudian hasil dari penilaian kuantitatif ini dianalisis dengan perhitungan regresi linear untuk mencari keterkaitan pengaruh. Jawaban dari regresi ini kemudian dimaknakan sebagai suatu Thesis pengaruh.

4.2. Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Masalah yang ingin diteliti yaitu pengaruh sarana komersial sebagai *variabel independen*, dan karakter lanskap sebagai *variabel dependen*.
2. Teknik pembahasan, yaitu keputusan operasional menyangkut tujuan untuk mengkaji pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap, dengan tahapan:
 - a. Meliputi pendalaman literatur terhadap berbagai teori yang dikemukakan para pakar seperti *Aesthetic Townscape* (Ashihara) dan *Townscape* (Cullen) untuk mencari parameter.
 - b. Mendapatkan parameter yang berdasar teori (*theory based*) yaitu :
 - keseimbangan reklame komersial
 - fascade bangunan
 - bentuk topografi ruang terbuka dan kekhasan elemen lanskap
 - kualitas visualyang akan digunakan sebagai dasar alat analisis (kuesioner) terhadap penelitian tentang pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap.
 - c. Menyebarkan kuesioner yang disusun berdasarkan parameter diatas kepada responden, dengan jawaban berbentuk *scoring rate*.
 - d. Meliputi analisis terhadap variabel independen (var. bebas) tentang pengaruh sarana komersial yaitu :
 - *reklame*
 - bangunan komersialdan variabel dependen (var. terikat) tentang karakter lanskap yaitu :
 - ruang-ruang terbuka
 - kualitas visualdi sekitar penggal jalan Siranda, berdasarkan hasil jawaban responden.
 - e. Menganalisis data-data hasil kuesioner (bagian c) yang telah dimaknakan kedalam bentuk angka-angka statistika, secara kuantitatif dengan analisis regresi linear, untuk mengetahui pengaruh.
 - f. Menyimpulkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan (bagian e) secara kualitatif, dalam bentuk pemaknaan mengenai pengaruh.

| NO | RUMUSAN MASALAH | TUJUAN PENELITIAN | KAJIAN PUSTAKA | VARIABEL UTAMA | VARIABEL INDIKATOR | PARAMETER | CARA DAN ALAT |
|----|--|--|---|--------------------|--|--|---|
| 1 | Bagaimanakah pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap penggal Jalan Siranda tersebut? | untuk pengaruh komersial karakter penggal Siranda. | Ashihara (<i>The Aesthetic Townscape</i>) Spreiregen (<i>Architecture of Town&Cities</i>) Cullen (<i>Townscape</i>) | - Karakter Lanskap | - <i>Open Space</i> - Kualitas Visual | - Kesimbangan reklame - Bentuk arsitektur dan fungsi bangunan - Bentuk topografi, ruang terbuka dan kekhasan elemen lanskap - Penglihatan, <i>place, content</i> dan <i>serial vision</i> | - Pendataan dengan foto, sketsa dan Peta - Wawancara non probability sampling dengan purposive sampling, berdasarkan kuesioner <i>structured interview</i> . |
| 2 | | | -Shirvani (<i>Elements Urban Design</i>) -Perda setempat ttg reklame | - Sarana komersial | - Bangunan komersial - reklame | | |

Tabel 4.1. diagramatis metodologi penelitian

3. Penggunaan Alat dan Instrumen Penelitian

Subiyanto (1998), menjelaskan bahwa instrumen penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama.

Data-data pengamatan pada objek penelitian maupun data-data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta data-data dokumen yang diperoleh berupa dokumentasi foto-foto, peta, gambar, lukisan tersebut didasarkan atas kriteria dan parameter dari indikator / faktor-faktor penelitian yang telah distrukturisasi.

Peta pengairan tahun 1999 sebagai salah satu alat penelitian merupakan upaya interpretasi terhadap karakter pola spasial kawasan tersebut, menyangkut bentuk dua dimensi dari karakter lanskap dan struktur ruang kawasan didalamnya.

Selain itu, foto dokumentasi lapangan dan sketsa-sketsa digunakan sebagai alat ukur dalam proses analisis berkaitan dengan aspek visual area.

4. Teknik Sampling dan Kuesioner.

Dalam Subiyanto (1998) dijelaskan bahwa pedoman menyusun klasifikasi sampel ditentukan atas dasar dua pertimbangan, yaitu elemen penyeleksi dan basis keterwakilan. Terdapat dua klasifikasi jenis sample, yaitu *probability* dan *non-probability sampling*. Sampel harus dapat mewakili kelas responden, dan kualitas jawabannya memadai.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka sampel penelitian ini menggunakan klasifikasi yang diambil secara terarah, tidak acak, sesuai konteks penelitian (*purposive sampling*) dengan kriteria tertentu, agar responden dapat mewakili secara representatif dan responsif terhadap problematik penelitian. Dalam hal ini sampel sebagai sasaran adalah para ahli dengan ilmu sepadan khususnya mengenai variabel-variabel terkait, yaitu :

Berkaitan dengan parameter sarana komersial, diambil sampel responden dari kalangan pelaku aktivitas komersial yaitu pelaku yang ada di tempat usaha dan pelaku profesional. Sedangkan berkaitan dengan parameter karakter lanskap, diambil sampel responden dari pemerintah kota Semarang

sebagai penentu kebijakan (*stake-holder*), profesional arsitek, *urban designer*, *planner* dan akademisi dari kalangan dosen arsitektur, *urban planning* dan mahasiswa, yaitu mahasiswa arsitektur, *urban planning* semester akhir (S1) dan mahasiswa arsitektur (S2).

Alasan teknis Peneliti menggunakan pengambilan sampel secara non-probability ini, seperti yang telah dijelaskan Subiyanto (1998:103) adalah karena :

- total populasi tidak diketahui secara pasti
- penggunaan probability sampling tidak operasional pada penerapan dilapangan, karena akan terjadi bias.
- Analisis antar seksi tidak digunakan dalam penelitian
- Biaya dan waktu yang tersedia tidak memungkinkan operasi penelitian menggunakan *probability sampling*.

Jumlah sampel yang diambil merupakan persoalan yang penting dalam suatu penelitian. Mengenai ukuran besar sampel, tidak ada kesepakatan mengenai jumlah absolut ataupun dalam prosentase (Subiyanto, 1998:94).

Jumlah responden diambil agar sampel dapat representatif didasarkan pada data yang dibutuhkan agar dapat dilakukan proses analisis. Untuk semua model populasi yang diambil asal variansnya terhingga, maka rata-rata sampel akan mendekati distribusi normal. Biasanya untuk $n \geq 30$, pendekatan ini sudah berlaku, karena ukuran sampel $n = 30$ orang responden termasuk sample besar (Sudjana, 1989). Dalam hal ini peneliti mengambil 30 orang sample yaitu terdiri dari:

- Lima belas orang sampling pelaku berkaitan dengan parameter sarana komersial. yaitu dari pemerintah kota Semarang dan pelaku aktivitas komersial.
- Lima belas orang sampling ilmu terkait permasalahan ruang kota, yaitu praktisi arsitek, lanskap, *urban designer* dan *planner*, dosen dan peneliti.

Faktor lain yang harus dipenuhi adalah, para sample tersebut harus mengenal dengan baik wilayah penelitian, yaitu kawasan Candi khususnya

penggal jalan Siranda, agar dalam menjawab kuesioner dapat mendapatkan respon dengan tepat.

Wawancara menggunakan kuesioner terstruktur, guna mengetahui persepsi responden terhadap pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap penggal jalan Siranda ini. Proses pendataan dilakukan dengan wawancara tatap muka secara langsung (dialogis) kepada responden yang berisi tanggapan responden kepada sarana komersial pada karakter lanskap berdasarkan kuesioner yang telah ditentukan sebagai patokan sebelumnya.

Adapun kuesioner yang digunakan Peneliti adalah kuesioner terstruktur, karena basis yang digunakan adalah penelitian kausal-komparatif yang menyelidiki kemungkinan sebab-akibat yang ada, mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data-data tertentu (Diktat MK. Metodologi Penelitian MTA UNDIP, 2003). Dalam Subiyanto (1998:67) disebutkan bahwa apabila wawancara menggunakan teknik *structured interview*, maka kuesioner haruslah dibuat secara runtut, karena hasil dari suatu jawaban akan mempengaruhi pada jawaban selanjutnya.

5. Teknik penetapan *rating scale*

Proses penetapan *rating scale* ini dilakukan setelah mendapatkan parameter dari variabel-variabel terkait. Proses ini dapat dijelaskan yaitu:

a. Analisis keseimbangan reklame:

Pengamatan terhadap letak, bentuk, material dan isi reklame pada tiap-tiap area pengamatan melalui *rating scale*, berdasarkan teorinya Halprin (1980:68) dalam Shirvani (1985:43) yang mengutarakan tentang keseimbangan yang harus dicapai oleh reklame komersial, yaitu bahwa reklame harus menghindari ketidakteraturan berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan oleh ukuran, bentuk, menciptakan daya tarik, dan juga harus dapat menginformasikan isi didalamnya.

- apabila reklame teratur dilihat dari berbagai sisi letak, bentuk, material dan isi, maka *score* masing-masing jawaban dari tiap-tiap area tersebut adalah dua (2)

- apabila kualitas keseimbangan reklame tidak ada –dari sisi, letak, bentuk, material dan isi-, maka *score* adalah satu (1)

b. Analisis Bangunan Komersial

Pengamatan terhadap bentuk arsitektur bangunan komersial dan fungsinya terhadap kondisi di tiap-tiap area pengamatan melalui *rating scale*, Teknik analisisnya adalah dengan analisis terhadap kuesioner pertanyaan yang berkaitan dengan bangunan komersial, dengan penilaian yaitu :

- bila gaya dan fungsi bangunan komersial tersebut berhubungan dengan lingkungan, maka *score*-nya adalah dua (2)
- bila secara keseluruhan bangunan tidak berhubungan dengan lingkungan (terhadap gaya arsitektur dan fungsi), maka *score* area adalah satu (1)

c. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka

Pengamatan terhadap bentuk topografi ruang terbuka yang ada ditempat tersebut, yaitu berdasarkan teorinya Spreiregen (1965:51) mengenai kekhasan bentuk topografi dan kekhasan elemen lansekap, dengan penilaian :

- Bila ada kekhasan topografi dan kekhasan elemen lansekap ditempat tersebut, maka *score*-nya adalah dua (2)
- Bila tidak ada kekhasan dari kedua parameter tersebut, maka *score*=1

d. Analisis Kualitas Visual

Pengamatan terhadap kualitas visual ini adalah melalui teorinya Cullen dan Ashihara, dengan penilaian:

- Bila tempat tersebut menarik dan terdapat *serial vision*, maka *score*-nya adalah dua (2)
- Bila tempat tidak mempunyai sesuatu yang menarik dan tidak mempunyai *serial vision*, maka *score* area tersebut adalah satu (1).

6. Teknik pengubahan *score* total kedalam bentuk nilai

Karena jumlah pertanyaan berbeda untuk masing-masing variabel, maka diperlukan adanya suatu standardisasi terhadap jumlah keseluruhan (jumlah total) dari jawaban setiap variabel kedalam suatu bentuk nilai yang ekuivalen (sama dan sebanding).

Proses standardisasi ini pada dasarnya dilakukan dengan membagi score total dengan koefisien dari jumlah pertanyaan, yaitu :

- Reklame : koefisien= 0,6
- Bangunan Komersial : koefisien= 0,08
- Bentuk Topografi ruang terbuka : koefisien= 0,24
- Kualitas visual : koefisien= 0,24






3.4. Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan ada atau tidaknya kedua variabel tersebut pada area pengamatan. Rincian variabel-variabel tersebut yaitu :

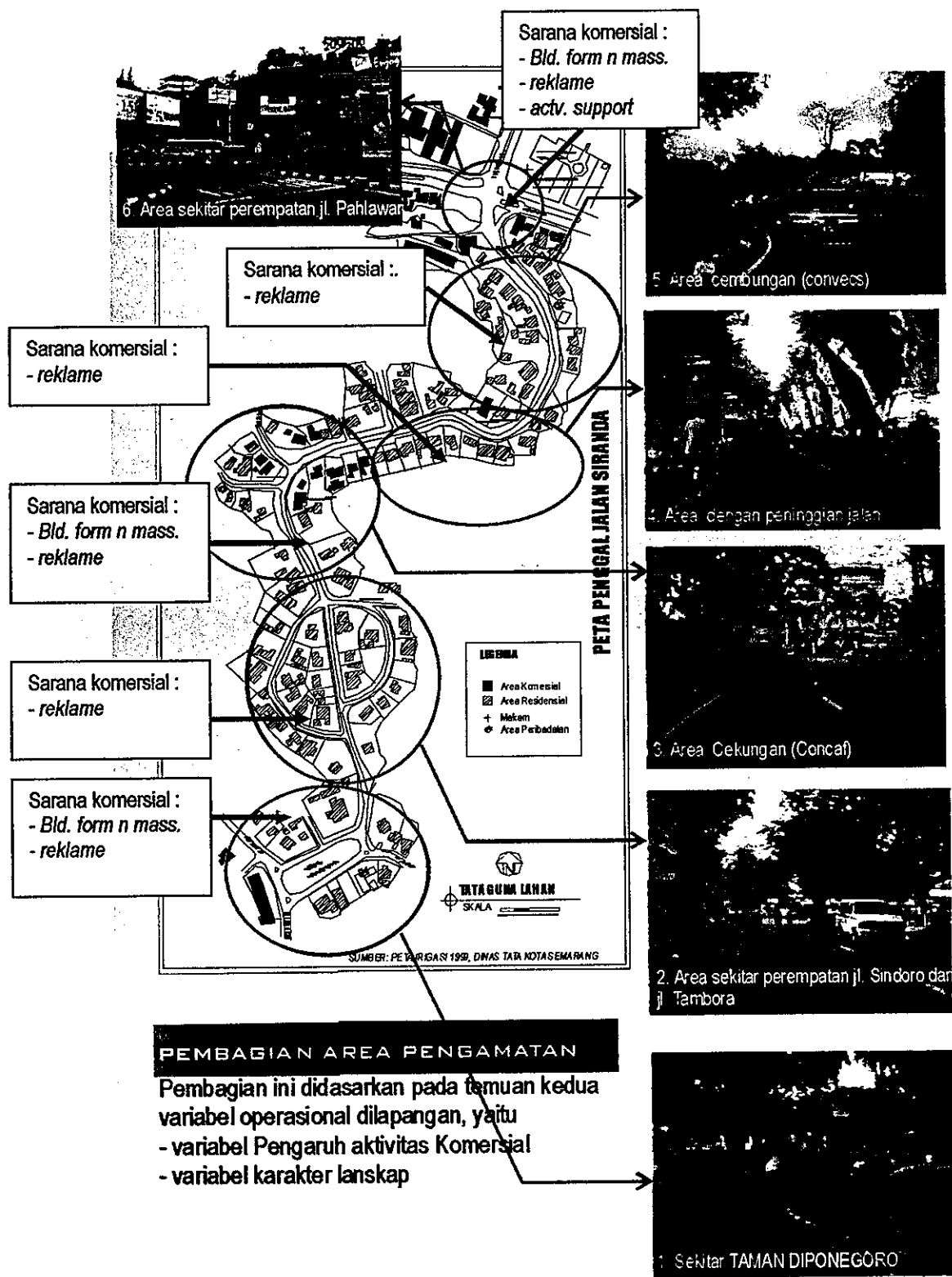
| Var. | Pengaruh sarana Komersial | Karakter Lanskap |
|-------------|---------------------------------|-------------------------|
| Var. | - <i>Building form&mass</i> | - <i>Open Space</i> |
| Operasional | - <i>Reklame</i> | - Jalur-jalur sirkulasi |
| | | - Kualitas Visual |

Penentuan area pengamatan dilakukan terhadap pengaruh sarana komersial dan karakter lanskap. Sedangkan urutan pembagian area pengamatan ditinjau berdasarkan temuan *serial vision* bahwa pada penggal jalan Siranda ini, yang dapat digolongkan menjadi beberapa kelompok area pengamatan apabila diamati mulai dari Taman Diponegoro sampai ke perempatan jalan Siranda, sehingga kemudian area penelitian dapat dibagi menjadi enam, yaitu :

- a. Area sekitar Taman Diponegoro
- b. Area sekitar perempatan jl. Sindoro dan jl. Tambora
- c. Area cekungan (*concaf*)
- d. Area dengan peninggian badan jalan
- e. Area cembungan (*convecs*)
- f. Area sekitar perempatan jl. Pahlawan.

| Area Pengamatan | Sarana Komerstaf | Karakter Lanskap |
|--|--|---|
| a. sekitar taman diponegoro | <i>Building form&mass;</i> Ruko Slt. Agung | <i>Open space :</i> Taman Diponegoro |
| | <i>Reklame: Signs</i> pada ruko | Jalur sirkulasi : Ruas jalan disekeliling taman |
| | | <i>Kualitas Visual :</i> <i>-serial vision, view fm without view fm within</i> |
| b. sekitar perempatan jl. Tambora-jl. Sindoro  | <i>Reklame:</i> <i>Signs</i> pada bahu jalan | Jalur-jalur sirkulasi : Ruas jalan sekitar perempatan |
| | | <i>Kualitas Visual :</i> <i>Serial Vision</i> |
| c. Sekitar Vina's House  | <i>Building form&mass;</i> Vina, Toserba Siranda | <i>Open space :</i> Lanskap disekitar area |
| | <i>Reklame:Signs</i> pada bangunan | Jalur sirkulasi :cekungan jalan <i>Kualitas Visual :serial vision</i> |
| d. Area jalan ditinggikan  | <i>Reklame:Signs</i> yang ada disepanjang jalan | Jalur-jalur sirkulasi : Bentukan ruas jalan |
| e. Sekitar reservoir Siranda  | <i>Reklame:</i> <i>Signs</i> yang ada disepanjang jalan | Jalur-jalur sirkulasi : Bentukan ruas jalan |
| f. sekitar perempatan jl. Pahlawan  | <i>Building form&mass;</i> Hotel Siranda, gd. Koperasi polisi | <i>Open space :</i> Lanskap disekitar area |
| | <i>Reklame:</i> <i>Signs</i> pada kar. Lanskap | Jalur sirkulasi : perempatan jln. |
| | | <i>Kualitas Visual :</i> <i>serial vision</i> |

Tabel 3.3. Pembagian area pengamatan

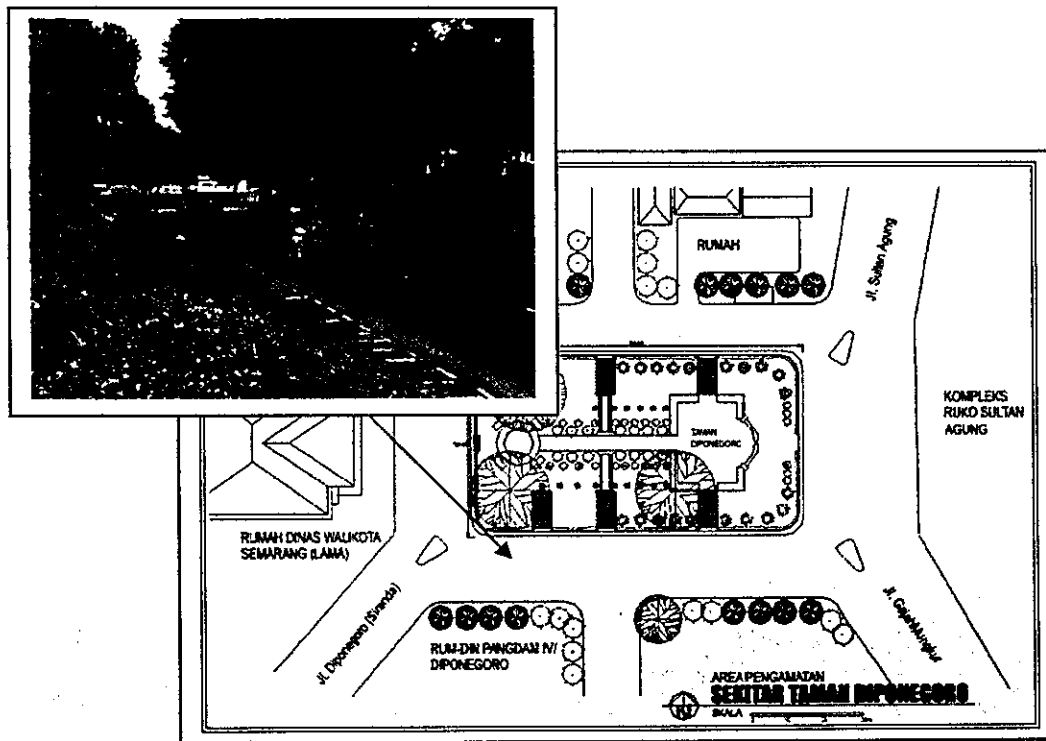


PEMBAGIAN AREA PENGAMATAN

Pembagian ini didasarkan pada temuan kedua variabel operasional dilapangan, yaitu
 - variabel Pengaruh aktivitas Komersial
 - variabel karakter lanskap

Gambar 3.1. Pembagian Area Pengamatan

Sedangkan penjelasan mengenai karakter tiap-tiap area yang akan diteliti yaitu :



Gambar 3.2. Kondisi Area sekitar Taman Diponegoro

Pengamatan area sekitar Taman Diponegoro ini terfokus pada pengamatan pengaruh sarana komersial dan karakter lanskap pada jalan disekeliling taman tersebut, dengan penjelasan sarana komersial dan karakter lanskap yaitu:

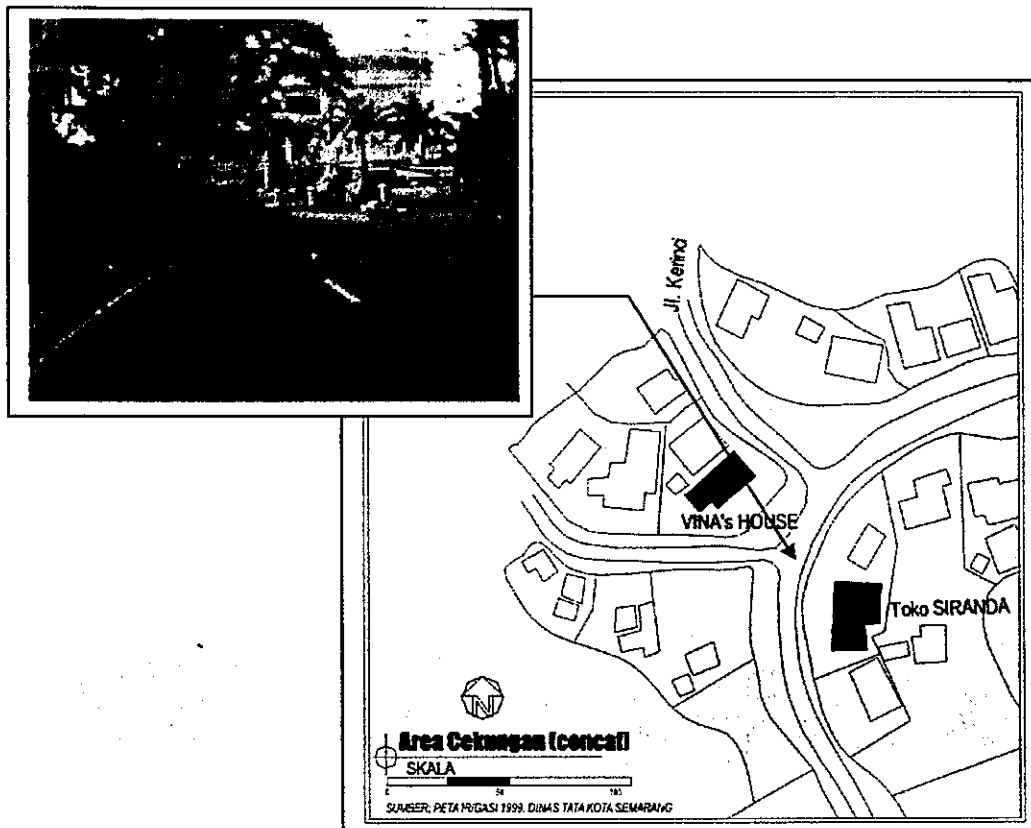
- Sarana komersial yang ada ditempat tersebut adalah *building form and mass* dalam wujud ruko Sultan Agung, *reklame* pada ruko dan *activity support* berupa fasilitas kesehatan dan peribadatan.
- Terdapat *Open Space* berupa taman Diponegoro.
- Karakter lanskap dengan vegetasi peneduh pada kedua bahu jalan
- Sebagai pemecah arus sirkulasi ke arah Jalan Diponegoro (jalan Siranda), Jalan S.Parman-Jalan Sultan Agung, Jalan Kawi (RS. St. Elizabeth), Jl. Argopuro dan Jl. Kagok.



Gambar 3.3. Kondisi Area sekitar perempatan jl. Sindoro dan jl. Tambora

Pengamatan area dengan banyak perempatan ini terfokus pada perempatan menuju ke Jl. Sindoro dan Jl. Tambora, dengan penjelasan ciri sarana komersial dan karakter lanskap yaitu:

- Sarana komersial yang ada ditempat ini adalah *reklame* yang ada disepanjang bahu jalan dan *activity support* berwujud PKL.
- Karakter lanskap dengan vegetasi peneduh pada kedua bahu jalan
- Merupakan perempatan menuju ke arah jl. Sindoro dan jl. Tambora.
- Merupakan area dengan banyak hunian bergaya kolonial, dengan *open space* yang cukup luas pada masing-masing hunian.



Gambar 3.4. Kondisi Area cekungan (*concaf*)

Pengamatan area cekungan (*concaf*) ini terfokus sarana komersial dan karakter lanskap ditempat tersebut, dengan penjelasan ciri sarana komersial karakter lanskap yaitu:

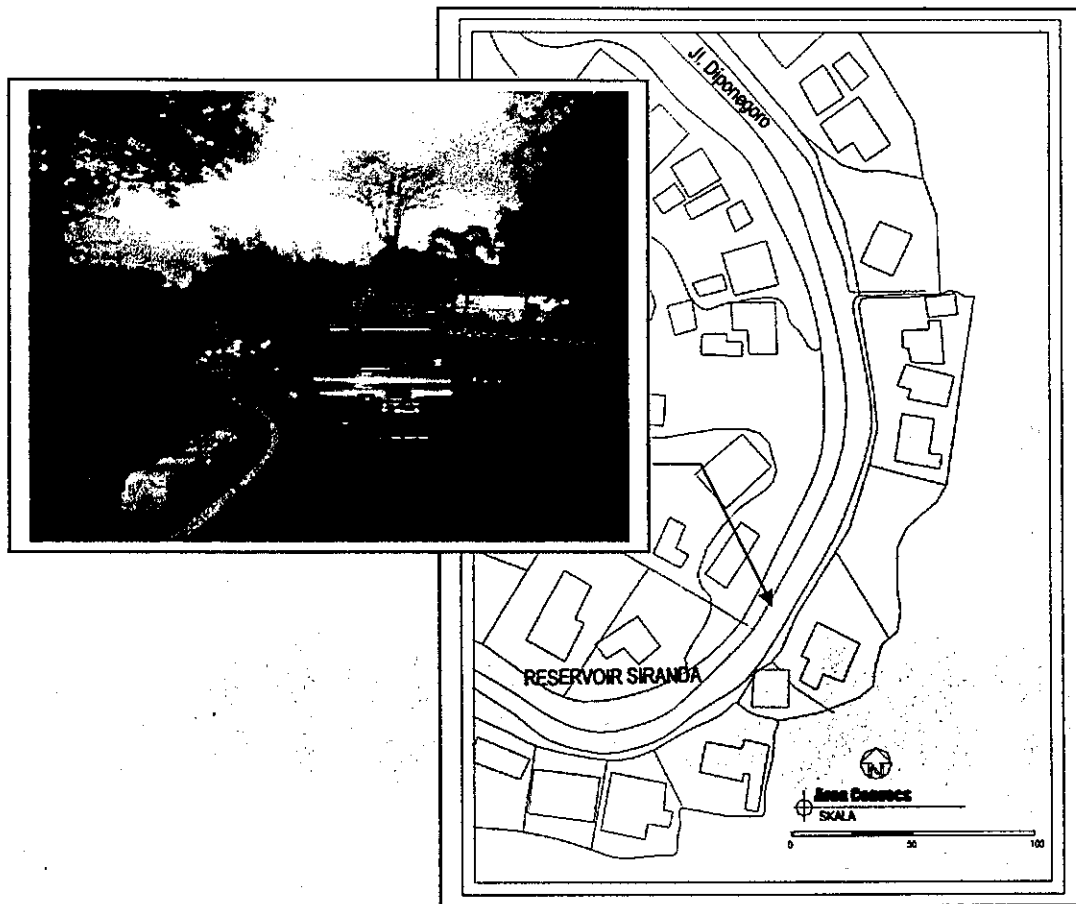
- Akitivitas komersial yang ada ditempat ini adalah *building form and mass* berwujud Toserba Siranda dan *Cafe Vina's House*, serta *reklame* berwujud reklame disekitar kedua bangunan tersebut.
- Karakter lanskap dengan vegetasi peneduh pada kedua bahu jalan
- Sebagai alur sirkulasi jalan, dengan ciri terdapat adanya cekungan dengan tingkat topografi landai.
- Merupakan area dengan banyak bangunan-bangunan komersial baru.



Gambar 3.5. Kondisi Area dengan peninggian badan jalan

Pengamatan area dengan peninggian jalan ini terfokus pada penggal jalan dan karakter lanskap pada jalan ditempat tersebut, dengan penjelasan yaitu:

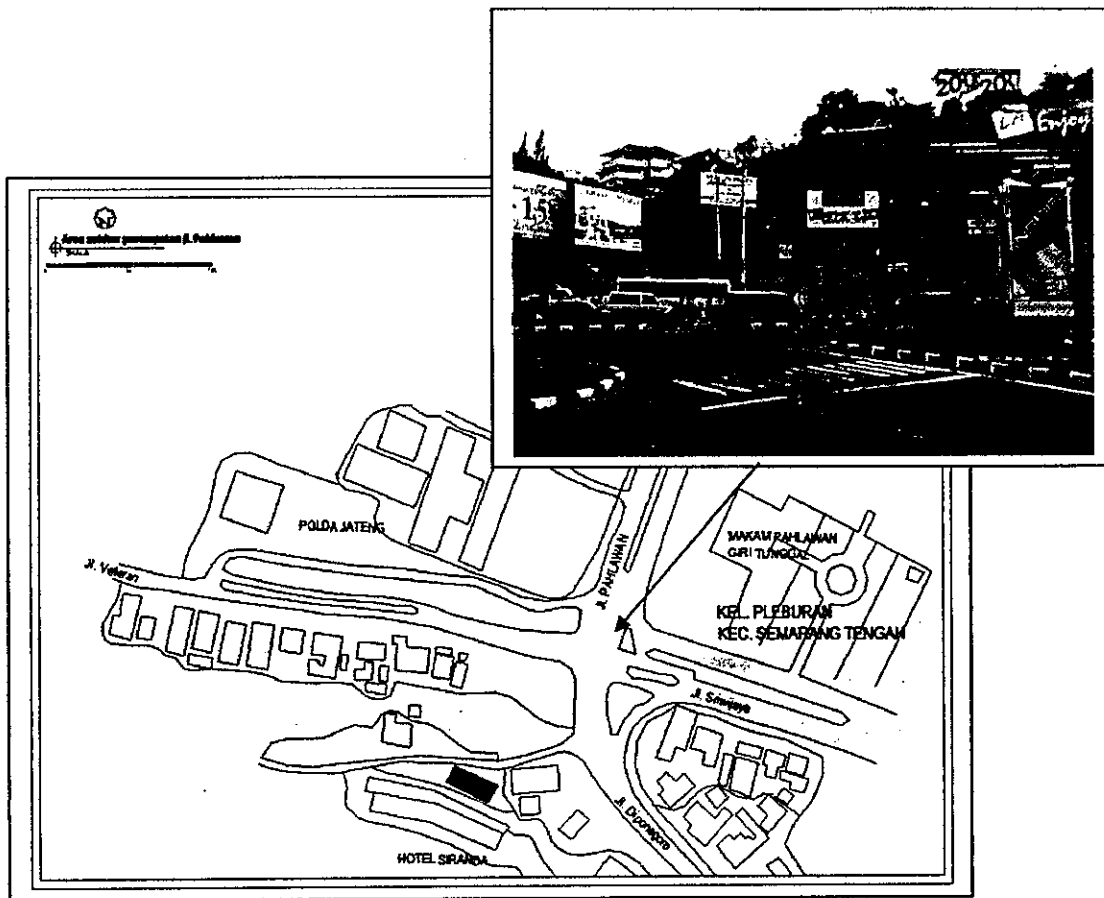
- Vegetasi peneduh pada kedua bahu jalan
- Sebagai alur sirkulasi jalan.
- Merupakan area dengan banyak sarana komersial berupa *advertising signs*.
- Bangunan-bangunan dikedua sisi jalan ketinggiannya lebih rendah dari penggal jalan tersebut.
- Karakter lanskap pada kedua sisi jalan tersebut berkontur.



Gambar 3.6. Kondisi Area cembungan (*convecs*)

Pengamatan pada area *convecs* ini terfokus pada aktivitas komersial dan kondisi karakter lanskap pada jalan ditempat tersebut, dengan penjelasan ciri yaitu:

- Vegetasi peneduh pada kedua bahu jalan
- Sebagai alur sirkulasi jalan, kondisi penggal jalan mencembung (*convecs*).
- Merupakan area dengan banyak hunian bergaya modern, usia bangunan rata-rata kurang dari 50 tahun terkecuali bangunan reservoir Siranda.
- Bangunan-bangunan di kedua sisi jalan letaknya bervariasi dan mengikuti alur jalan yang ada.
- Sarana komersial berupa *reklame* di salah satu sisi jalan.
- Karakter lanskap pada kedua sisi jalan tersebut berkontur.



Gambar 3.7. Kondisi Area sekitar perempatan jl. Pahlawan

Pengamatan pada area sekitar perempatan jl. Pahlawan ini terfokus pada sarana komersial dan kondisi karakter lanskap pada jalan ditempat tersebut, dengan penjelasan ciri yaitu:

- Sebagai pemecah sirkulasi tujuan ke berbagai tempat, yaitu ke arah Jl. Pahlawan, Jl. Veteran, Jl. Sriwijaya dan Jl. Siranda.
- Merupakan area dengan banyak sarana komersial berupa *advertising signs*.
- *Building form and mass* dan *activity suppot* berupa kantor dan sarana pendukung, seperti milik koperasi Kepolisian, Taman Makam Pahlawan dan Polda Jateng.
- Karakter lanskap pada kedua sisi penggal jalan tersebut bervariasi.

BAB V

PEMBAHASAN PENELITIAN

Pembahasan penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis keseluruhan area yang ada disepanjang penggal jalan Siranda dengan cara :

- Analisis *rating scale* hasil pendapat responden mengenai kualitas keseimbangan reklame, tampilan bangunan komersial, bentuk topografi ruang terbuka dan kualitas visual, melalui pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan analisis faktor-faktor pendukung setiap parameter diatas.
- pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap disepanjang penggal jalan siranda dianalisis melalui regresi linear, setelah diketahui penilaian dari masing-masing responden terhadap parameter diatas.

5.1. Analisis Keseimbangan Reklame

Analisis keseimbangan reklame ini dilakukan dengan pengamatan terhadap letak, bentuk, material dan isi reklame pada tiap-tiap area pengamatan melalui *rating scale*, dengan penjelasan mengenai penilaian yaitu :

- Penilaian apakah terdapat keseimbangan reklame pada masing-masing area pengamatan, bila ya, *score* = 2, bila tidak, *score* = 1
- Penilaian mengenai letak, apakah reklame yang ada diarea tersebut perletakkannya mengganggu, bila tidak, *score* = 2, bila ya, *score* = 1
- Penilaian mengenai ukuran, apakah ukuran reklame yang ada diarea ini masih dalam batas normal, bila ya, *score* = 2, bila tidak, *score* = 1
- Penilaian mengenai material, apakah material reklame disekitar area pengamatan ini menyilaukan, bila tidak, *score* = 2, bila ya, *score* = 1
- Penilaian apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan masing-masing area pengamatan, bila ya, *score* = 2, bila tidak, *score* = 1

Proses analisis keseimbangan reklame ini dimaksudkan untuk mendapatkan kesimpulan penelitian, berkaitan dengan pemaknaan terhadap kualitas keseimbangan reklame yang ada di setiap area pengamatan.

5.1.1. Analisis Reklame area pengamatan sekitar Taman Diponegoro

Daerah sekitar Taman Diponegoro ini, seperti yang telah dijelaskan pada bagian awal penelitian telah mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Perkembangan Kota Semarang, khususnya menyangkut aktivitas ekonomi, ikut berperan dalam perubahan tersebut.

Keberadaan taman Diponegoro sebagai *open space* dan ruko-ruko komersial pada sisi barat taman merupakan salah satu daya tarik (magnet) bagi kawasan tersebut. Pada area ini terjadi beberapa aktivitas, khususnya berkaitan dengan aktivitas perekonomian seperti pertokoan, perbankan, akomodasi, dan restoran.

Terdapat beberapa sarana komersial pada daerah ini. Sarana komersial ini secara umum dapat dibagi menjadi sarana didalam ruangan dan diluar ruangan. Sarana didalam ruangan yaitu bangunan-bangunan komersial yang ada diarea ini yang digunakan untuk aktivitas perdagangan, sedangkan sarana komersial diluar ruangan yaitu papan-papan reklame yang ada di area pengamatan.

Seperti yang telah dijelaskan oleh Shirvani (1985:43) tentang keseimbangan yang harus dicapai oleh reklame komersial, yaitu bahwa reklame harus menghindari ketidakteraturan berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan oleh ukuran, bentuk, menciptakan daya tarik, dan juga harus dapat menginformasikan isi didalamnya. Berikut dibawah ini akan dibahas mengenai kualitas keseimbangan reklame berkaitan dengan letak, bentuk, material dan isi dari reklame-reklame yang ada disekitar area Taman Diponegoro.

Responden yang ada pada umumnya sependapat bahwa terdapat kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini, dan faktor-faktor yang terkait didalamnya yaitu letak, ukuran, material dan isi. Hal ini dapat dilihat melalui hasil kuesioner yaitu :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|----------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 1 | Apakah terdapat Kualitas Keseimbangan reklame di area Taman Diponegoro? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 2 | Apakah reklame yang ada diarea tersebut perletakannya mengganggu? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 3 | Apakah ukuran reklame yang ada diarea ini masih dalam batas normal? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 4 | Apakah material reklame disekitar taman Diponegoro menyilaukan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |

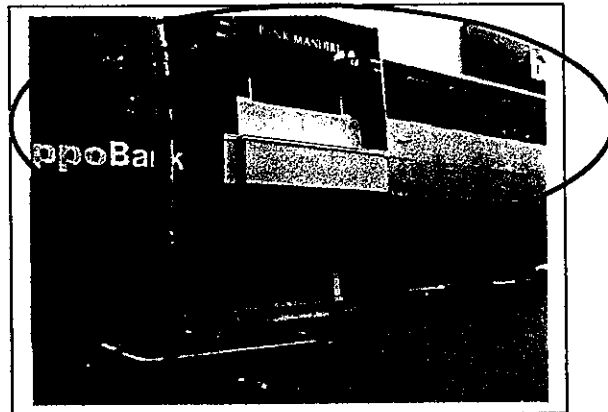
| | | | | |
|---|--|----|---|----------------------------|
| 5 | Apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan di area tersebut ? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
|---|--|----|---|----------------------------|

Tabel 5.1. Hasil kuesioner keseimbangan reklame area sekitar taman Diponegoro

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

a. Letak

Secara umum, seluruh responden sependapat mengenai Letak, bahwa penempatan reklame-reklame yang ada di ruko Sultan Agung ini pada umumnya seragam, diletakkan pada level dua dari bangunan ruko. Tidak terlihat adanya reklame yang mencolok di kompleks pertokoan. (gambar 5.1)



Gambar 5.1. Letak reklame yang tidak mengganggu pemandangan
Sumber: Hasil Analisis Peneliti

b. Bentuk

Responden mengatakan bahwa reklame yang ada masih dalam batas normal. Dilihat dari bentuknya, reklame reklame ini secara keseluruhan mempunyai tipe horizontal (memanjang). Karena letaknya berada di level dua pada bagian fascade bangunan, bentuk horizontal ini tidak menimbulkan permasalahan terhadap lingkungan disekitarnya.



Gambar 5.2. Isi reklame sesuai digunakan sebagai identitas
Sumber: Hasil Analisis Peneliti

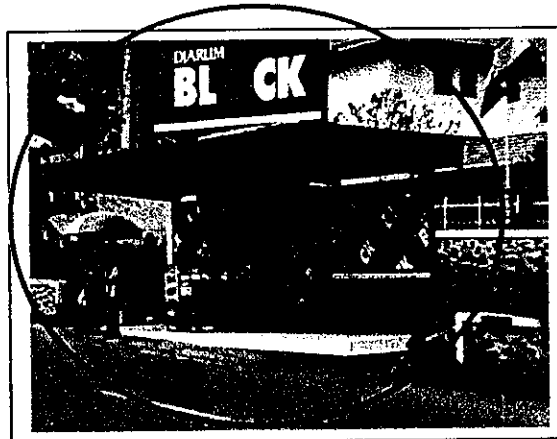
c. Material

Penggunaan material di area ini tidak dianggap menyilaukan oleh seluruh responden. Material yang digunakan reklame-reklame pada area pengamatan sekitar Taman

Diponegoro ini, secara keseluruhan menggunakan material logam seng, yang dicat dengan warna yang tidak mengkilat, sehingga permukaan logam tidak menyilaukan.

d. Isi

Reklame-reklame pada area pembahasan ini dinilai sesuai dengan lingkungan sekitar. Reklame ini, secara keseluruhan dipergunakan sebagai identitas (ciri), yang menginformasikan pada publik bahwa bangunan tersebut didalamnya berfungsi sebagaimana diiklankan pada *billboard display* di atasnya (gambar 5.2).



Gambar5.3. Halte reklame rokok sesuai sebagai identitas / penanda
Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Hal ini serupa dengan apa yang terdapat pada halte diseborang taman Diponegoro yang dihiasi dengan instalasi reklame dari sebuah produk rokok –Djarum Black-. Meskipun fungsi utama dari bangunan tersebut tetap sebagai halte, yang didalamnya juga terdapat sebuah kios (rombong) rokok, yang menjual produk dari Djarum Black tersebut. (gambar 5.3)

5.1.2. Analisis Reklame pada area Area sekitar Jl. Tambora-Jl. Sindoro

Responden yang ada pada umumnya sependapat bahwa terdapat kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini. Akan tetapi, terdapat perbedaan pendapat mengenai penilaian terhadap faktor-faktor yang terkait didalamnya yaitu letak, ukuran, material dan isi. Hal ini dapat dilihat melalui hasil kuesioner yaitu :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Presentase |
|----|---|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2. | Score 1 | |
| 6 | Apakah terdapat Kualitas Keseimbangan reklame di area jl.Sindoro-jl. Tambora? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 7 | Apakah reklame yang ada diarea tersebut perletakkannya mengganggu? | 7 | 23 | Score 2=23 % Score 1=77 % |
| 8 | Apakah ukuran reklame yang ada diarea ini masih dalam batas normal? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 9 | Apakah material reklame disekitar taman Diponegoro menyilaukan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 10 | Apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan di area tersebut ? | - | 30 | Score 2=0 Score 1=100 % |

Tabel 5.2. Hasil kuesioner keseimbangan reklame area jl. Sindoro-jl. Tambora

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Penilaian terhadap kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini yaitu :

a. Letak

Reklame disepanjang jl. Sindoro-jl. Tambora ini ditata secara berurutan dan sebagian lainnya ditempel pada beberapa bagian rumah. Penempelan pada bagian rumah inilah yang dinilai tidak tepat dari sisi letak, dan berpengaruh terhadap kualitas keseimbangan reklame. Hanya 23% responden yang berpendapat bahwa letak reklame diarea ini tidak mengganggu (gambar 5.4.), sedangkan kebanyakan 77% menganggap letak reklame mengganggu.

Pada pengamatan terlihat adanya beberapa reklame yang pemasangannya ngawur, berbentuk



Gambar 5.4. Letak reklame dibahu jalan tidak mengganggu
Sumber: Hasil analisis Peneliti



Gambar 5.5. Reklame pada pagar pembatas persil yang mengganggu
Sumber: Hasil analisis Peneliti

poster-poster dengan media kertas yang ditempelkan pada beberapa bagian rumah seperti pada pagar pembatas persil, dll (gambar 5.5).

b. Bentuk

Mengacu pada pembahasan diatas berkaitan dengan dimensi reklame, secara keseluruhan, ukuran dan bentuk dari reklame-reklame disepanjang Jl. Sindoro-jl. Tambora ini tidak berlebihan, dalam artian tidak sampai mengganggu kenyamanan berkendara disepanjang penggal jalan tersebut.

c. Material

Penilaian terhadap material yang digunakan reklame-reklame disepanjang Jl. Sindoro-jl. Tambora ini juga didasarkan pada pembahasan terhadap kedua jenis reklame diatas. Reklame yang digantungkan pada *neon box*, tampilannya baik dan menunjang terhadap lingkungan, sedangkan reklame-reklame yang ditempel pada bagian-bagian tertentu dari rumah dengan material dari kertas-kertas menyebabkan lingkungan terkesan tidak tertata.

d. Isi

Isi dari reklame-reklame disepanjang penggal jalan ini secara keseluruhan menginformasikan / mempromosikan tentang produk rokok. Tidak terlihat adanya kontekstualitas isi dari reklame tersebut terhadap lingkungan disekitarnya, karena konteks lingkungan kawasan Candi ini adalah bercirikan sebagai lingkungan kolonial.

5.1.3. Analisis Reklame pada Area sekitar *Vina's House*

Kemunculan bangunan komersial *Vina's House* membuat kawasan ini menjadi semarak, terlebih kemudian beberapa perusahaan -terutama perusahaan rokok- , berlomba-lomba mengisi kawasan tersebut dengan berbagai bentuk *advertising signs*, baik dalam bentuk *banner-banner* iklan, umbul-umbul sponsor, dan juga *billboard* reklame yang dilengkapi dengan *neon-box*, membuat keberadaan *café* dan kawasan sekitarnya ini terlihat menonjol terutama pada malam hari dengan kilauan cahaya dari *café* tersebut dan juga gemilau lampu neon dari deretan *billboard* (gambar 5.6.).

Secara keseluruhan, terdapat dua jenis reklame yang ada diarea pengamatan, yaitu reklame yang ada disepanjang jalan, dan reklame yang ada di kedua bangunan komersial. Pembahasan mengenai kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut yaitu:

Responden yang ada pada umumnya sependapat bahwa terdapat kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini. Akan tetapi, terdapat perbedaan pendapat mengenai penilaian terhadap faktor-faktor yang terkait didalamnya yaitu berkaitan tentang isi reklame. Hal ini dapat dilihat melalui hasil kuesioner yaitu :

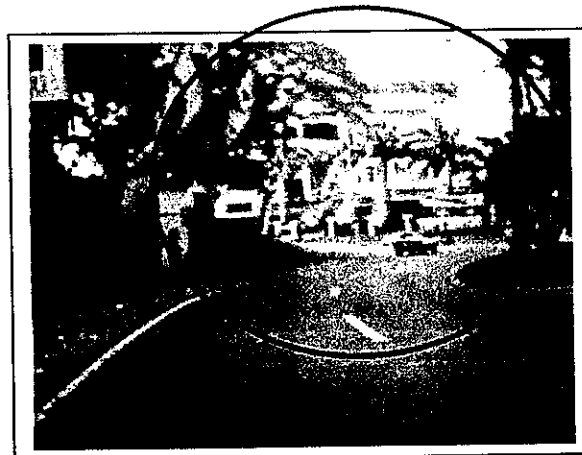
| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 11 | Apakah terdapat Kualitas Keseimbangan reklame di area cekungan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 12 | Apakah reklame yang ada diarea tersebut perletakkannya mengganggu? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1= 0 |
| 13 | Apakah ukuran reklame yang ada diarea ini masih dalam batas normal? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 14 | Apakah material reklame disekitar taman Diponegoro menyilaukan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 15 | Apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan di area tersebut ? | 24 | 6 | Score 2=80 % Score 1=20 % |

Tabel 5.3. Hasil kuesioner keseimbangan reklame area cekungan

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

a. Letak

Responden seluruhnya mengatakan bahwa dilihat dari sisi letak, pemasangan reklame-reklame yang ada disekitar *Vina's House* ini tidak menimbulkan permasalahan, karena untuk jenis reklame yang ada disepanjang jalan, pemasangannya diletakkan pada salah satu sisi bahu jalan, dan pada bangunan-bangunan komersial yaitu *Cafe Vina's House* dan *Toserba Siranda*, pemasangannya diletakkan pada bagian level kedua dari *fascade* kedua bangunan tersebut (gambar 5.7) dan tidak mengganggu terhadap



Gambar 5.6. Letak Reklame berbentuk umbul-umbul yang tidak mengganggu
Sumber: Hasil analisis Peneliti

kenyamanan berkendara maupun kenyamanan visual ditempat tersebut.

b. Bentuk

Sedangkan apabila ditinjau dari bentuk, reklame-reklame pada area pengamatan kali ini juga tidak bermasalah, karena ukurannya tidak mendominasi visual ditempat tersebut, baik itu berbentuk *banner-banner* iklan, umbul-umbul sponsor, dan juga *billboard* reklame yang dilengkapi dengan *neon-box*, secara keseluruhan mempunyai dimensi yang normal dalam batas-batas penglihatan.



Gambar 5.7. reklame yang diletakkan pada fascade bangunan, tidak mengganggu kenyamanan visual
Sumber: Hasil analisis Peneliti

c. Material

Dilihat dari material yang digunakan, semua responden mengatakan bahwa penggunaan bahan logam seng untuk papan reklame yang ada di bagian fascade ruko juga tidak menjadi permasalahan, karena logam tersebut difinishing dengan cat sehingga permukaannya tidak mengkilap dan tidak menyilaukan apabila terkena cahaya. Sedangkan reklame berbentuk umbul-umbul dan spanduk, meskipun material yang digunakan adalah bahan kain, akan tetapi mengingat pemasangannya temporer (digunakan untuk mengumumkan / mempromosikan acara/grup band yang akan ditampilkan pada cafe), maka hal tersebut tidak menjadi permasalahan.

d. Isi

Sedangkan menyangkut isi, sebagian besar (80%) mengatakan bahwa reklame sesuai dengan konteks lingkungannya, yaitu sebagai sarana komersial. Papan-papan reklame isinya mempromosikan tentang produk yang dijual pada bangunan komersial (toserba Siranda), dan umbul-umbul serta spanduk mempromosikan tentang acara / grup band yang akan ditampilkan pada cafe.

5.1.4. Analisis Reklame pada Area dengan Peninggian Badan Jalan

Keunikan, fungsi dan kekhasan ruang koridor pada area pengamatan ini dilihat sebagai potensi, sehingga bermunculanlah reklame dalam bentuk *advertising signs* yang berlomba-lomba mengisi sudut-sudut ruang pada penggal jalan. Berdasarkan pemantauan, kemunculan *advertising sign* ini sejalan dengan perkembangan kawasan tersebut dalam konteksnya sebagai sarana komersial dengan munculnya bangunan komersial 'Vina's House'.

Kualitas keseimbangan reklame ditempat ini adalah bahwa responden yang ada pada umumnya sependapat bahwa terdapat kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini. Akan tetapi, terdapat perbedaan pendapat mengenai penilaian, khususnya terhadap faktor-faktor berkaitan tentang letak, ukuran dan isi reklame. Hasil kuesionernya adalah:

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|-------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 16 | Apakah terdapat Kualitas Keseimbangan reklame di area peninggian badan jalan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 17 | Apakah reklame yang ada diarea tersebut perletakannya mengganggu? | 17 | 13 | Score 2=57 % Score 1= 43 % |
| 18 | Apakah ukuran reklame yang ada diarea ini masih dalam batas normal? | 10 | 20 | Score 2=33 % Score 1=67 % |
| 19 | Apakah material reklame disekitar taman Diponegoro menyilaukan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 20 | Apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan di area tersebut ? | 26 | 4 | Score 2=87 % Score 1=13 % |

Tabel 5.4. Hasil kuesioner keseimbangan reklame area peninggian jalan

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

a. Letak

Responden berbeda pendapat mengenai letak reklame di area ini. Perletakan *advertising signs* ini pada umumnya menambah bentuk suasana koridor jalan dengan titik-titik berjajar di sepanjang karakter lanskap (gambar 5.8.). Terlihat adanya ritme tertentu dalam perletakan signages ini, dengan tampilan yang sudah tertata dalam bentuk *billboard* yang dilengkapi dengan *neon-box*. Akan tetapi, ada juga reklame yang terletak menonjol di salah satu sudut jalan yang terlalu mendominasi.

b. Bentuk

Ukuran dari *advertising signs* ini sendiri, masih dalam batas-batas normal, dalam artian tidak menimbulkan gangguan terhadap kenyamanan berkendara, terkecuali *advertising sign* yang terletak pada titik akhir dari area pengamatan – pada saat ini diisi oleh produk dari salah satu pabrik rokok-, yang menurut pernyataan umum responden menimbulkan adanya kesan ‘arogansi’ (gambar 5.9.), karena bentuk dan ukurannya yang terlalu besar, sehingga mendominasi karakter lanskap dan mengurangi kesempatan pengendara yang lewat di penggal jalan tersebut untuk menikmati keindahan karakter lanskap Siranda.

c. Material

Responden sependapat, bahwa material yang digunakan untuk papan reklame ini menggunakan bahan dasar seng yang dicat, sehingga permukaannya tidak menyilaukan pengendara yang lewat. Disamping itu, terdapat juga *neon signs* dengan material mika yang didalamnya bersinar.



Gambar 5.8. Penataan reklame bentuk koridor tidak mengganggu.
Sumber: Hasil analisis Peneliti



Gambar 5.9. *Billboard* di salah satu titik mengganggu dan mendominasi karakter lanskap.
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Sedangkan umbul-umbul dan spanduk menggunakan bahan dasar kain. Penggunaan material kain ini tidak menimbulkan permasalahan apabila pemasangannya secara temporer, karena apabila dipasang dalam jangka waktu lama, material kain ini akan terlihat kumuh, karena kain lebih mudah terkena kotoran dan debu jalan ataupun air hujan.

d. Isi

Responden sebagian besar mengatakan bahwa isi reklame kontekstual dengan lingkungan sekitar. Isi reklame mempromosikan tentang produk rokok. Selain itu, pada sisi lain dari bahu jalan juga diisi dengan *banner-banner* iklan berbentuk umbul-umbul yang diletakkan berjajar disepanjang jalan, -dengan isi setipe, yaitu berbentuk iklan rokok- yang juga membentuk suasana ruang koridor terhadap keberadaan penggal jalan. Keberadaan umbul-umbul ini tidak begitu menjadi permasalahan karena sifatnya yang eventual/ temporer dan biasanya merupakan sponsor dari *event-event* acara *live music* yang ada di 'Vina's House' tersebut. Kontekstual dari pemasangan reklame pada area pengamatan kali ini terlihat dengan adanya hubungan antara bangunan komersial cafe dan reklame sebagai salah satu bentuk promosi dari acara-acara atau produk yang ada di cafe tersebut.

5.1.5. Analisis Reklame pada Area Jalan berbentuk Cembungan.

Sarana komersial yang ada di area ini hanya satu jenis, yaitu sarana komersial dalam bentuk reklame. Reklame ini muncul disepanjang titik-titik yang berurutan pada salah satu sisi bahu jalan. *Billboard* ini dipasang dengan tiang-tiang secara berjajar. Kepemilikannya juga bervariasi, dalam artian bahwa reklame-reklame tersebut tidak didominasi oleh satu jenis perusahaan tertentu.

Sedangkan kualitas keseimbangan reklame ditempat ini dapat dilihat melalui pendapat responden berkaitan tentang pendapat bahwa terdapat kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini. Akan tetapi, terdapat perbedaan pendapat mengenai penilaian, khususnya terhadap faktor-faktor berkaitan tentang letak, ukuran dan isi reklame. Hasil kuesionernya adalah:

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|-------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 21 | Apakah terdapat Kualitas Keseimbangan reklame di area cembungan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 22 | Apakah reklame yang ada di area tersebut perletakkannya mengganggu? | 9 | 21 | Score 2=30 % Score 1= 70 % |
| 23 | Apakah ukuran reklame yang ada di area ini masih dalam batas normal? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 24 | Apakah material reklame disekitar taman Diponegoro menyilaukan? | 30 | - | Score 2=100 % Score 1=0 |
| 25 | Apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan di area tersebut ? | 0 | 30 | Score 2=0 Score 1=100 % |

Tabel 5.5. Hasil kuesioner keseimbangan reklame area cembungan

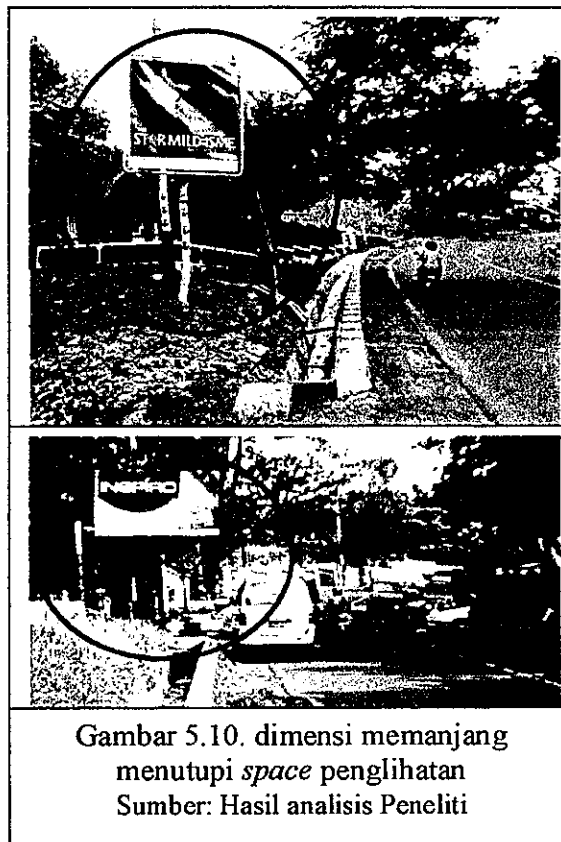
Sumber: Hasil analisis data kuesioner

a. Letak

Dilihat dari segi letak, penempatan reklame-reklame disepanjang area pengamatan kali ini menimbulkan gangguan, karena 70% responden menjawab bahwa letak reklame di area ini mengganggu. Reklame diletakkan pada salah satu sisi bahu jalan. Gangguan ini disebabkan karena perletakan reklame seperti yang ada ditempat ini dinilai menutupi penglihatan (gambar 5.10).

b. Bentuk

Pendapat responden mengenai segi bentuk, terdapat adanya variasi bentuk, dalam artian bahwa reklame-reklame ini mempunyai bermacam-macam ukuran.



Gambar 5.10. dimensi memanjang menutupi *space* penglihatan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Ada reklame yang bentuk dan ukurannya sudah baik, dan ada juga reklame yang bentuknya terlalu besar dari segi ukuran sehingga mengganggu kenyamanan berkendara di area ini, terutama pada saat menanjak dari arah Jl. Pahlawan menuju kota Semarang atas (gambar 5.10.).

c. Material

Penggunaan material reklame-reklame ini sejenis, dalam artian bahwa secara keseluruhan reklame yang ada ditempat ini menggunakan material logam seng yang dicat. Responden menyatakan bahwa Penggunaan material semacam ini juga tidak menyilaukan pengendara.

d. Isi

Seluruh responden mengatakan bahwa Isi (*content*) dari reklame-reklame ditempat ini tidak menunjukkan adanya hubungan dengan lingkungan sekitarnya, karena seluruh reklame tersebut merupakan iklan dari produk rokok, sedangkan lingkungan disekitarnya tidak ditemui adanya toko-toko yang menjual rokok.

5.1.6. Analisis Reklame pada area sekitar perempatan Jl. Pahlawan.

Kekhasan karakter lanskap perbukitan daerah candi, dan sebagai tempat bertemunya berbagai jenis pergerakan manusia, membuat tempat ini menjadi potensi bagi kemunculan dan perkembangan berbagai aktivitas ditempat tersebut, menyangkut hal yang berkaitan dengan sarana komersial.

Sebagai titik area pertemuan antara arus sirkulasi antara kota Semarang bawah dan kota Semarang atas, area perempatan ini juga telah terkena oleh dampak perkembangan kota Semarang bawah khususnya kawasan Simpang Lima sebagai kawasan CBD pusat aktivitas komersial. Ditambah lagi, area ini merupakan pintu gerbang (*main entrance*) menuju jl. Pahlawan, sebagai koridor jalan utama pendukung visual utama bagi kawasan Simpang Lima Semarang (Sujono, 2002:146).

Menurut pendapat responden, penurunan kualitas visual ini juga disebabkan oleh karena sarana komersial berupa reklame-reklame yang ada ditempat tersebut, secara keseluruhan belum diatur dengan baik sehingga keberadaannya semrawut.

Hal ini dapat dilihat pada reklame yang berbentuk *advertising signs* (gambar 5.12. dan 5.12.), yang berlomba-lomba dalam mengisi bukit Siranda. Karakter

landskap Siranda yang merupakan perbukitan, menurut responden dari pihak pelaku aktivitas komersial merupakan potensi untuk meletakkan berbagai *advertising signs*, yang menyebabkan bukit Siranda menjadi penuh dengan reklame.

Pembahasan tentang kualitas keseimbangan reklame yang ada ditempat ini yaitu bahwa responden pada umumnya sependapat bahwa tidak terdapat kualitas keseimbangan reklame di area pengamatan ini. Akan tetapi, terdapat perbedaan pendapat mengenai penilaian, khususnya terhadap faktor-faktor berkaitan tentang letak, dan ukuran reklame. Hasil kuesionernya adalah:

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|-------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 26 | Apakah terdapat Kualitas Keseimbangan reklame di area sekitar perempatan jl.Pahlawan? | - | 30 | Score 2= 0 Score 1=100% |
| 27 | Apakah reklame yang ada diarea tersebut perletakkannya mengganggu? | 5 | 25 | Score 2=17 % Score 1= 83 % |
| 28 | Apakah ukuran reklame yang ada diarea ini masih dalam batas normal? | 4 | 26 | Score 2=13 % Score 1=87 % |
| 29 | Apakah material reklame disekitar jl.Pahlawan menyilaukan? | 23 | 7 | Score 2=77 % Score 1=33 % |
| 30 | Apakah isi reklame sesuai dengan lingkungan di area tersebut ? | - | 30 | Score 2=0 Score 1=100 % |

Tabel 5.6. Hasil kuesioner keseimbangan reklame area perempatan jl.Pahlawan

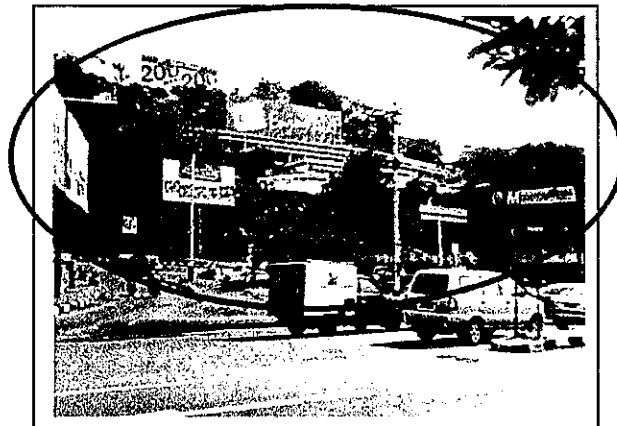
Sumber: Hasil analisis data kuesioner

a. Letak

Responden sebagian besar (83%) mengatakan bahwa keberadaan *advertising signs* tersebut merupakan gangguan terhadap kualitas visual, karena penempatannya yang semrawut diseluruh kaki bukit Siranda.

b. Bentuk

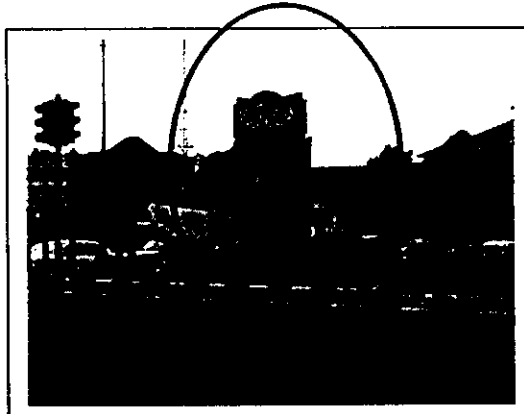
Dari sisi ukuran, reklame-reklame ini juga dinilai berlebihan oleh sebagian besar responden (87%), karena perbukitan Candi yang



Gambar. 5.11. Deretan reklame yang mengganggu pandangan ke bukit Siranda

Sumber: Hasil analisis Peneliti

seharusnya terlihat dari arah kawasan Simpang Lima, sekarang menjadi tertutup oleh papan-papan yang berukuran besar. Hal ini tentunya berakibat pada berkurangnya kesempatan publik untuk menikmati keindahan karakter lanskap di tempat tersebut. Bukit dengan vegetasinya yang hijau kini tidak terlihat lagi, tertutup oleh lembaran-lembaran seng.



Gambar 5.12. Reklame yang ditempatkan ditengah pulau jalan.
Sumber: Hasil analisis Peneliti

c. Material

Material reklame di area perempatan Jl. Pahlawan ini menggunakan bahan logam seng yang dicat. Seharusnya, dengan penggunaan bahan dasar cat ini dapat menutup permukaan seng, sehingga tidak menyilaukan. Akan tetapi, oleh karena penempatannya yang diletakkan disekujur bukit Candi, sampai ke area teratas, mengakibatkan reklame pada area teratas itu menerima pantulan cahaya matahari yang terbanyak, sehingga menjadi menyilaukan pada siang hari. Hal ini karena kembali kepada sifat dasar logam, yang meskipun telah dicat akan tetapi bila menerima cahaya yang cukup banyak, maka logam tersebut akan merefleksikan cahaya yang diterimanya, 90' ke arah sudut pantul. 77% Responden yang ada, mengatakan bahwa material reklame yang ada di Jl. Pahlawan ini tidak menyilaukan.

d. Isi

Isi dari reklame-reklame ini bervariasi, mulai dari yang mengiklankan produk mobil, perbankan, maupun asuransi. Seluruh responden mengatakan bahwa tidak terlihat adanya hubungan antara isi dari reklame-reklame disana dengan lingkungan sekitarnya.

Demikianlah pembahasan mengenai hal-hal yang berkaitan tentang kualitas keseimbangan reklame yang ada disepanjang penggal jl. Siranda. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan hasil yang diperoleh berdasarkan penilaian responden terhadap faktor-faktor diatas yaitu :

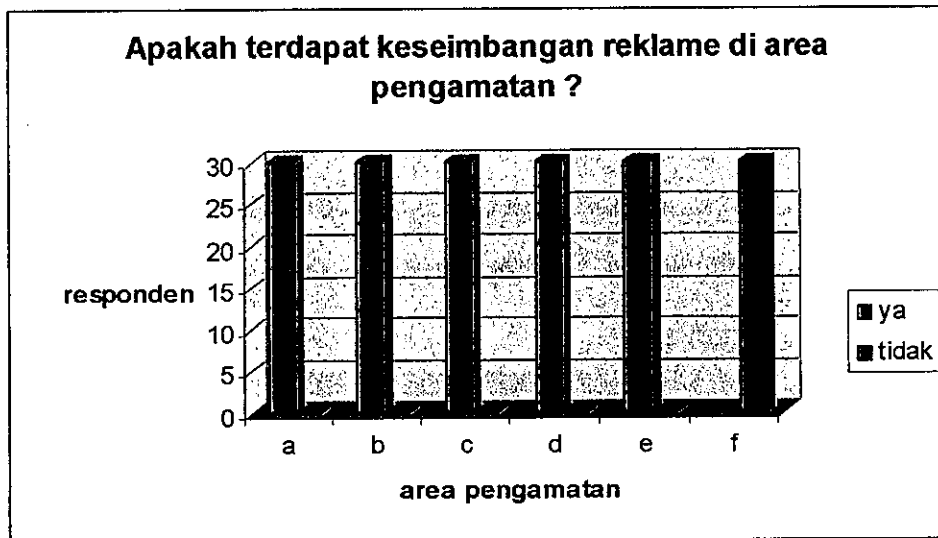


Diagram 5.1. Hasil Pengamatan terhadap kualitas keseimbangan reklame di area penggal jalan Siranda

Rangkuman hasil pengamatan terhadap kualitas keseimbangan reklame di seluruh penggal jalan Siranda :

- a. Area Taman Diponegoro : kualitas keseimbangan reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut.
- b. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : kualitas keseimbangan reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut.
- c. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : kualitas keseimbangan reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut.
- d. Area peninggian jalan : kualitas keseimbangan reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai adanya kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut.
- e. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : kualitas keseimbangan reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai adanya kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut.
- f. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : kualitas keseimbangan reklame ditempat ini tidak baik, seluruh responden setuju mengenai tidak adanya kualitas keseimbangan reklame ditempat tersebut karena terlalu banyaknya reklame yang menghiasi seluruh area.

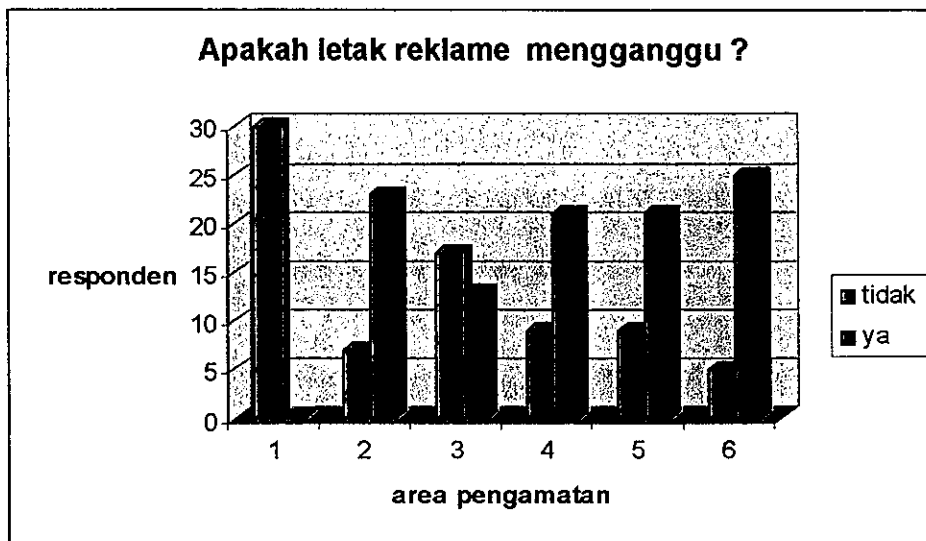


Diagram 5.2. Hasil Pengamatan terhadap letak reklame di area pengamatan penggal jalan Siranda

Rangkuman hasil pengamatan letak reklame di seluruh penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : Letak reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai letak reklame yang tidak mengganggu ditempat tersebut.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : Letak reklame tidak baik, karena reklame ditempat tersebut ada yang hanya dipajang pada pembatas persil membuat kesan kumuh.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : Letak reklame baik, lebih dari separuh responden mengatakan reklame ditempat tersebut perletakannya tidak mengganggu.
4. Area peninggian jalan : Letak reklame tidak baik, lebih dari separuh responden mengatakan reklame ditempat tersebut perletakannya mengganggu.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : Letak reklame tidak baik, lebih dari separuh responden mengatakan reklame ditempat tersebut perletakannya mengganggu.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : Letak reklame tidak baik, sebagian besar responden mengatakan reklame ditempat tersebut perletakannya mengganggu.

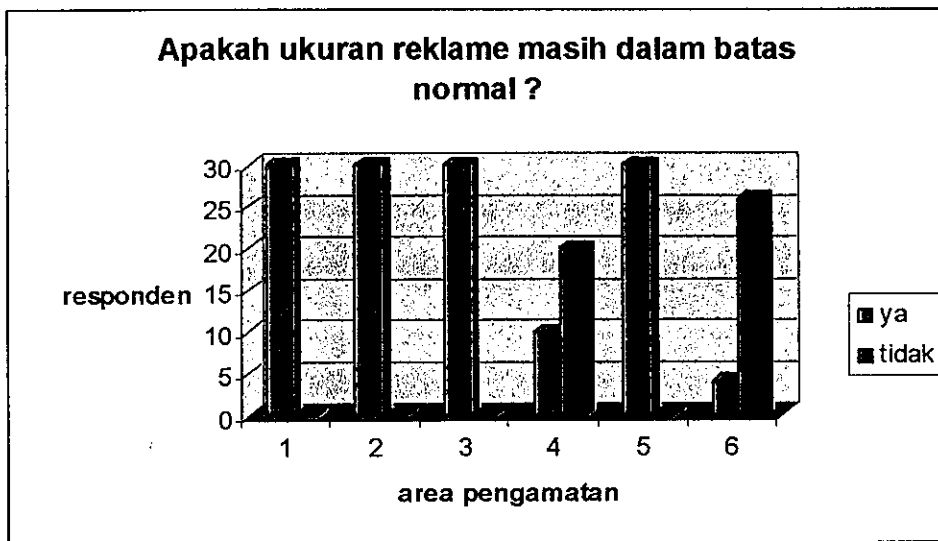


Diagram 5.3. Hasil Pengamatan terhadap ukuran reklame di area pengamatan penggal jalan Siranda

Rangkuman hasil pengamatan terhadap ukuran reklame di seluruh penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : ukuran reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai ukuran reklame yang masih dalam batas normal.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : ukuran reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai ukuran reklame yang masih dalam batas normal.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : ukuran reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai ukuran reklame yang masih dalam batas normal.
4. Area peninggian jalan : ukuran reklame tidak baik, lebih dari separuh responden menyatakan ukuran reklame tidak dalam batas normal.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : ukuran reklame sudah baik, seluruh responden setuju mengenai ukuran reklame yang masih dalam batas normal.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : Ukuran reklame tidak baik, sebagian besar responden mengatakan reklame ditempat tersebut ukurannya berlebihan.

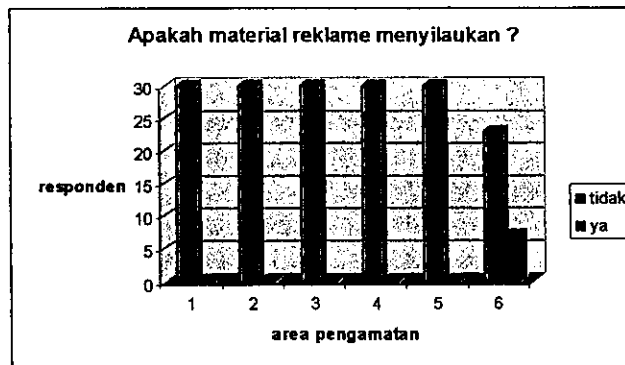


Diagram 5.4. Hasil Pengamatan terhadap penggunaan material reklame di area pengamatan penggal jalan Siranda

Rangkuman hasil pengamatan terhadap material reklame di penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : penggunaan material reklame sudah baik dan tidak menyilaukan, seluruh responden setuju mengenai kualitas material reklame ditempat tersebut.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : penggunaan material reklame sudah baik dan tidak menyilaukan, seluruh responden setuju mengenai kualitas material reklame ditempat tersebut.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : penggunaan material reklame sudah baik dan tidak menyilaukan, seluruh responden setuju mengenai kualitas material reklame ditempat tersebut.
4. Area peninggian jalan : penggunaan material reklame sudah baik dan tidak menyilaukan, seluruh responden setuju mengenai kualitas material reklame ditempat tersebut.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : penggunaan material reklame sudah baik dan tidak menyilaukan, seluruh responden setuju mengenai kualitas material reklame ditempat tersebut.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : penggunaan material reklame sudah baik dan tidak menyilaukan, meskipun ada sebagian kecil responden yang mengatakan bahwa material reklame ditempat tersebut menyilaukan. Hal ini disebabkan faktor letak reklame yang terlalu tinggi sehingga memantulkan lebih banyak sinar ke arah jalan.

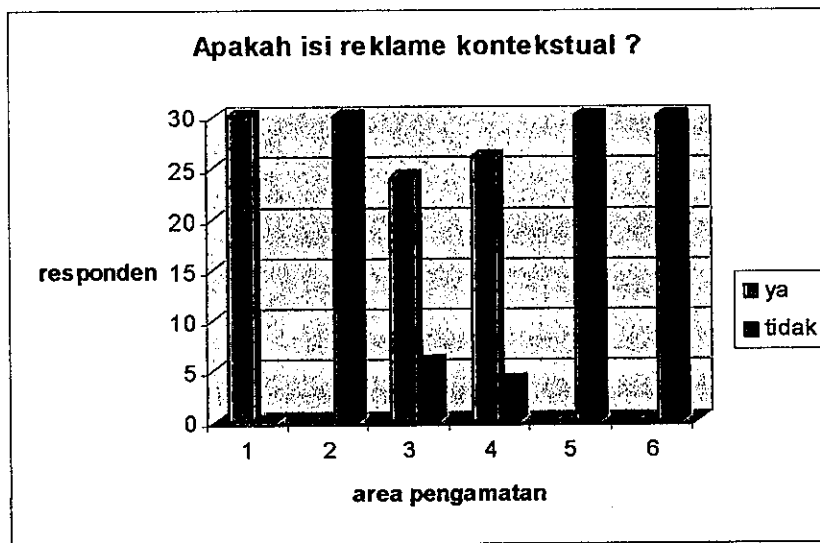


Diagram 5.5. Hasil Pengamatan terhadap isi reklame di area pengamatan penggal jalan
Siranda

Rangkuman hasil pengamatan terhadap isi reklame di seluruh penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : Isi reklame kontekstual, seluruh responden setuju mengenai isi reklame yang berfungsi sebagai ciri / identitas.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : isi reklame tidak kontekstual dengan lingkungan menurut seluruh responden.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : Isi reklame kontekstual, sebagian besar responden setuju mengenai isi reklame yang berfungsi sebagai ciri / identitas.
4. Area peninggian jalan : Isi reklame kontekstual, lebih dari separuh responden menyatakan isi reklame kontekstual dengan lingkungannya.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) isi reklame tidak kontekstual dengan lingkungan menurut seluruh responden.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : isi reklame tidak kontekstual dengan lingkungan menurut seluruh responden.

bangunan komersil dan kesesuaian fungsi bangunan tersebut pada lingkungan area pengamatan, dengan penjelasan mengenai *rating scale* yaitu :

- bila gaya arsitektur bangunan komersial tersebut sesuai lingkungan, maka score area tersebut = 2, jika tidak maka score = 1
- bila fungsi bangunan sebagai sarana komersial sesuai dengan lingkungan, maka score area tersebut = 2, bila tidak maka score = 1

Kondisi bangunan komersial yang ada di area pengamatan ini, secara keseluruhan melihat pada kondisi lapangan maka hanya ada dua bagian area yang mempunyai bangunan komersial, yaitu bangunan komersial di area sekitar Taman Diponegoro, dan yang kedua adalah area pengamatan disekitar *Cafe Vina's House*, dimana terdapat dua buah bangunan diarea tersebut, yaitu Toserba Siranda dan *Vina's House* itu sendiri.

Proses analisis bangunan komersil ini dimaksudkan untuk mendapatkan kesimpulan penelitian, berkaitan dengan pemaknaan terhadap kesesuaian gaya arsitektural dan fungsinya bangunan komersil yang ada di area pengamatan.

5.2.1. Analisis area pengamatan sekitar Taman Diponegoro

Pembahasan tentang bangunan komersial yang ada ditempat ini yaitu bahwa responden sebagian besar mengatakan bahwa bentuk arsitektur bangunan komersial yang terdapat di area sekitar Taman Diponegoro (Ruko Sultan Agung) ini kontekstual dengan lingkungan sekitar. Lebih dari separuh responden mengatakan bahwa fungsi ruko ini sesuai untuk daerah candi. Hasil kuesionernya adalah:

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 31 | Apakah bentuk arsitektur bangunan komersial di kompleks ruko Candi Baru sesuai dengan lingkungan sekitarnya? | 20 | 10 | Score 2= 67 % Score 1= 33 % |
| 32 | Apakah fungsi bangunan komersial tersebut sesuai untuk kawasan Candi? | 16 | 14 | Score 2=53 % Score 1= 47 % |

Tabel 5.9. Hasil kuesioner Bangunan komersil di area sekitar Taman Diponegoro

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Sebagian besar responden (67%) mengatakan bahwa gaya arsitektur bangunan-bangunan ini sesuai –kontekstual- dengan lingkungannya, karena area sekitar Taman Diponegoro ini merupakan area yang berciri kolonial. Meskipun gaya bangunan pada

kompleks pertokoan ini telah mengalami peralihan ke bentuk bangunan modern, akan tetapi dilihat secara keseluruhan terhadap kompleks ruko, konvigurasi bentuk *row mass* untuk keseluruhan ruko komersial ini sudah digunakan ada jaman kolonial.

Dari sisi fungsi, lebih dari separuh responden (53%) mengatakan bahwa fungsi ruko Candi baru ini sesuai untuk lingkungan sekitar Candi. Bangunan komersial, berfungsi sebagai identitas / ciri dari kawasan kolonial, yang masih dapat dilihat terutama pada bangunan komersial sebagai *landmark area* yaitu toko kelontong Tong Hien dan penonjolan *entrance area* dengan pengeksposan gerbang.

Konvigurasi bangunan komersial pada kompleks pertokoan ini disusun dengan bentuk *row mass* (deret), sebagaimana bentuk dari kompleks pertokoan pada umumnya. Gaya bangunan yang ada ditempat ini pada umumnya bangunan modern, karena sifatnya sebagai bangunan fungsional.

Kondisi bangunan-bangunan tersebut masih baik dan terawat, serta dilingkupi oleh pagar pembatas kompleks dengan gerbang masuk yang menonjol, yang dapat dilihat dalam gambar 5.13. Penonjolan *entrance* melalui pengeksposan gerbang masuk kompleks ini merupakan ciri khas kompleks bangunan-bangunan kolonial, seperti dapat dilihat pada bangunan-bangunan komersial ditempat lain.

Pada umumnya bangunan bersifat tertutup, hampir semuanya dilengkapi dengan pengkondisian udara (AC). Pengkondisian udara ini dikarenakan jenis komersial dibidang jasa membutuhkan pelayanan, yang mengutamakan kenyamanan pengunjung didalamnya. Seperti yang terdapat pada bangunan yang digunakan untuk kegiatan perbankan yaitu oleh Bank Mandiri, LippoBank dan BII, kegiatan farmasi yaitu apotek Kimia Farma, Jasa Cuci-Cetak Film yaitu Fuji Image Plaza, dan jasa penyewaan VCD.



Gambar 5.13. *Entrance* Komplek Pertokoan kontekstual dg. Area sekitar
Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Aktivitas komersial dalam ruangan ini dapat dibagi lagi menjadi aktivitas jasa, yaitu aktivitas dalam bentuk pelayanan dan aktivitas jual beli yaitu aktivitas dalam bentuk transaksi barang. Sebagian besar aktivitas komersial yang ada di daerah ini tertuju pada aktivitas di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, jasa makanan dan jasa akomodasi.

Terdapat beberapa eksisting bangunan yang dapat digunakan sebagai penanda – *landmark*- karena keberadaannya dikenali oleh hampir sebagian besar penduduk kota Semarang, bahkan hingga ke luar Semarang, yaitu antara lain toko kelontong Tong-Hien, minimarket yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga alat tulis dan kantor yang sudah cukup lama ada ditempat tersebut. Selain itu ada juga warung Lunpia, yang menyediakan jajanan khas Semarang, Warung Sop Buntut Pak To, dan Warung Jamu Ny. Meneer.

5.2.2. Analisis Area Pengamatan sekitar area cekungan

Pembahasan tentang bangunan komersial yang ada ditempat ini yaitu bahwa responden sebagian besar (73%) mengatakan bahwa bentuk arsitektur bangunan komersial yang terdapat di area cekungan (*Vina's House* dan Toserba Siranda) ini tidak kontekstual dengan lingkungan sekitar, sedangkan perbandingan antara responden yang mengatakan bahwa fungsi toserba dan café sesuai untuk daerah candi dan tidak sesuai adalah sebanding (50%-50%). Hasil kuesionernya adalah:

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 33 | Apakah bentuk arsitektur bangunan komersial <i>Vina's House</i> dan Toserba Siranda sesuai dengan lingkungan sekitarnya? | 8 | 22 | Score 2= 27 % Score 1= 73 % |
| 34 | Apakah fungsi kedua bangunan komersial tersebut sesuai untuk kawasan Candi? | 15 | 15 | Score 2=50 % Score 1= 50 % |

Tabel 5.10. Hasil kuesioner bangunan komersil di area sekitar Taman Diponegoro

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Sebagian besar responden mengatakan bahwa bentuk arsitektur bangunan komersial *Vina's House* dan Toserba Siranda ini tidak cocok dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini diakibatkan karena kedua bangunan tersebut bergaya modern, sedangkan bangunan-bangunan yang ada di kawasan Candi pada umumnya berciri

Sebagian besar responden (67%) mengatakan bahwa gaya arsitektur bangunan-bangunan ini sesuai –kontekstual- dengan lingkungannya, karena area sekitar Taman Diponegoro ini merupakan area yang berciri kolonial. Meskipun gaya bangunan pada kompleks pertokoan ini telah mengalami peralihan ke bentuk bangunan modern, akan tetapi dilihat secara keseluruhan terhadap kompleks ruko, konfigurasi bentuk *row mass* untuk keseluruhan ruko komersial ini sudah digunakan ada jaman kolonial.

Dari sisi fungsi, lebih dari separuh responden (53%) mengatakan bahwa fungsi ruko Candi baru ini sesuai untuk lingkungan sekitar Candi. Bangunan komersial, berfungsi sebagai identitas / ciri dari kawasan kolonial, yang masih dapat dilihat terutama pada bangunan komersial sebagai *landmark* area yaitu toko kelontong Tong Hien dan penonjolan *entrance* area dengan pengeksposan gerbang.

Konfigurasi bangunan komersial pada kompleks pertokoan ini disusun dengan bentuk *row mass* (deret), sebagaimana bentuk dari kompleks pertokoan pada umumnya. Gaya bangunan yang ada ditempat ini pada umumnya bangunan modern, karena sifatnya sebagai bangunan fungsional.

Kondisi bangunan-bangunan tersebut masih baik dan terawat, serta dilindungi oleh pagar pembatas kompleks dengan gerbang masuk yang menonjol, yang dapat dilihat dalam gambar 5.13. Penonjolan *entrance* melalui pengeksposan gerbang masuk kompleks ini merupakan ciri khas kompleks bangunan-bangunan kolonial, seperti dapat dilihat pada bangunan-bangunan komersial ditempat lain.

Pada umumnya bangunan bersifat tertutup, hampir semuanya dilengkapi dengan pengkondisian udara (AC). Pengkondisian udara ini dikarenakan jenis komersial dibidang jasa membutuhkan pelayanan, yang mengutamakan kenyamanan pengunjung didalamnya. Seperti yang terdapat pada bangunan yang digunakan untuk kegiatan perbankan yaitu oleh Bank Mandiri, LippoBank dan BII, kegiatan



Gambar 5.13. *Entrance* Komplek Pertokoan kontekstual dg. Area sekitar
Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Aktivitas komersial dalam ruangan ini dapat dibagi lagi menjadi aktivitas jasa, yaitu aktivitas dalam bentuk pelayanan dan aktivitas jual beli yaitu aktivitas dalam bentuk transaksi barang. Sebagian besar aktivitas komersial yang ada di daerah ini tertuju pada aktivitas di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, jasa makanan dan jasa akomodasi.

Terdapat beberapa eksisting bangunan yang dapat digunakan sebagai penanda – *landmark*- karena keberadaannya dikenali oleh hampir sebagian besar penduduk kota Semarang, bahkan hingga ke luar Semarang, yaitu antara lain toko kelontong Tong-Hien, minimarket yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga alat tulis dan kantor yang sudah cukup lama ada di tempat tersebut. Selain itu ada juga warung Lumpia, yang menyediakan jajanan khas Semarang, Warung Sop Buntut Pak To, dan Warung Jamu Ny. Meneer.

5.2.2. Analisis Area Pengamatan sekitar area cekungan

Pembahasan tentang bangunan komersial yang ada di tempat ini yaitu bahwa responden sebagian besar (73%) mengatakan bahwa bentuk arsitektur bangunan komersial yang terdapat di area cekungan (*Vina's House* dan Toserba Siranda) ini tidak kontekstual dengan lingkungan sekitar, sedangkan perbandingan antara responden yang mengatakan bahwa fungsi toserba dan café sesuai untuk daerah candi dan tidak sesuai adalah sebanding (50%-50%). Hasil kuesionernya adalah:

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 33 | Apakah bentuk arsitektur bangunan komersial <i>Vina's House</i> dan Toserba Siranda sesuai dengan lingkungan sekitarnya? | 8 | 22 | Score 2= 27 % Score 1= 73 % |
| 34 | Apakah fungsi kedua bangunan komersial tersebut sesuai untuk kawasan Candi? | 15 | 15 | Score 2=50 % Score 1= 50 % |

Tabel 5.10. Hasil kuesioner bangunan komersial di area sekitar Taman Diponegoro

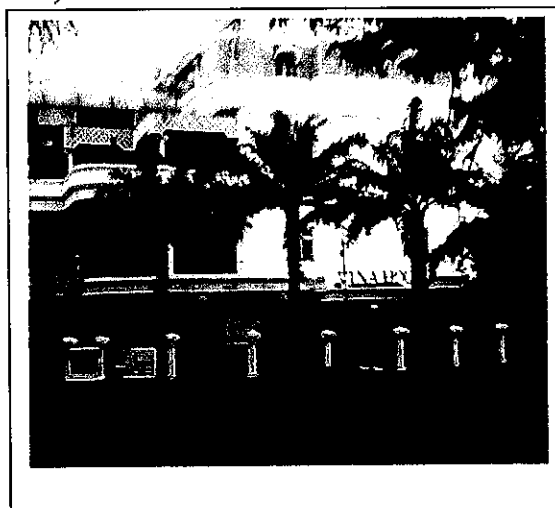
Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Sebagian besar responden mengatakan bahwa bentuk arsitektur bangunan komersial *Vina's House* dan Toserba Siranda ini tidak cocok dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini diakibatkan karena kedua bangunan tersebut bergaya modern, sedangkan bangunan-bangunan yang ada di kawasan Candi pada umumnya berciri

Sebagian besar responden mengatakan bahwa bentuk arsitektur bangunan komersial *Vina's House* dan *Toserba Siranda* ini tidak cocok dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini diakibatkan karena kedua bangunan tersebut bergaya modern, sedangkan bangunan-bangunan yang ada di kawasan Candi pada umumnya berciri colonial. Sedangkan dilihat dari kecocokan fungsinya terhadap lingkungan sekitar, perbandingan antara responden yang menjawab ya dan tidak ini sama berarti bahwa responden belum melihat kedua bangunan komersial tersebut mempunyai efek negatif terhadap perkembangan kawasan Candi dimasa depan.

Kehadiran bangunan dari suatu tempat mempengaruhi emosi dan aktivitas manusia, dapat membangun pribadi, kehidupan sosial dan budaya masyarakat tersebut. Hal yang sama dirasakan pada area pengamatan kali ini, dimana kemunculan bangunan *Café Vina's House* beberapa tahun yang lalu, memberikan 'sentuhan' terhadap perkembangan kota dan lingkungan disekitarnya. Area yang pada awalnya hanya merupakan akses jalan menuju kearah tujuan berikutnya, kini berubah menjadi salah satu *Marks* area Siranda (gambar 5.1.6.).

Dengan munculnya *Vina's House* ini, tak lama kemudian lingkungan disekitar café tersebut menjadi semarak dengan dipasangnya berbagai reklame, yang hampir semuanya merupakan *advertisement* dari produk rokok. Para produsen rokok ini menampilkan iklan-iklan mereka disekitar wilayah Siranda tersebut, berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan nilai '*branded*' atau nilai merek dari rokok yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan tersebut.



Gambar 5.16. Bentuk arsitektural *Cafe Vina's House* tidak kontekstual dengan lingkungan sekitar
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Seperti yang diketahui, bahwa nilai jual suatu produk dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu (1) faktor *branded*, (2) faktor mutu / kualitas dan (3) faktor harga. Dari ketiga faktor tersebut, nilai jual untuk produk rokok yang ada di

Indonesia, terutama dipengaruhi oleh faktor *branded* / merek (Hermawan Kertajaya, dialog interaktif di radio Pass Fm.).

Café Vina's House ini sendiri dipilih oleh para produsen rokok, karena tempat tersebut merupakan tempat hiburan / *entertainment*, dimana ditempat tersebut sering digunakan untuk pertunjukan-pertunjukan musik dan acara-acara hiburan lainnya. Para produsen rokok, melihat 'potensi' ini sebagai suatu kesempatan untuk meningkatkan nilai jual / *image* dari produk rokok mereka, karena rokok merupakan salah satu komoditas dengan pangsa pasar terbesar yaitu pada dunia *entertainment*.

Melihat sejarahnya, pada awalnya hanya ada sebuah aktivitas komersial di area ini yaitu 'Toko Siranda', yang pada awalnya hanya berwujud sebuah toko kecil yang menjual barang-barang kelontong. Letaknya yang strategis pada salah satu bagian karakter lanskap Siranda, ditambah keberadaannya sebagai satu-satunya toko yang ada di kawasan tersebut, ruang parkir yang luas dengan jalur manuver dimana kendaraan dapat masuk kedalam ruang parkir dengan *smooth*, dan kelengkapan isi toko diikuti harga yang bersaing, membuat toko Siranda ini senantiasa ramai dengan pengunjung sepanjang hari.

Toko ini kemudian mengalami renovasi dan berkembang menjadi bangunan bertingkat, dengan ruang-ruang parkir yang diperlebar. Selain itu, ruang-ruang didalam bangunannya pun ditambah secara vertikal (dengan menambah lantai bangunan) dan diperlengkap dengan retail-retail penunjang dan mesin ATM.



Gambar 5.17. Toko Siranda fungsinya sesuai dengan lingkungan Candi
Sumber : Hasil Analisis Peneliti

Perkembangan toko Siranda ini sendiri dilakukan tidak lama setelah munculnya bangunan *Café Vina's House*, yang kemudian menambah semarak aktivitas komersial yang ada di area pengamatan ini, sehingga area ini berkembang menjadi *Marks* / penanda baru di area Candi, khususnya penggal jalan Siranda Fungsi toserba ini dianggap sesuai dengan lingkungan Candi (gambar 5.17.).

Demikianlah pembahasan mengenai hal-hal yang berkaitan tentang bangunan komersial yang ada disepanjang penggal jl. Siranda. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan hasil yang diperoleh berdasarkan penilaian responden terhadap dua faktor bangunan komersial, berkaitan tentang bentuk arsitektur dan fungsi bangunan-bangunan komersial diatas yaitu :

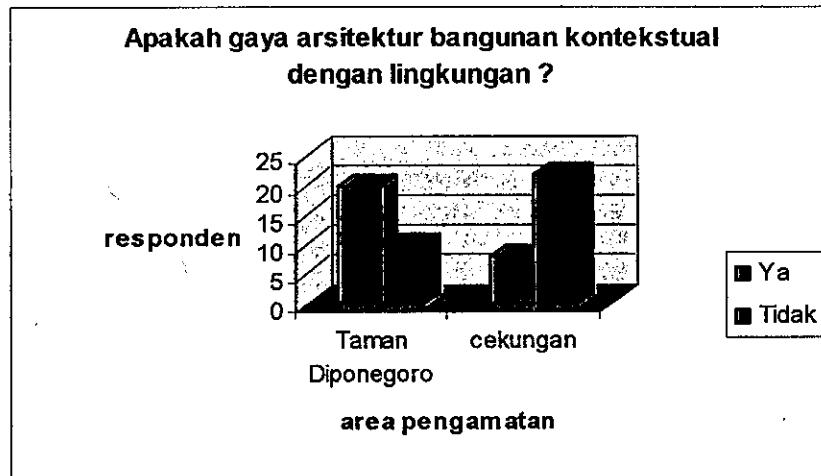


Diagram 5.7. Hasil pengamatan terhadap kesesuaian gaya arsitektur bangunan komersial di area pengamatan penggal jalan Siranda

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Rangkuman hasil pengamatan terhadap kesesuaian gaya arsitektur bangunan komersial di seluruh penggal jalan Siranda :

- a. Area Taman Diponegoro : Gaya arsitektur ruko Candi baru dinilai masih kontekstual, sebagai ciri / identitas kawasan kolonial.
- b. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : Gaya arsitektur bangunan cafe dan toserba dinilai tidak kontekstual, sebagian besar responden mengatakan bahwa kedua bangunan mempunyai ciri modern, yang bertolakbelakang dengan gaya bangunan-bangunan disekitarnya yang umumnya berlanggam arsitektur kolonial .

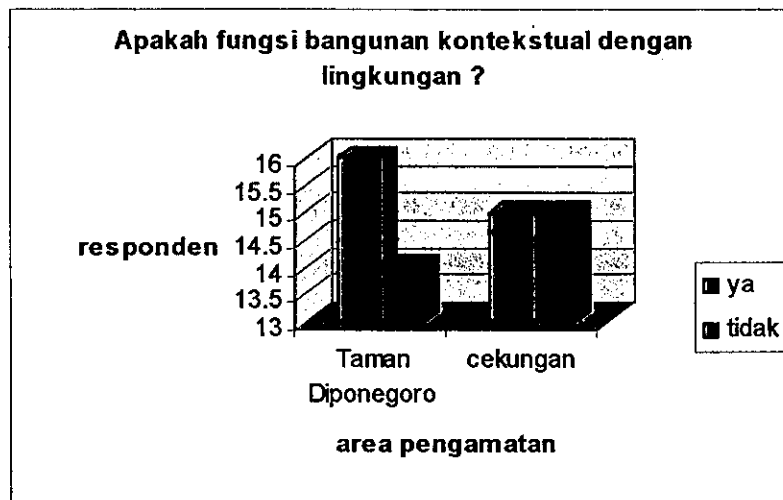


Diagram 5.8. Hasil pengamatan terhadap kesesuaian fungsi bangunan komersial di area pengamatan penggal jalan Siranda

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Rangkuman hasil pengamatan terhadap kesesuaian fungsi bangunan komersial di seluruh penggal jalan Siranda :

- c. Area Taman Diponegoro : fungsi ruko Candi baru dinilai masih kontekstual untuk diletakkan dikawasan Candi.
- d. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : Fungsi bangunan yaitu sebagai cafe dan toserba dinilai kontekstual, yang berarti bahwa kedua bangunan tersebut belum menjadi persoalan yang mengkhawatirkan terhadap keberadaan seluruh kawasan Candi.

5.3. Analisis Bentuk Topografi Ruang Terbuka

analisis terhadap kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ini dilakukan dengan observasi di lapangan terhadap kekhasan bentuk topografi ruang terbuka dan elemen pendukung lansekap yang ada di lingkungan area pengamatan, dengan penjelasan mengenai *rating scale* yaitu :

- bila terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- diarea tersebut, maka *score* area tersebut = 2, jika tidak maka *score* = 1
- bila terdapat elemen pendukung lansekap -seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- diarea tersebut, maka *score* area tersebut = 2, bila tidak maka *score* = 1

5.3.1. Analisis bentuk topografi ruang terbuka di sekitar Taman Diponegoro

Menurut responden, penilaian terhadap bentuk topografi ruang terbuka di area pengamatan Taman Diponegoro ini adalah bahwa sebagian besar (77%) setuju bahwa terdapat kekhasan bentuk topografi ruang berupa taman dan pulau jalan. Selain itu, seluruh responden setuju bahwa terdapat elemen pendukung lansekap ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai bentuk topografi ruang terbuka diarea sekitar taman Diponegoro tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 35 | Apakah terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- diarea tersebut? | 23 | 7 | Score 2= 77 % Score 1= 23 % |
| 36 | Apakah terdapat elemen pendukung lansekap - seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- diarea tersebut? | 30 | 0 | Score 2=100 % Score 1= 0 |

Tabel 5.13. Hasil kuesioner bentuk topografi rg. terbuka area Taman Diponegoro

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Ruang terbuka (*open space*) yang ada pada karakter lansekap penggal Jalan Diponegoro ini adalah taman Diponegoro (gambar 5.18.), yang berbentuk taman ditengah-tengah sirkulasi penggal Jalan. Letak taman ini

ditinggikan, sehingga dari jalan keberadaan taman tersebut dan elemen pendukung lanskap didalamnya tidak begitu terlihat dengan jelas. Taman diponegoro ini sebenarnya berfungsi sebagai taman aktif, akan tetapi karena *lay-out*nya berada ditengah-tengah sirkulasi arus lalu-lintas, maka taman ini hanya menjadi taman pasif.

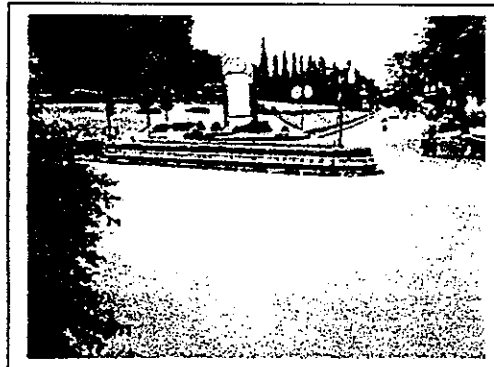
Selain taman, terdapat juga *open space* beberapa pulau jalan diarea ini yang berfungsi juga sebagai pemecah arus sirkulasi. Terdapat beberapa elemen lanskap ditempat tersebut, antara lain *scenery* berupa jam, pohon dan rambu-rambu lalu lintas (gambar 5.19).

Pulau jalan sebagai pemecah arus sirkulasi juga berfungsi dengan baik, terbukti dengan teraturnya sirkulasi kendaraan yang lewat ditempat tersebut. Boleh dikatakan hampir tidak pernah ditemui adanya kemacetan lalu-lintas yang disebabkan oleh kesalahan dalam perletakan ruang-ruang luar dan elemen *street furniture*nya.

Elemen pendukung lanskap berupa jalur sirkulasi pada area pengamatan Taman Diponegoro ini polanya cukup jelas, dengan tipe *radial-concentric* atau menyebar menuju ke berbagai arah sirkulasi, dengan pusat orientasi pada taman Diponegoro (gambar 5.20). Taman disini selain berfungsi sebagai central, juga merupakan *mark* terhadap kawasan disekitarnya. Orang dapat mengenali taman Diponegoro dengan baik karena penempatannya yang

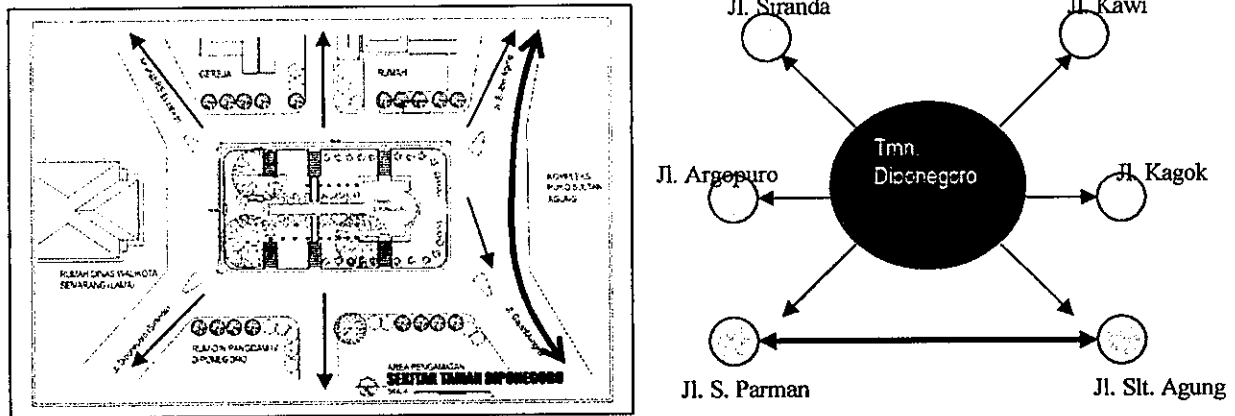


Gambar 5.18. Taman sesuai dengan kekhasan bentuk topografi
Sumber : hasil analisis Peneliti



Gambar 5.19. pulau jalan merupakan kekhasan ruang terbuka
Sumber Hasil analisis Peneliti

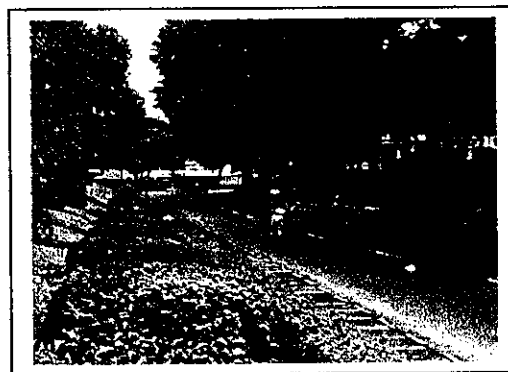
kelas, dengan skala ukuran yang cukup besar terhadap lingkungan disekitarnya.



Gambar 5.20. Pola Sirkulasi Area Pengamatan

Sumber: Hasil Analisis Peneliti

Jalur-jalur yang terbanyak dilalui oleh kendaraan yang lewat adalah menuju kearah Jl. Siranda, Jl. S. Parman, Jl. Sultan Agung dan Jl. Kawi, sedangkan Jl. Kagok dan Jl Argopuro tidak terlalu banyak dilalui oleh kendaraan karena *ending* dari kedua jalan tersebut hanya menuju ke kompleks hunian, bukan kearah tujuan berikutnya.



Gambar 5.21. Terdapat elemen pendukung lanskap berupa jajaran vegetasi dikedua sisi bahu jalan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Elemen pendukung lanskap lainnya yang terdapat di aera pengamatan taman Diponegoro ini adalah kekhasan kelompok vegetasi (gambar 5.21), yang diatur berjajar disepanjang kedua sisi bahu jalan. Jajaran vegetasi tersebut membentuk suasana *enclosure*, dan juga membuat suasana disekitar menjadi teduh dan nyaman dilalui kendaraan. Selain itu, vegetasi peneduh juga berfungsi sebagai penyaring emisi gas buang dari kendaraan bermotor yang lewat, terutama di siang hari.

5.3.2. Analisis bentuk topografi ruang terbuka di sekitar jl. Sindoro-jl. Tambora

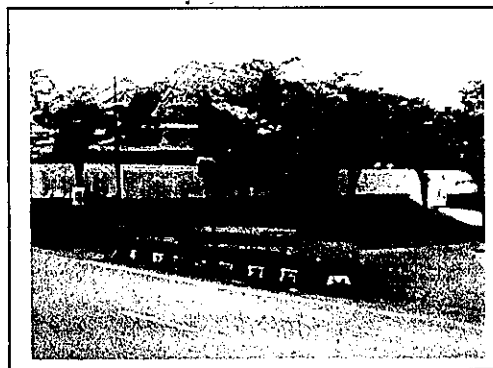
Penilaian terhadap bentuk topografi ruang terbuka di area pengamatan jl. Sindoro-jl Tambora berdasarkan pendapat responden yaitu bahwa sebagian besar (63%) tidak setuju bahwa terdapat kekhasan bentuk topografi. Akan tetapi, seluruh responden setuju bahwa terdapat elemen pendukung lanskap ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai bentuk topografi ruang terbuka diarea sekitar jl. Sindoro-jl Tambora tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 37 | Apakah terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- diarea tersebut? | 11 | 19 | Score 2= 37 % Score 1= 63 % |
| 38 | Apakah terdapat elemen pendukung lanskap - seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- diarea tersebut? | 30 | 0 | Score 2=100 % Score 1= 0 |

Tabel 5.14. Hasil kuesioner bentuk topografi ruang terbuka yang ada di area sekitar jl. Sindoro-jl Tambora

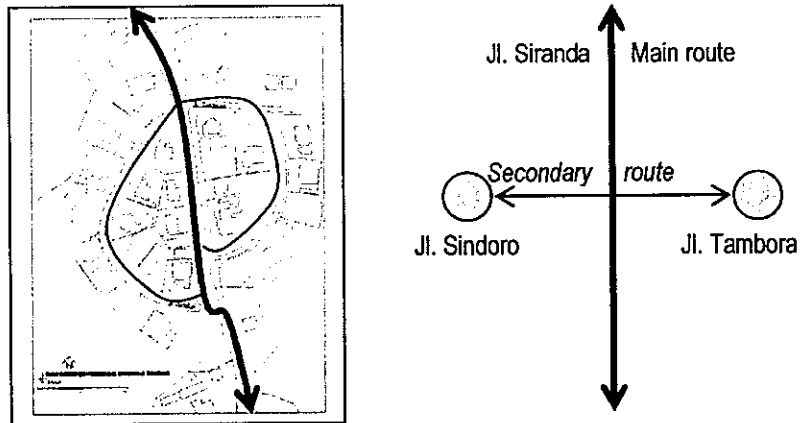
Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Kekhasan bentuk ruang terbuka tidak banyak ditemui ditempat ini. Perbukitan, lereng, dan kekhasan lainnya tidak dijumpai, dan juga kekhasan tersebut tidak terlihat dari arah jalan Siranda. Ruang-ruang terbuka yang ada sebagian besar merupakan area privat dari rumah-rumah yang ada disekitar area ini. Terdapat beberapa pulau jalan, yang berfungsi sebagai pemecah sirkulasi menuju ke arah jl. Tambora dan jl. Sindoro (gambar 5.22).



Gambar 5.22. Terdapat kekhasan topografi berupa pulau jalan
Sumber : analisis Peneliti

Kekhasan elemen pendukung lanskap, yang salah satunya berwujud penggal jalan Tambora dan jl. Sindoro sebagai daerah persimpangan ini tidak menimbulkan problem terhadap arus sirkulasi disepanjang penggal jalan ini, karena kedua jalan tersebut hanya merupakan akses menuju hunian-hunian yang ada didalamnya.



Gambar 5.23. Pola jalur sirkulasi area pengamatan Sindoro-Tambora

Sumber : Hasil Analisis Peneliti

Elemen pendukung lanskap yang ada diarea ini berwujud kelompok vegetasi peneduh, yang terletak berjajar dikedua sisi bahu jalan. Vegetasi ini berfungsi sebagai peneduh, membuat aera tersebut menjadi nyaman untuk berkendara. Jajaran vegetasi tersebut juga berfungsi sebagai penyaring emisi gas buang kendaraan bermotor yang lewat (gambar 5.24).



Gambar 5.24. Jalur sirkulasi yang tidak tertata dengan baik
Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.3.3. Analisis bentuk topografi ruang terbuka di area Cekungan

Penilaian terhadap bentuk topografi ruang terbuka di area cekungan (sekitar *Vina's House*) ini adalah berdasarkan pendapat responden,

sebagian besar (73%) setuju bahwa terdapat kekhasan bentuk topografi. Dan juga, seluruh responden setuju bahwa terdapat elemen pendukung lanskap ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai bentuk topografi ruang terbuka diarea cekungan (sekitar *Vina's House*) tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 39 | Apakah terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- diarea tersebut? | 23 | 7 | Score 2= 77 % Score 1= 23 % |
| 40 | Apakah terdapat elemen pendukung lanskap - seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- diarea tersebut? | 30 | 0 | Score 2=100 % Score 1= 0 |

Tabel 5.15. Hasil kuesioner bentuk topografi ruang terbuka yang ada di area cekungan (sekitar *Vina's House*)

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

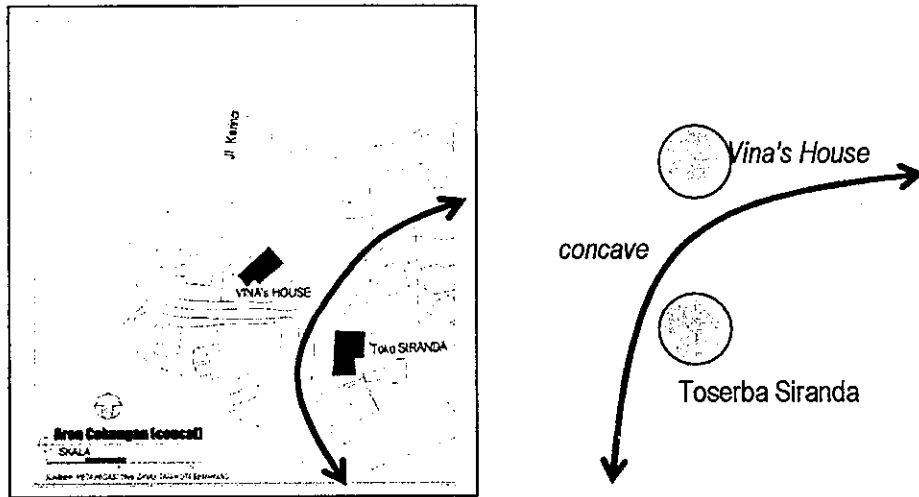
Responden sebagian besar sependapat bahwa terdapat kekhasan topografi ruang terbuka di area ini. Kekhasan bentuk topografi ruang terbuka pada area cekungan ini dapat dilihat pada variasi bentuk kemiringan lahan yang ada dikedua sisi jalan, terutama pada lahan yang berada disekitar bangunan komersial *Vina's House*. Variasi ini membentuk suasana perbukitan terhadap seluruh kawasan Candi (gambar 5.25).



Gambar 5.25. Terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka berupa variasi ketinggian lahan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Penggal jalan Siranda sebagai salah satu elemen pendukung lanskap, merupakan akses menuju ke masing-masing bangunan yang terdapat pada karakter landscape. Berdasarkan hasil pengamatan, jalan mencekung ini

berpotensi sebagai *vocal point* pada karakter lanskap di Pola sirkulasi jalan yang mencekung ini dapat dilihat pada gambar 5.26.



Gambar 5.26. Pola jalur sirkulasi yang membentuk cekungan

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Selain itu, terdapat kekhasan elemen pendukung lanskap lainnya berupa vegetasi peneduh. Vegetasi ini ada yang sengaja diletakkan disekitar bagian bahu jalan, dan adapula yang telah tumbuh sejak lama. Kebanyakan vegetasi yang ada berupa pohon randu, beberapa diantaranya merupakan pohon tertua yang masih tersisa di Semarang (gambar 5.27).



Gambar 5.27. Terdapat kekhasan elemen pendukung lanskap berupa deretan pohon randu
Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.3.4. Analisis bentuk topografi ruang terbuka di area Peninggian Jalan

Penilaian terhadap bentuk topografi ruang terbuka di area peninggian jalan ini adalah berdasarkan pendapat responden, sebagian besar (73%) tidak setuju bahwa terdapat kekhasan bentuk topografi. Akan tetapi,

seluruh responden setuju bahwa terdapat elemen pendukung lanskap ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai bentuk topografi ruang terbuka diarea peninggian jalan tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|---|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 41 | Apakah terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- diarea tersebut? | 7 | 23 | Score 2= 23 % Score 1= 77 % |
| 42 | Apakah terdapat elemen pendukung lanskap - seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- diarea tersebut? | 30 | 0 | Score 2=100 % Score 1= 0 |

Tabel 5.16. Hasil kuesioner bentuk topografi ruang terbuka yang ada di area peninggian jalan

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Responden sebagian besar (77%) tidak melihat, ataupun tidak begitu memperhatikan adanya kekhasan bentuk topografi ditempat ini. Hal tersebut disebabkan karena bentuk jalan yang lurus, sehingga pengendara cenderung untuk lebih memfokuskan perhatian pada jalan didepannya.

Sebenarnya, terdapat kekhasan topografi khususnya pada kedua sisi jalan. Dari sisi ini terlihat *view* berupa deretan rumah-rumah yang ada diperbukitan Candi dan sekitarnya (gambar 5.28). Rumah-rumah tersebut membentuk pola cluster yang berkelompok mengikuti kelerengn kontur perbukitan.

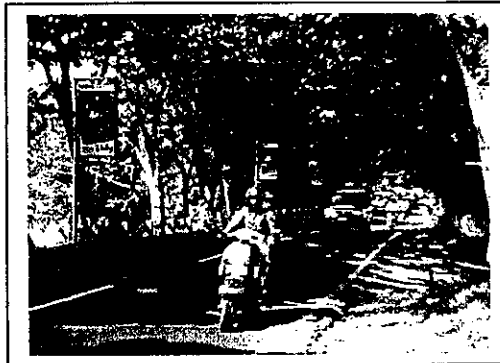


Gambar 5.28. Terdapat kekhasan topografi kontur perbukitan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Peninggian penggal jalan yang mengikuti kekhasan karakter lanskap pada area pengamatan menyebabkan bentukan massa bangunan yang terdapat didalam karakter lanskap tersebut tidak begitu terlihat dengan jelas dari atas (dari bagian penggal jalan). Bangunan-bangunan yang ada pada

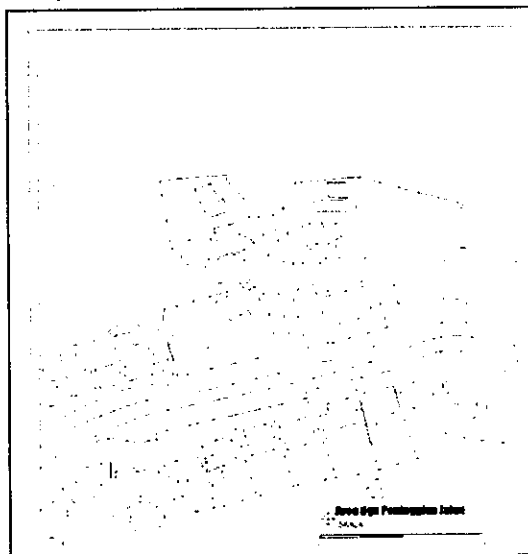
karakter lanskap tersebut pada umumnya masih merupakan artefak hunian yang dibangun dalam langgam gaya colonial.

Responden seluruhnya sependapat mengenai elemen pembentuk lanskap, bahwa hal yang ditemui disini adalah pola jalan yang lurus dan adanya deretan vegetasi peneduh yang ikut membentuk suasana koridor (gambar 5.28).

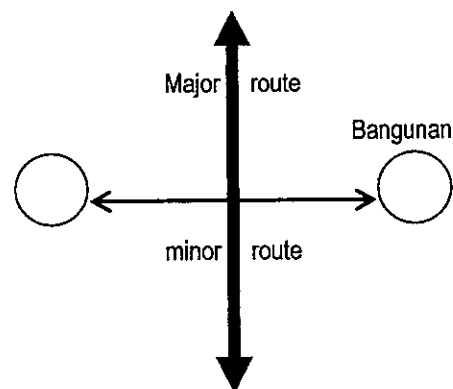


Gambar 5.28. terdapat elemen pendukung lanskap berupa jejeran pohon randu
Sumber: analisis Peneliti

Pada dasarnya, terdapat dua jenis jalur sirkulasi di area pengamatan ini, yaitu jalur sirkulasi utama (*mayor route*) untuk akses disepanjang penggal jalan Siranda, dan jalur-jalur sirkulasi pendukung (*minor routes*) sebagai akses menuju masing-masing bangunan. (gambar 5.29. dan 5.30)



Gambar 5.29. Peta jalur sirkulasi area peninggian jalan
Sumber : Hasil analisis Peneliti



Gambar 5.30. Tipe sirkulasi pada area pengamatan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.3.5. Analisis bentuk topografi ruang terbuka di area Cembungan

Menurut responden, penilaian terhadap bentuk topografi ruang terbuka di area cekungan (sekitar reservoir Siranda) ini adalah bahwa sebagian besar (93%) setuju bahwa terdapat kekhasan bentuk topografi ruang berupa taman dan pulau jalan. Selain itu, seluruh responden setuju bahwa terdapat elemen pendukung lanskap ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai bentuk topografi ruang terbuka di area cembungan (sekitar reservoir Siranda) tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|-------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 43 | Apakah terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- di area tersebut? | 28 | 2 | Score 2= 93 % Score 1= 7 % |
| 44 | Apakah terdapat elemen pendukung lanskap - seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- di area tersebut? | 30 | 0 | Score 2=100 % Score 1= 0 |

Tabel 5.17. Hasil kuesioner bentuk topografi ruang terbuka yang ada di area cembungan (sekitar reservoir Siranda)

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Responden sebagian besar sependapat bahwa terdapat kekhasan topografi ruang terbuka di area ini. Kekhasan bentuk topografi ruang terbuka pada area cembungan ini dapat dilihat pada variasi bentuk kemiringan lahan yang ada di kedua sisi jalan, terutama pada lahan yang berada disekitar bangunan reservoir Siranda (gambar 5.31).



Gambar 5.31. terdapat kekhasan bentuk topografi berwujud variasi bentuk kemiringan lahan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Pada area pengamatan bagian ini, yang merupakan daerah cembungan (*convex*), mempunyai *vocal point* yaitu reservoir Siranda. Variasi ini membentuk suasana perbukitan terhadap seluruh kawasan Candi

Tidak ditemui adanya ruang terbuka publik pada area pengamatan ini. Ruang-ruang terbuka yang ada hanyalah halaman depan dari masing-masing hunian yang ada ditempat tersebut, dan *reservoir* (gambar 5.32.). Kondisi halaman depan ini mempunyai perbedaan dibandingkan dengan kondisi pada daerah pengamatan sebelumnya menyangkut luas lahan yang ada.

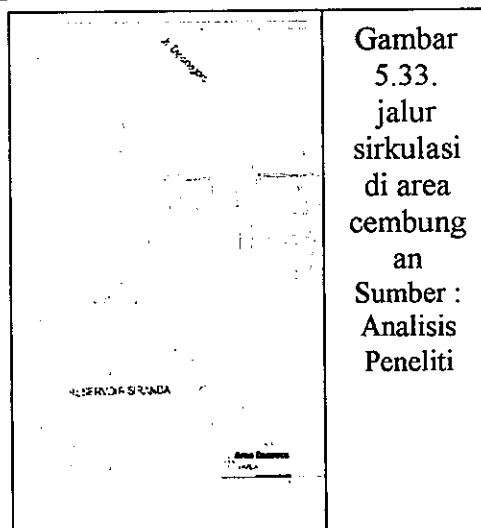


Gambar 5.32. Bangunan Reservoir Siranda sesuai dengan kekhasan bentuk topografi
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Hal ini berdasarkan tipologi bentukan karakter lanskap yang ada ditempat tersebut sangat bervariasi mengikuti alur topografi. Ketidakterdapatnya ruang publik di area ini disebabkan karena bentukan lahannya yang berlereng mengikuti topografi sehingga sulit untuk membentuk suatu tanah yang datar. Penggal jalan berfungsi sebagai suatu *linkage* kawasan.

Responden seluruhnya mengatakan bahwa terdapat kekhasan elemen pendukung lanskap diarea ini. Elemen ruang kota yang ada ditempat tersebut berwujud elemen vegetasi peneduh yang diletakkan pada kedua sisi jalan, bentukan jalan yang mencembung dan elemen *signages* dalam bentuk *advertising signs*.

Jalur sirkulasi pada area pengamatan ini hanya ada satu buah dalam bentuk alur kendaraan dua arah dari Semarang bawah menuju kota atas dan sebaliknya. Model alur ini berbentuk *organic-linear*, mengikuti kelerengan bukit Siranda dengan penataan massa bangunan disepanjang kedua sisi jalan tersebut (gambar 5.33).



Gambar 5.33. jalur sirkulasi di area cembungan
Sumber : Analisis Peneliti

Sedangkan vegetasi peneduh, sepertihalnya tempat-tempat lain yang ada dikawasan Candi, kebanyakan diisi oleh elemen peneduh berwujud jajaran pohon-pohon randu, yang ikut meningkatkan suasana teduh terhadap lingkungan disekitarnya.

5.3.6. Analisis bentuk topografi ruang terbuka di sekitar perempatan jl.

Pahlawan

Penilaian responden terhadap bentuk topografi ruang terbuka di sekitar perempatan jl. Pahlawan ini adalah bahwa seluruhnya setuju bahwa terdapat kekhasan bentuk topografi ruang berupa taman dan pulau jalan. Selain itu, seluruh responden juga setuju bahwa terdapat elemen pendukung lanskap ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai bentuk topografi ruang terbuka sekitar perempatan jl. Pahlawan tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Presentase |
|----|---|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 45 | Apakah terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka -seperti dataran tinggi, perbukitan, taman, dll- diarea tersebut? | 30 | 0 | Score 2= 100 % Score 1= 0 |
| 46 | Apakah terdapat elemen pendukung lanskap - seperti lekukan jalan, sungai, dan kelompok vegetasi- diarea tersebut? | 30 | 0 | Score 2=100 % Score 1= 0 |

Tabel 5.18. Hasil kuesioner bentuk topografi ruang terbuka yang ada di sekitar perempatan jl. Pahlawan

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

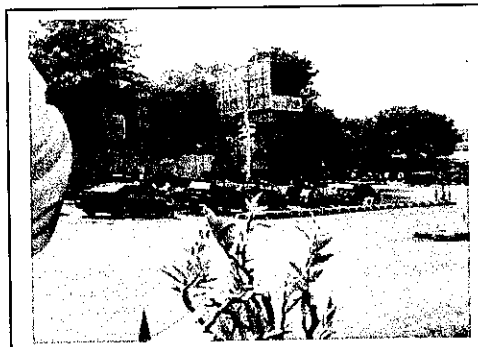
Sebagai titik area pertemuan antara arus sirkulasi antara kota Semarang bawah dan kota Semarang atas, area perempatan ini juga telah terkena oleh dampak perkembangan kota Semarang bawah khususnya kawasan Simpang Lima sebagai kawasan CBD pusat aktivitas komersial. Ditambah lagi, area ini merupakan pintu gerbang (*main entrance*) menuju jl. Pahlawan, sebagai koridor jalan utama pendukung visual utama bagi kawasan Simpang Lima Semarang (Sujono, 2002:146).

Perempatan Jl. Pahlawan ini, selain merupakan akhiran (*ending path*) dari penggal jalan Siranda, sebagai pemecah arus pergerakan menuju ke berbagai tempat di kota Semarang. Di tempat inilah terjadi pertemuan arus sirkulasi berbagai moda transportasi sebagai salah satu akses jalan utama antara kota 'Semarang Bawah' dan kota 'Semarang Atas'. Area ini merupakan simpul pertemuan dari empat penggal Jalan, yaitu Penggal jalan Siranda dengan karakteristik lansekapnya yang khas, Penggal jalan Pahlawan yang saat ini berkembang menjadi koridor jalan utama menuju kawasan Simpang Lima, serta penggal jalan Veteran dan penggal jalan Sriwijaya yang berkembang sebagai kawasan campuran

Responden seluruhnya mengatakan bahwa bentuk topografi area ini khas. Hal tersebut dapat dilihat dari topografi disekitar lingkungannya yang membentuk suasana perbukitan apabila dilihat dari arah jl. Pahlawan. Dari atas, terlihat suasana pusat kota Semarang.

Kekhasan bentuk ruang terbuka pada area ini adalah karakter lansekap perempatan penggal jalan itu sendiri (gambar 5.34.), dan juga terdapat Taman Makam Pahlawan pada salah satu sisi jalan yang lain.

Keberadaan Taman Makam Pahlawan ini pun juga turut memberikan kekhasan terhadap area pengamatan, karena ukurannya yang luas dan membentuk *landmarknya* yang khas membuat orang mudah mengenali area tersebut.



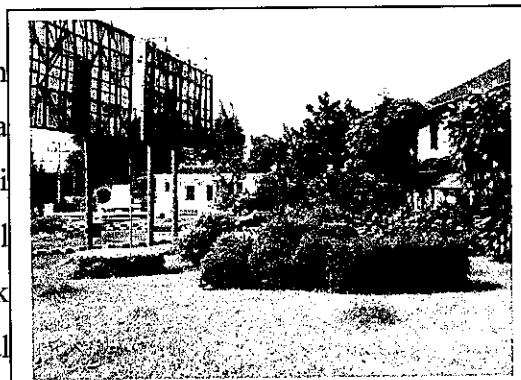
gambar 5.34. terdapat topografi
rg. terbuka disekitar perempatan
Sumber: Hasil analisis Peneliti

Perempatan jl. Pahlawan ini seharusnya mempunyai fungsi utama murni sebagai jalur-jalur sirkulasi. Akan tetapi keberadaannya pada koridor jalan menuju kawasan Simpang lima yang strategis menyebabkan area ini dipenuhi dengan berbagai aktivitas . Selain aktivitas komersial dalam wujud

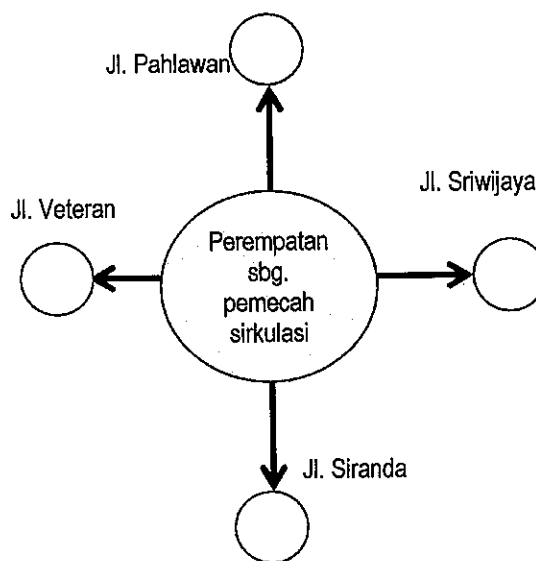
berbagai *advertising signs*, ditemui pula aktivitas lain dalam bentuk fenomena sosial seperti pengamen dan anak jalanan, yang merupakan gambaran umum yang terjadi pada perempatan-perempatan jalan pada kota-kota besar di Indonesia. Fenomena tersebut tentu saja berpengaruh secara langsung terhadap image wajah kota didalamnya, sehingga memerlukan peraturan yang lebih baik terhadap keberadaannya.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa area ini merupakan simpul pertemuan dari empat penggal Jalan, yaitu Penggal jalan Siranda dengan karakteristik lansekapnya yang khas, Penggal jalan Pahlawan yang saat ini berkembang menjadi koridor jalan utama menuju kawasan Simpang Lima, serta penggal jalan Veteran dan penggal jalan Sriwijaya yang berkembang sebagai kawasan campuran (gambar 5.35.).

Pola bentuk jalur sirkulasi ditempat ini adalah perempatan (*junction*) dari empat jalur sirkulasi utama (*main route*) yang membawa dampak terhadap *crossing* sirkulasi kendaraan bermotor ditempat tersebut. Pengaturan alur sirkulasi dilakukan dengan bentuk *traffic light* dan pemisahan arus dengan pulau-pulau jalan (gambar 5.36.),



Gambar 5.35. Terdapat kekhasan elemen dan penatan vegetasinya
Sumber: Hasil analisis Peneliti



Gambar 5.35. Pola sirkulasi area perempatan jl.Pahlawan
Sumber : Hasil Analisis Peneliti

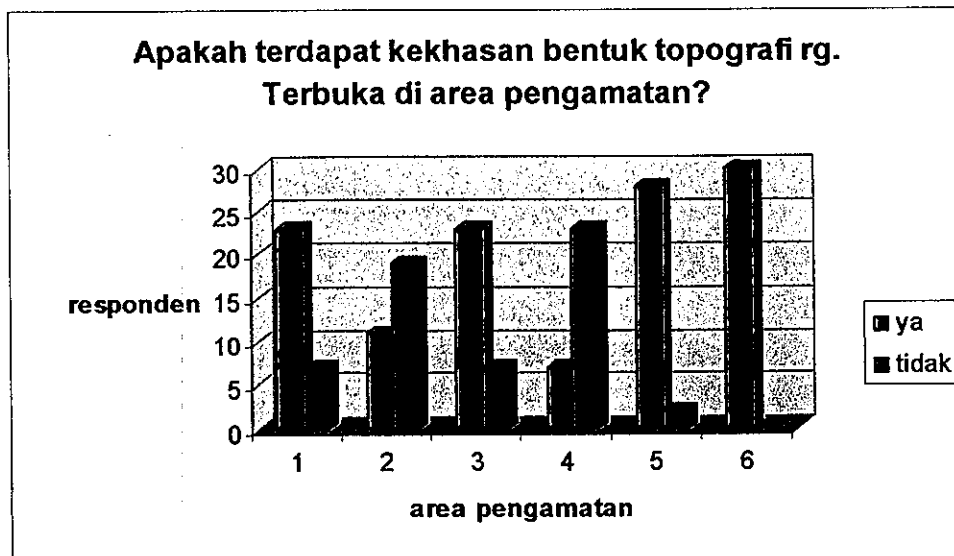


Diagram 5.9. Hasil pengamatan kekhasan bentuk topografi ruang terbuka di seluruh area pengamatan penggal jalan Siranda

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Rangkuman hasil pengamatan kekhasan bentuk topografi ruang terbuka yang ada di seluruh penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka, sebagian besar responden setuju mengenai kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : sebagian besar responden tidak melihat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : terdapat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka, sebagian besar responden setuju mengenai kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.
4. Area peninggian jalan : sebagian besar responden tidak melihat kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : sebagian besar responden setuju mengenai kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : seluruh responden setuju mengenai adanya kekhasan bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.

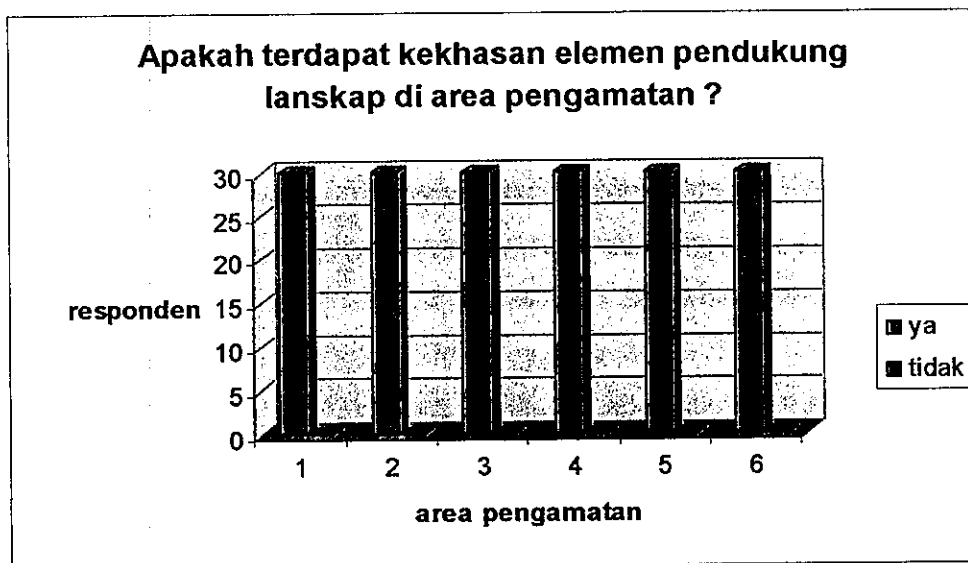


Diagram 5.10. Hasil pengamatan terhadap kekhasan elemen pendukung lansekap di seluruh area pengamatan penggal jalan Siranda

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Rangkuman hasil pengamatan terhadap kekhasan elemen pendukung lansekap yang ada di seluruh penggal jalan Siranda adalah:
 Seluruh responden setuju, bahwa di setiap area pengamatan mempunyai kekhasan elemen lansekap, seperti halnya kekhasan alur jalan, sungai, dan vegetasi pendukung didalamnya.

5.4. Analisis Kualitas Visual

Analisis terhadap kualitas visual ini dilakukan dengan melihat tingkat ketertarikan tempat dan pandangan responden mengenai *serial vision* yang ada di lingkungan area pengamatan, dengan penjelasan mengenai *rating scale* yaitu :

- bila tempat menarik untuk dilihat, maka *score* area = 2, jika tidak maka *score* = 1
- bila terdapat *serial vision* yang menarik di area tersebut, maka *score* area tersebut = 2, bila tidak maka *score* = 1

5.4.1. Analisis kualitas visual di sekitar Taman Diponegoro

Menurut responden, penilaian terhadap kualitas visual di area pengamatan Taman Diponegoro ini adalah bahwa sebagian besar (70%) setuju bahwa terdapat ketertarikan di tempat tersebut. Akan tetapi, hanya 2% responden mengatakan bahwa terdapat *serial vision* yang menarik ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai kualitas visual yang ada di area sekitar taman Diponegoro tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|--------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 47 | Apakah tempat ini menarik untuk dilihat ? | 21 | 9 | Score 2= 70 % Score 1= 30 % |
| 48 | Apakah terdapat urutan perjalanan yang menarik ditempat ini? | 2 | 28 | Score 2=7 % Score 1= 93 % |

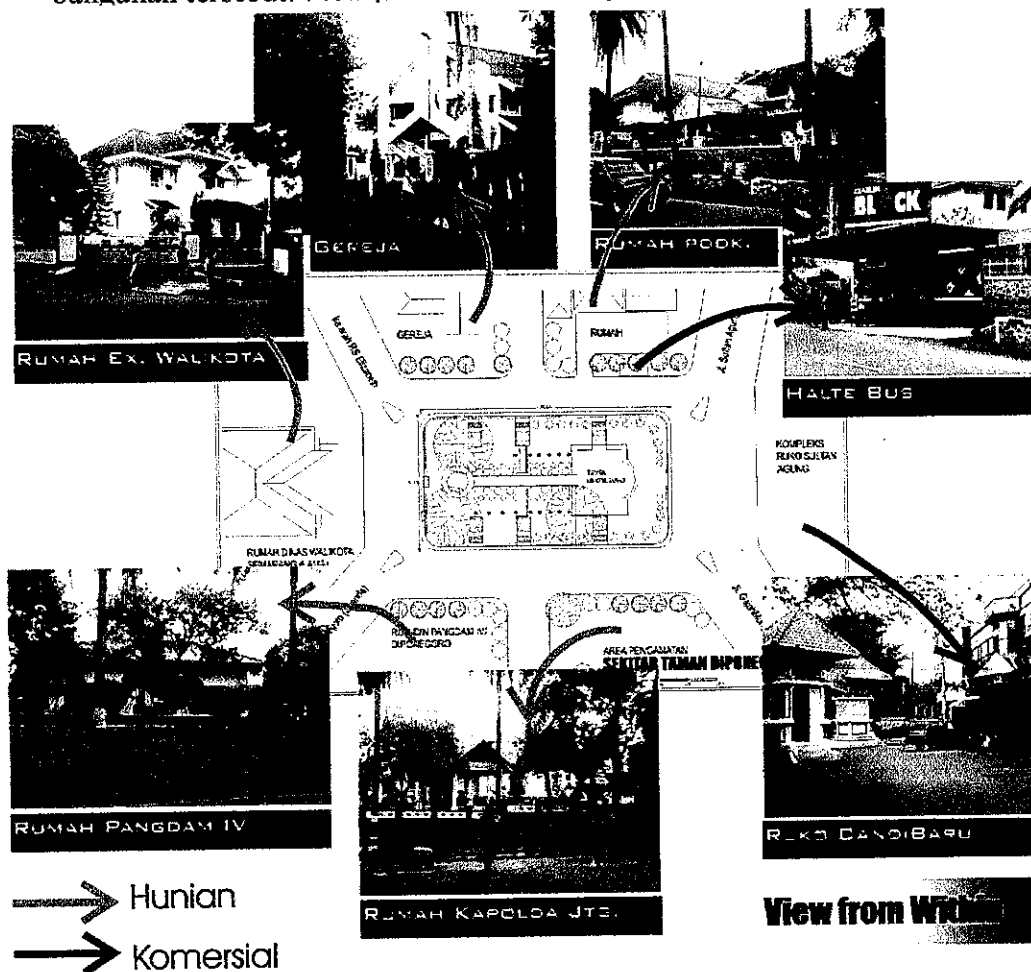
Tabel 5.21. Hasil kuesioner kualitas visual di area sekitar Taman Diponegoro

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Ketertarikan tempat ini, berkaitan dengan hal yang dapat dilihat bahwa taman juga berfungsi sebagai *landmark* bagi seluruh kawasan Candi. Diperoleh jawaban bahwa kualitas visual yang ada disepanjang penggal jalan ini cukup baik dan belum mengalami penurunan, meskipun pada sisi barat area pengamatan terdapat kompleks pertokoan. Hal ini disebabkan karena kompleks pertokoan tersebut, berada pada topografi terbawah dari keseluruhan area. Disamping itu, elemen vegetasi peneduh yang ada pada kedua bahu jalan disepanjang area pengamatan ini turut berperan dalam menciptakan suasana keterlingkupan (*enclosure*), dan turut berperan dalam 'menghalangi' pandangan visual kearah kompleks pertokoan tersebut.

ketinggian (D/H). Sangat disayangkan bahwa keberadaan taman tersebut tidak berfungsi sebagai taman aktif, dan hanya digunakan sebagai taman pasif. Terlihat juga adanya deretan pohon pengarah yang menciptakan vista koridor menuju kearah *open space* plaza.

Melalui *view from within*, terlihat bahwa kualitas visual dari dalam taman ini cukup baik. Terlihat rangkaian hunian dinas pejabat tinggi kota Semarang dengan kualitas paduan gaya arsitektur *colonial* dan beberapa bergaya modern, yang menciptakan pandangan yang dramatis dari arah dalam. Komposisi bentuk bangunan dengan *foreground* penataan vegetasi ditaman tersebut akan membuat suatu *vista* yang membingkai keberadaan bangunan-bangunan tersebut. *View from within* ini dapat dilihat dalam gambar 5.37.



Gambar 5.37. *View-from-within* dari taman Diponegoro

Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.4.2. Analisis kualitas visual di sekitar jl. Sindoro-Jl.Tambora

Menurut responden, penilaian terhadap kualitas visual di area pengamatan jl.Sindoro-jl.Tambora ini adalah bahwa seluruh responden tidak melihat adanya suatu ketertarikan di tempat tersebut. Akan tetapi, sebagian besar 83% responden mengatakan bahwa terdapat *serial vision* yang menarik ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai kualitas visual yang ada di area sekitar jl.Sindoro-jl.Tambora tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 49 | Apakah tempat ini menarik untuk dilihat ? | 0 | 30 | Score 2=0 Score 1= 100 % |
| 50 | Apakah terdapat urutan perjalanan yang menarik ditempat ini? | 25 | 5 | Score 2=83 % Score 1=17 % |

Tabel 5.22. Hasil kuesioner kualitas visual di area sekitar jl.Sindoro-jl.Tambora

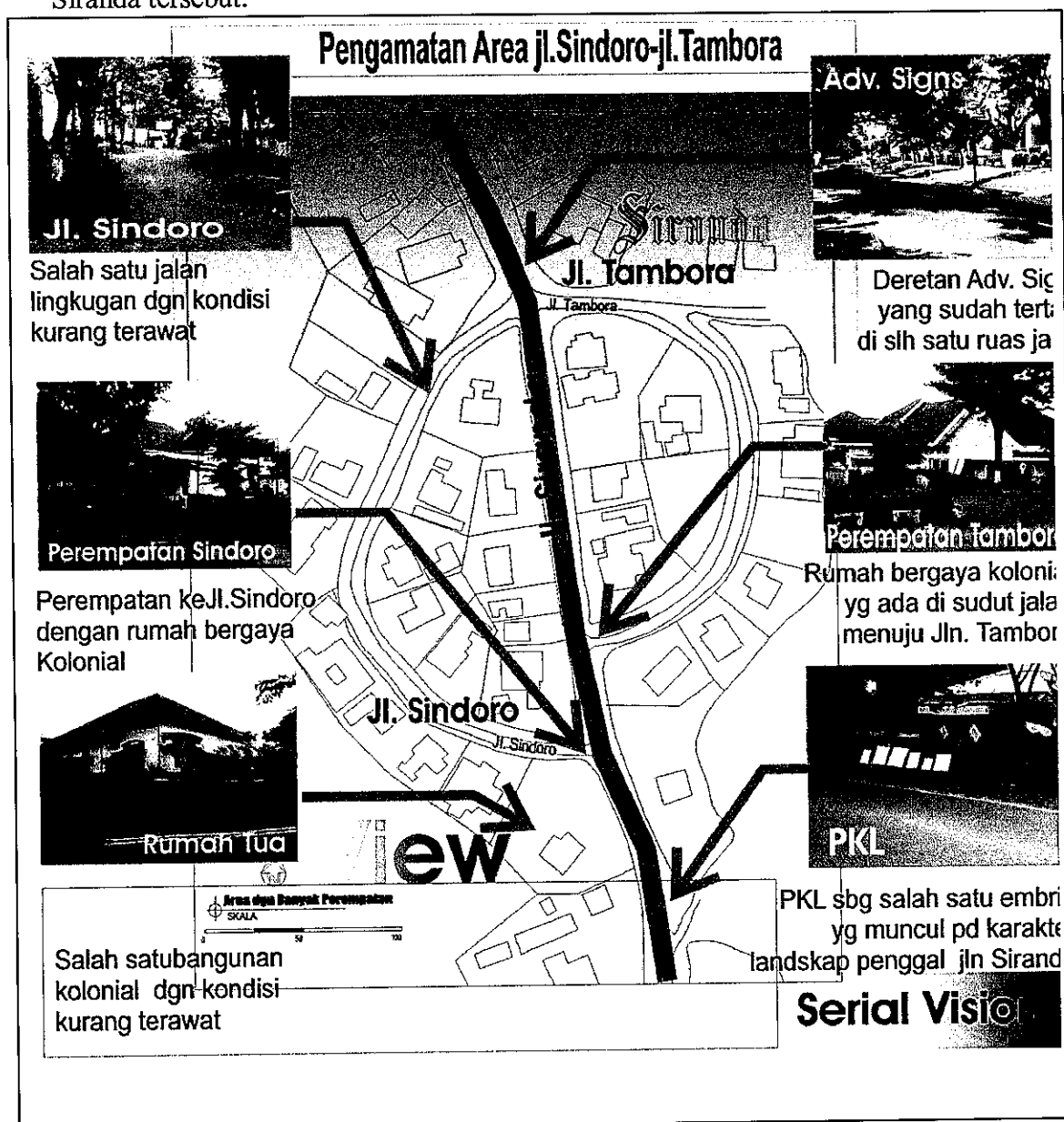
Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Secara umum, tidak terdapat hal-hal sebagai daya tarik (magnet) dari kawasan pada area pengamatan ini. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa terjadi penurunan kualitas visual pada area ini karena kemunculan beberapa PKL yang terlihat kumuh. PKL ini menempati titik-titik strategis pada beberapa bagian penggal jalan, yang cenderung mudah ditangkap keberadaannya secara visual oleh mata.

Selain itu, beberapa bangunan kuno dengan kondisi tidak terawat pada beberapa titik juga merupakan factor penyebab terjadinya penurunan kualitas visual ini. Bangunan-bangunan ini tertutup oleh pagar persil dari seng sekedarnya, akan tetapi karena keberadaan bangunan tersebut lebih tinggi daripada ruas jalan, maka keberadaannya dengan kondisi demikian masih terlihat mata.

Advertising Signs dari sebuah produk rokok, sebagai salah satu bagian dari aktivitas komersial yang terdapat pada area pengamatan ini tidak menjadi permasalahan secara visual, karena *signages* tersebut ditata dan ditampilkan dalam bentuk yang 'layak' secara visual.

Berdasarkan hasil wawancara dilakukan terhadap responden, umumnya mengatakan bahwa terdapat *serial vision* ditempat tersebut. Penataan *signages* turut menciptakan *vista* terhadap penggal jalan Siranda sebagai koridor jalan, dan dari segi ukuran maupun estetikanya baik dan tidak bermasalah terhadap visual. *advertising signs* yang ada pada area pengamatan ini, penataannya membentuk kesan koridor terhadap keberadaan Penggal jalan Siranda tersebut.



Gambar 5.38. *Serial vision* pada area sekitar jl.Sindoro-jl.Tambora

Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.4.3. Analisis kualitas visual di sekitar Area Cekungan

Menurut responden, penilaian terhadap kualitas visual di area cekungan (disekitar *Vina's House*) ini adalah bahwa lebih dari separuh responden (57%) tidak melihat adanya suatu ketertarikan di tempat tersebut. Akan tetapi, sebagian besar 83% responden mengatakan bahwa terdapat *serial vision* yang menarik ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai kualitas visual yang ada di area sekitar cekungan (disekitar *Vina's House*) tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 51 | Apakah tempat ini menarik untuk dilihat ? | 13 | 17 | Score 2= 43% Score 1= 57% |
| 52 | Apakah terdapat urutan perjalanan yang menarik ditempat ini? | 25 | 5 | Score 2=83 % Score 1=17 % |

Tabel 5.23. Hasil kuesioner kualitas visual area cekungan (disekitar *Vina's House*)

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Berdasarkan pernyataan responden, beberapa hal yang terkait dengan kualitas visual yang ada di area ini secara umum mengalami penurunan. Secara umum, karena terjadi 'perampasan' terhadap kesempatan publik untuk menikmati keindahan karakter lanskap, terutama pemandangan kearah kota Semarang bawah.

Pada kualitas visual, berkaitan dengan hal *serial vision* (gambar 5.39.), dapat dikatakan bahwa bangunan komersial *Vina's House* yang merupakan bangunan bertingkat menjadi *vocal point* di area ini. Hal ini menandakan bahwa karakter lanskap yang ada pada Penggal jalan Siranda telah berfungsi sebagai potensi, terutama dengan adanya area cekungan (*concave*), seperti yang telah dikatakan oleh Ashihara (1983: 100) bahwa pada bentuk cekungan selain dapat dimasuki oleh keseluruhan bidang penglihatan, juga membentuk hubungan antara bentukan lahan, batas jalan dan atau garis pantai dengan bidang massif atau bangunan dibelakangnya sebagai suatu kesatuan bentuk *figure-ground* meskipun potensi ini kemudian 'diprivatisasi' untuk kepentingan tertentu dari pemilik, dan tidak dapat dinikmati publik-.

Concave

Karakter Concave
Belokan sbg karakter lanskap sbg, salah satu potensi view yg dihiasi jejeran umbul-umbul

Café
Bangunan komersial berwujud Café yang dibangun dengan melihat potensi dari karakter lanskap jalang

Restoran
Restoran yang cukup terkenal, meski berada pada bagian yg lebih rendah dari permukaan jalan

View Lanskap
View lanskap yang tampak dari salah satu sudut jalan

Ex. Gardu Listrik
Bangunan kolonial yg dahulu digunakan sbg pos jaga, sempat berfungsi sbg gardu listrik

Bang. Kolonial
Bangunan kolonial yg masih terawat yang sekarang digunakan sebagai rumah dinas salah satu instansi pemerintah daerah Semarang

Minimarket
Bangunan komersial berwujud Minimarket, senantiasa ramai dengan pengunjung karena letaknya strategis

PETA JALAN SIRANDA
RANGSI 1999, DINAS TATA KOTA SEMARANG

Serial-vision

Gambar 5.39. *Serial vision* pada area sekitar jl.Sindoro-jl.Tambora

Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.4.4. Analisis kualitas visual di sekitar Area Peninggian Jalan

Menurut responden, penilaian terhadap kualitas visual di area peninggian jalan ini adalah bahwa seluruh responden tertarik dengan tempat tersebut. Dan juga, sebagian besar 83% responden mengatakan bahwa terdapat *serial vision* yang menarik ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai kualitas visual yang ada di area peninggian jalan tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 53 | Apakah tempat ini menarik untuk dilihat ? | 30 | 0 | Score 2= 100% Score 1= 0 |
| 54 | Apakah terdapat urutan perjalanan yang menarik ditempat ini? | 25 | 5 | Score 2=83 % Score 1=17 % |

Tabel 5.24. Hasil kuesioner kualitas visual area peninggian jalan

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Berdasarkan hasil wawancara responden secara umum, keberadaan pola jalan lurus yang ditinggikan ini menarik untuk dilihat. Secara garis besar, berarti bentuk koridor yang dihasilkan oleh penataan elemen lanskap turut menunjang ketertarikan visual ditempat tersebut.

Wujud visual yang tampak pada area pengamatan ini adalah pada *serial vision* terbentuknya suatu bentuk koridor ruang jalan yang dihasilkan oleh penataan elemen perkotaan didalamnya, yang secara umum terlihat dari penataan vegetasi peneduh, *advertising signs* dalam bentuk *billboard* dan umbul-umbul yang diletakkan berjejer disepanjang penggal jalan (gambar 5.40).



Gambar 5.40. *Serial vision* pada area dengan peninggian jalan

Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.4.5. Analisis kualitas visual di sekitar Area Cembungan

Menurut responden, penilaian terhadap kualitas visual di area cembungan (sekitar *reservoir* Siranda) ini adalah bahwa seluruh responden tertarik dengan tempat tersebut. Akan tetapi, seluruh responden mengatakan bahwa tidak terdapat *serial vision* yang menarik ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai kualitas visual yang ada di area cembungan (sekitar *reservoir* Siranda) tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|-----------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 55 | Apakah tempat ini menarik untuk dilihat ? | 30 | 0 | Score 2= 100% Score 1= 0 |
| 56 | Apakah terdapat urutan perjalanan yang menarik ditempat ini? | 0 | 30 | Score 2=0 Score 1=100% |

Tabel 5.25. Hasil kuesioner terhadap kualitas visual di area cembungan (sekitar *reservoir* Siranda)

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Kualitas visual ditempat ini berdasarkan hasil responden secara umum masih baik, dalam arti bahwa belum ditemui adanya gangguan terhadap kesempatan publik untuk menikmati keindahan karakter lanskap ditempat tersebut. Hal tersebut disebabkan karena karakteristik area ini mempunyai perbedaan dibandingkan area lainnya. Karakter jalan mencembung dan penataan massa bangunan yang mengikuti alur kontur ketinggian pada tempat tersebut, turut menunjang ketertarikan ditempat ini.

Berkaitan dengan hal pendapat responden bahwa tidak terdapat adanya ketertarikan terhadap urutan perjalanan, hal ini disebabkan tidak adanya elemen-elemen pembentuk daya tarik visual yang berbeda-beda, dalam artian bahwa perjalanan ditempat tersebut monoton dan tidak menyebabkan timbulnya suatu 'kesan' tertentu bagi pengamat. Urutan perjalanan yang ada ditempat ini dapat dilihat pada gambar 5.41.



Gambar 5.41. *Serial vision* pada area cembungan

Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.4.6. Analisis kualitas visual di sekitar Perempatan Jl.Pahlawan

Menurut responden, penilaian terhadap kualitas visual di area perempatan jl. Pahlawan ini adalah bahwa seluruh responden tidak tertarik dengan tempat tersebut. Dan juga, seluruh responden mengatakan bahwa tidak terdapat *serial vision* yang menarik ditempat ini. Hasil kuesioner mengenai kualitas visual yang ada di area perempatan jl. Pahlawan tersebut adalah :

| No | Pertanyaan | Jawaban responden | | Prosentase |
|----|--|-------------------|---------|------------------------------|
| | | Score 2 | Score 1 | |
| 57 | Apakah tempat ini menarik untuk dilihat ? | 7 | 23 | Score 2= 23% Score 1= 77% |
| 58 | Apakah terdapat urutan perjalanan yang menarik ditempat ini? | 0 | 30 | Score 2=0 Score 1=100% |

Tabel 5.26. Hasil kuesioner terhadap kualitas visual area perempatan jl. Pahlawan

Sumber: Hasil analisis data kuesioner

Pengamatan terhadap area ini, terutama ditujukan terhadap tanggapan seluruh responden berkaitan dengan terjadinya penurunan kualitas visual yang besar, yang disebabkan oleh sarana komersial yang ada ditempat tersebut yaitu keberadaan reklame-reklame / *advertising signs*.

Reklame-reklame ini, yang menempati posisi-posisi yang strategis pada area pengamatan, seperti dibukit Siranda dan pulau-pulau jalan, memang sejalan dengan tujuan dari dibuatnya reklame seperti tercantum dalam UU No. 34 tahun 2000, yaitu sebagai salah satu bentuk sarana komersial, untuk menjual / mengiklankan citra atau produk dari perusahaan tertentu. Akan tetapi selain hal tersebut, diketahui pula bahwa reklame adalah salah satu bentuk pengukuhan jati diri, symbol kemampuan sebuah perusahaan untuk membuktikan diri sebagai yang terbaik, yang terbesar dan teratas, karena mereka mampu untuk membayar pajak reklame ditempat tersebut.

Hal inilah yang memerlukan penanganan lebih lanjut, karena menyebabkan penurunan kualitas visual, khususnya terhadap kesempatan public untuk menikmati pemandangan di kota, karena karakter lanskap perbukitan yang hijau menjadi tertutup oleh lembaran-lembaran seng besar tersebut, seperti terlihat dalam *serial vision*. (gambar 5.42.)

Perempatan Jl. Pahlawan

Situasi padatnya lalu lintas di depan POLDA Jateng

Fenomena Anak polanah

Anak jalanan, fenomena umum di kota-kota besar yang turut berperan menurunkan kualitas visual ruang kota.

Lampu merah di depan perempatan.

Semaraknya lanskap Semarang sebagai bukti reklame yang semrawut.

Bentuk landmark penanda Taman Makam Pahlawan

Mit Jernan Makam Pahlawan

Situasi Main Entrance Taman Makam Pahlawan

Pedestrian Siliwangi

Jln Siliwangi dan pedesriannya juga tidak lepas dari aktivitas komersial

Bangunan bertingkat yang digunakan sebagai koperasi polisi.

Serial Vision

Taman pasif yang tertata dengan baik, hanya kurang dilengkapi vegetasi peneduh.

Hotel Siranda sebagai salah satu bentuk aktivitas komersial

Situasi perempatan

Gambar 5.42. Serial vision area pengamatan perempatan jl. Pahlawan.

Sumber: Hasil analisis Peneliti

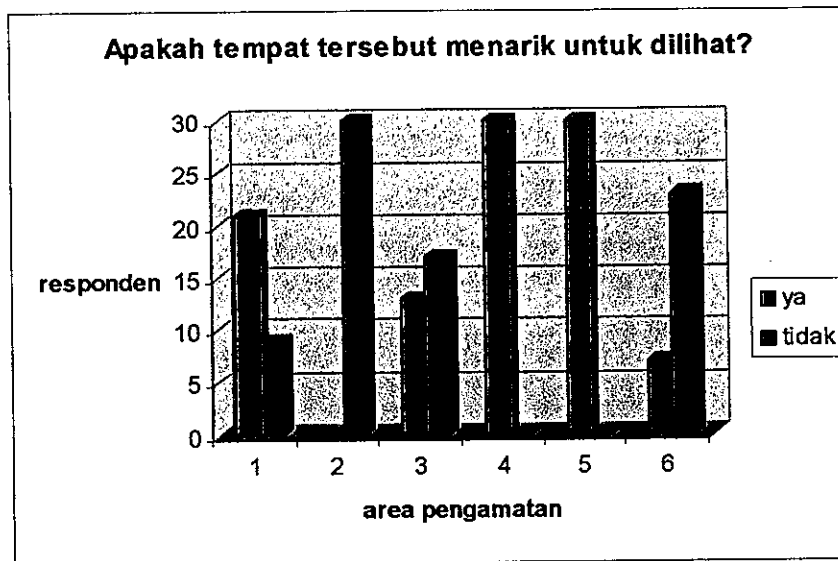


Diagram 5.11. Hasil pengamatan ketertarikan responden terhadap tempat di seluruh area pengamatan penggal jalan Siranda

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Rangkuman hasil pengamatan ketertarikan responden terhadap tempat yang ada di seluruh penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : sebagian besar responden tertarik dengan tempat yang mempunyai ruang publik terbuka seperti halnya Taman.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : seluruh responden tidak melihat adanya sesuatu yang menarik ditempat tersebut.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : perbandingan antara responden responden yang tertarik dan yang tidak tertarik terhadap tempat tersebut hampir sama besar, akan tetapi lebih banyak responden yang mengatakan tidak tertarik terhadap tempat tersebut.
4. Area peninggian jalan : seluruh responden tertarik dengan tempat tersebut, terutama berkaitan kekhasan jalan yang membentuk koridor.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : seluruh responden tertarik dengan tempat tersebut, karena karakter lansekap masih dapat dinikmati.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : sebagian besar responden tidak tertarik dengan tempat tersebut, karena terlalu banyak reklame.

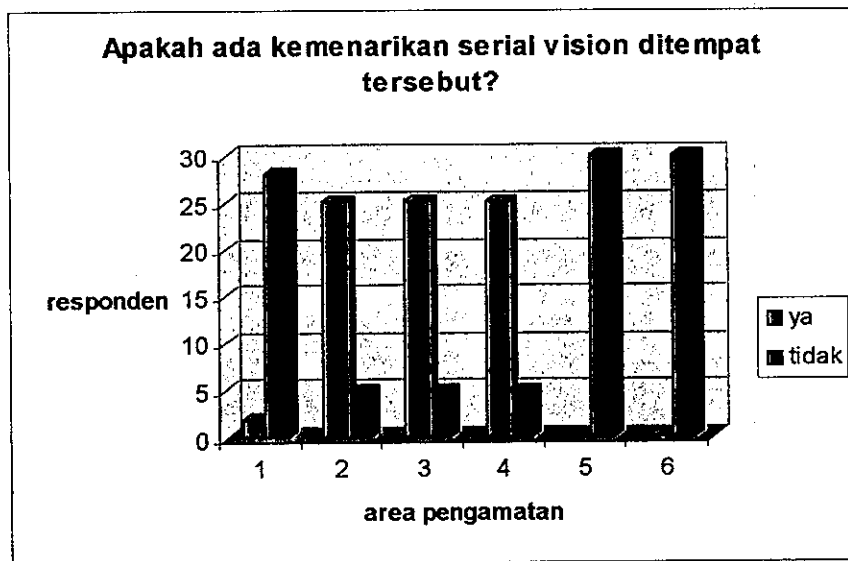


Diagram 5.12. Hasil pengamatan kualitas *serial vision* di seluruh area pengamatan penggal jalan Siranda

Sumber : Hasil analisis Peneliti

Rangkuman hasil pengamatan kualitas *serial vision* yang ada di seluruh penggal jalan Siranda :

1. Area Taman Diponegoro : sebagian besar responden tidak melihat adanya kemenarikan *serial vision* pada tempat tersebut.
2. Area jl. Sindoro-jl. Tambora : sebagian besar responden melihat adanya kemenarikan *serial vision* tempat tersebut.
3. Area cekungan (sekitar *Vina's House*) : sebagian besar responden melihat adanya kemenarikan *serial vision* tempat tersebut.
4. Area peninggian jalan sebagian besar responden melihat adanya kemenarikan *serial vision* tempat tersebut.
5. Area cembungan (sekitar reservoir Siranda) : seluruh responden tidak melihat adanya kemenarikan *serial vision* pada tempat tersebut.
6. Area sekitar perempatan Jl. Pahlawan : seluruh responden tidak melihat adanya kemenarikan *serial vision* pada tempat tersebut.

| No Sample | nilai | | | | skor | | ranking | |
|--------------|--------------|---------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------|------------------|----------------|
| | reklame a | bangunan b | topografi c | visual d | sar- komersil x | kar lanskap y | sar- komersil | kar lanskap |
| S-001 | 83.3 | 75 | 91.7 | 70.8 | 79.17 | 85.42 | 11.00 | 12.00 |
| S-002 | 86.7 | 62.5 | 91.7 | 75.0 | 74.58 | 83.13 | 6.00 | 6.50 |
| S-003 | 85.0 | 50 | 95.8 | 79.2 | 67.50 | 81.67 | 1.00 | 1.00 |
| S-004 | 85.0 | 75 | 91.7 | 79.2 | 80.00 | 85.83 | 15.50 | 15.00 |
| S-005 | 85.0 | 75 | 87.5 | 75.0 | 80.00 | 83.75 | 15.50 | 9.00 |
| S-006 | 83.3 | 75 | 87.5 | 79.2 | 79.17 | 83.33 | 11.00 | 8.00 |
| S-007 | 88.3 | 75 | 95.8 | 79.2 | 81.67 | 88.75 | 22.00 | 25.00 |
| S-008 | 90.0 | 62.5 | 95.8 | 79.2 | 76.25 | 86.04 | 8.00 | 17.50 |
| S-009 | 83.3 | 75 | 91.7 | 75.0 | 79.17 | 85.42 | 11.00 | 12.00 |
| S-010 | 81.7 | 87.5 | 87.5 | 79.2 | 84.58 | 86.04 | 23.00 | 17.50 |
| S-011 | 86.7 | 75 | 83.3 | 70.8 | 80.83 | 82.08 | 19.50 | 2.00 |
| S-012 | 85.0 | 75 | 91.7 | 75.0 | 80.00 | 85.83 | 15.50 | 15.00 |
| S-013 | 85.0 | 87.5 | 91.7 | 79.2 | 86.25 | 88.96 | 27.00 | 27.00 |
| S-014 | 86.7 | 62.5 | 95.8 | 70.8 | 74.58 | 85.21 | 6.00 | 10.00 |
| S-015 | 83.3 | 87.5 | 91.7 | 66.7 | 85.42 | 88.54 | 24.50 | 23.50 |
| S-016 | 86.7 | 75 | 91.7 | 75.0 | 80.83 | 86.25 | 19.50 | 20.00 |
| S-017 | 83.3 | 87.5 | 91.7 | 75.0 | 85.42 | 88.54 | 24.50 | 23.50 |
| S-018 | 85.0 | 87.5 | 91.7 | 75.0 | 86.25 | 88.96 | 27.00 | 27.00 |
| S-019 | 86.7 | 62.5 | 91.7 | 75.0 | 74.58 | 83.13 | 6.00 | 6.50 |
| S-020 | 85.0 | 62.5 | 91.7 | 70.8 | 73.75 | 82.71 | 3.50 | 4.50 |
| S-021 | 85.0 | 62.5 | 91.7 | 70.8 | 73.75 | 82.71 | 3.50 | 4.50 |
| S-022 | 83.3 | 62.5 | 91.7 | 70.8 | 72.92 | 82.29 | 2.00 | 3.00 |
| S-023 | 85.0 | 87.5 | 91.7 | 75.0 | 86.25 | 88.96 | 27.00 | 27.00 |
| S-024 | 85.0 | 75 | 91.7 | 75.0 | 80.00 | 85.83 | 15.50 | 15.00 |
| S-025 | 88.3 | 87.5 | 95.8 | 79.2 | 87.92 | 91.88 | 30.00 | 30.00 |
| S-026 | 86.7 | 75 | 91.7 | 79.2 | 80.83 | 86.25 | 19.50 | 20.00 |
| S-027 | 83.3 | 75 | 91.7 | 66.7 | 79.17 | 85.42 | 11.00 | 12.00 |
| S-028 | 86.7 | 87.5 | 95.8 | 70.8 | 87.08 | 91.46 | 29.00 | 29.00 |
| S-029 | 86.7 | 75 | 91.7 | 79.2 | 80.83 | 86.25 | 19.50 | 20.00 |
| S-030 | 83.3 | 75 | 95.8 | 70.8 | 79.17 | 87.50 | 11.00 | 22.00 |
| | 2,558.3 | 2237.5 | 2,758.3 | 2,241.7 | | | | |

Tabel 5.29. Hasil score parameter reklame, bangunan komersial, bentuk topografi dan kualitas visual

Sumber: Hasil analisis Peneliti

5.5. Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap

Pengaruh parameter-parameter variable Sarana Komersial mempunyai tingkatan kontribusi yang berbeda. Maka, pengaruh ini perlu dilihat secara kuantitatif. Tingkat korelasi antara variabel tersebut, dapat diperoleh melalui perhitungan statistika regresi.

Dari nilai-nilai setiap parameter yang telah didapatkan pada tabel 5.29. diatas, hal yang dilakukan kemudian adalah mencari pengaruh berkaitan dengan kedua variabel penelitian yaitu (1) variabel pengaruh=Sarana Komersial, pada (2) variabel terpengaruh=Karakter Lanskap, dengan menggunakan rumus Regresi dengan program SPSS, yang hasilnya adalah sebagai berikut :

Regression

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .849(a) | .721 | .711 | 1.45759 |

a Predictors: (Constant), sarkomersil

Uji signifikansi (α) dilakukan dengan SPSS, diperoleh nilai

$$rs=0,721$$

untuk

$$N=30.$$

level signifikansi = 0.000 (lihat lampiran)

dengan demikian,

H-0, yang menyatakan: $rs=0$, tidak ada hubungan pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap. ditolak

H-1, yang menyatakan: $rs > 0$, ada hubungan pengaruh Sarana Komersial pada karakter Lanskap. diterima

Hasil analisis regresi dengan SPSS yang dilakukan tersebut menunjukkan perbedaan korelasi untuk setiap parameter, dengan penjelasan yaitu :

1. Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap. Dengan koefisien korelasi (Rsquare 0,721), berarti bahwa Sarana Komersial sangat berpengaruh pada Karakter Lanskap.

Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya, sarana komersial, khususnya yang berkaitan dengan sarana berbentuk reklame dan bangunan komersial, mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap karakter lanskap yang ada disekitar penggal jalan Siranda.

Sarana komersial, sebagai salah satu dari wujud perkembangan sebuah kota, mempunyai pengaruh signifikan terhadap kekhasan karakter lanskap disebuah tempat.

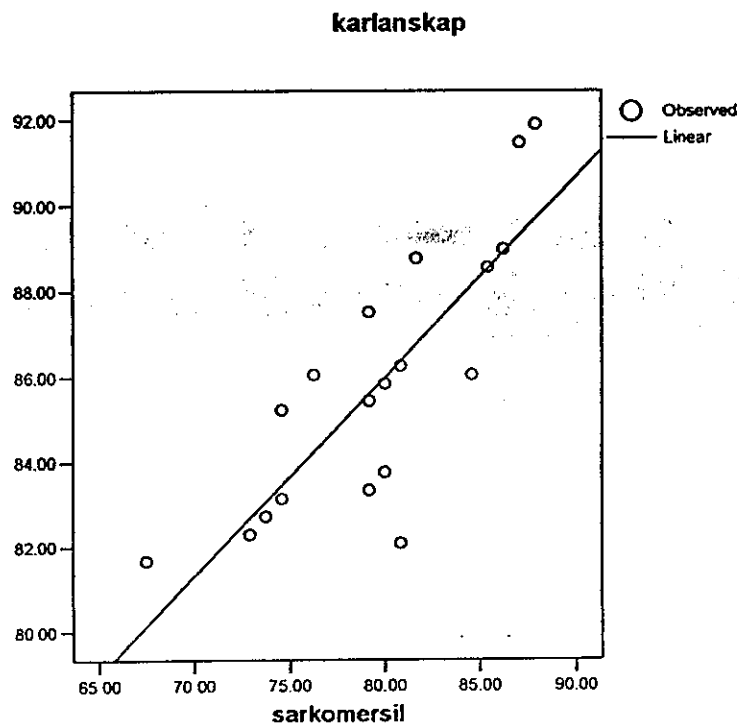


Diagram 5.13. Grafik pengaruh sarana komersial pada karakter lanskap

Sumber: Hasil analisis curve estimate SPSS

Secara umum, terlihat bahwa grafik pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap adalah positif; apabila terjadi peningkatan terhadap penilaian Sarana Komersial, maka penilaian terhadap Karakter Lanskap ditempat tersebut akan ikut naik. Hal ini menunjukkan bahwa :

SECARA UMUM, PENINGKATAN PENILAIAN TERHADAP SARANA KOMERSIAL AKAN BERPENGARUH POSITIF PADA PENILAIAN KARAKTER LANSKAP.

Peningkatan penilaian terhadap sarana komersial dapat dilakukan dengan penataan. Berarti, penataan sarana komersial dengan baik, akan mempengaruhi peningkatan penilaian terhadap karakter lanskap.

2. Pengaruh setiap variabel indikator (a) Sarana Komersial –reklame dan bangunan komersial- pada (b) Karakter Lanskap, -bentuk topografi ruang terbuka dan kualitas visual- ini dapat dilihat yaitu :

a. Sarana Komersial, indikatornya adalah :

- Reklame
- Bangunan Komersial

b. Karakter Lanskap, indikatornya adalah :

- Bentuk topografi ruang terbuka
- Kualitas Visual

Nonparametric Correlations

Correlations

| | | | reklame | bkomersil | topografi | visual |
|-----------------|-----------|-----------------|---------|-----------|-----------|--------|
| Spearman's rho | reklame | Correlation | 1.000 | -.221 | .415(*) | |
| | | Coefficient | | .240 | .023 | |
| | | Sig. (2-tailed) | | | | |
| | bkomersil | Correlation | -.221 | 1.000 | -.165 | |
| Coefficient | | .240 | | .382 | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | |
| | topografi | Correlation | .415(*) | -.165 | 1.000 | |
| Coefficient | | .023 | .382 | | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | |
| | visual | Correlation | .312 | .103 | .036 | 1.000 |
| Coefficient | | .094 | .589 | .850 | | |
| Sig. (2-tailed) | | | | | | |
| | | N | 30 | 30 | 30 | 30 |

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Selengkapnya dapat dilihat pada lampiran)

Atau dapat dirincikan menjadi :

PENGARUH REKLAME PADA :

| KARAKTER LANSKAP | KOEFISIEN KORELASI |
|------------------|------------------------------|
| Topografi | 0,415 (signifikan pada 0,05) |
| Visual | 0,312 |

Dan PENGARUH BANGUNAN KOMERSIAL PADA :

| KARAKTER LANSKAP | KOEFISIEN KORELASI |
|------------------|--------------------------------|
| Topografi | - 0,165 (signifikan pada 0,05) |
| Visual | 0,103 |

Tabel 5.30. Koefisien korelasi masing-masing variabel indikator

Menurut Subiyanto, 1999, ketentuan mengenai nilai koefisien korelasi tersebut, adalah bahwa apabila koefisien korelasi nilainya nol (0), maka berarti tidak ada pengaruh diantara kedua variabel. Sedangkan bila nilai korelasi kurang dari atau sama dengan satu (1), berarti pengaruhnya positif. Dan bila nilai korelasi lebih dari atau sama dengan negatif satu (-1) maka berarti pengaruhnya negatif. Atau dapat dijelaskan dalam grafik yaitu :

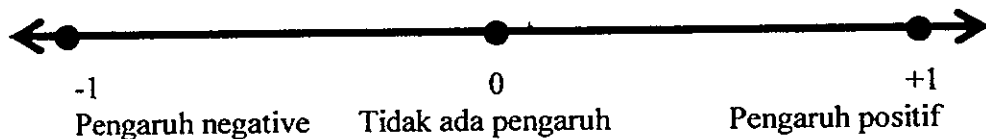


Diagram 5.14. Grafik ketentuan nilai koefisien korelasi

Sumber: subiyanto, 1999

Dari koefisien korelasi yang ada pada tabel diatas, penjelasan terhadap pengaruh masing-masing indikator adalah :

- **Pengaruh Kualitas Keseimbangan Reklame pada Bentuk Topografi Ruang Terbuka**

Nilai koefisien korelasi kedua indikator ini adalah 0,415 (signifikan pada 0,05). Nilai koefisien ini merupakan nilai terbesar diantara nilai korelasi lainnya, yang berarti bahwa :

Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lanskap ini, terutama dapat dilihat pada = pengaruh kualitas keseimbangan reklame pada bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut.

Pengaruh reklame ini pada bentuk topografi ruang terbuka adalah positif, yang dapat dilihat pada grafik yaitu :

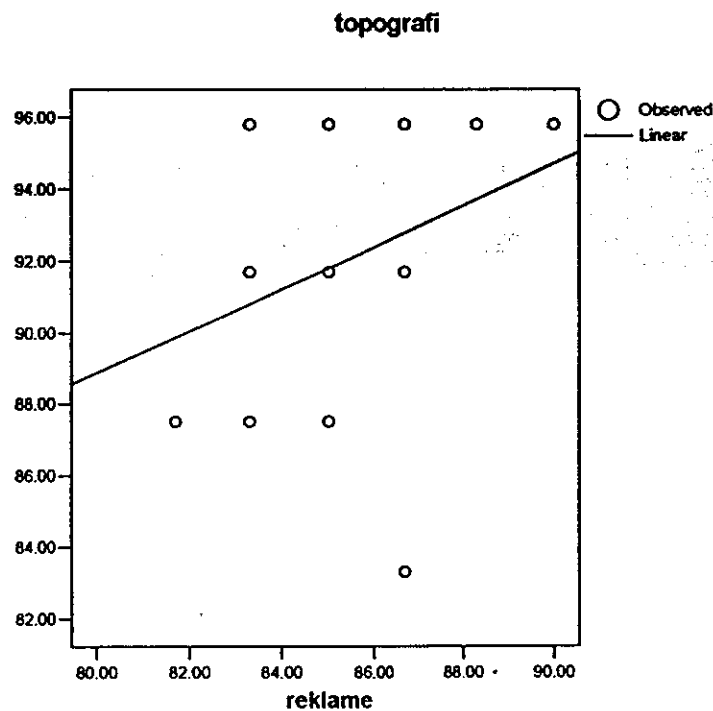


Diagram 5.15. Grafik pengaruh reklame pada topografi

Sumber: Hasil analisis curve estimate SPSS

Grafik ini menjelaskan bahwa apabila penilaian terhadap kualitas keseimbangan reklame meningkat, maka penilaian terhadap topografi juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa =

KENAIKAN PENILAIAN KUALITAS KESEIMBANGAN REKLAME BERPENGARUH POSITIF TERHADAP PENILAIAN BENTUK TOPOGRAFI RUANG TERBUKA.

Kualitas keseimbangan reklame mempunyai pengaruh yang besar terhadap bentuk topografi ruang terbuka. Peningkatan penilaian terhadap reklame dapat dilakukan dengan penataan. Berarti, dengan penataan kualitas keseimbangan reklame yang baik, akan meningkatkan penilaian terhadap bentuk topografi ruang terbuka yang ada ditempat tersebut.

- Pengaruh Reklame pada Kualitas Visual

Nilai koefisien korelasi kedua indikator ini adalah 0,312, yang berarti bahwa : kualitas keseimbangan reklame berpengaruh terhadap kualitas visual karakter lanskap.

Pengaruh reklame ini pada kualitas visual adalah positif, yang dapat dilihat pada grafik yaitu :

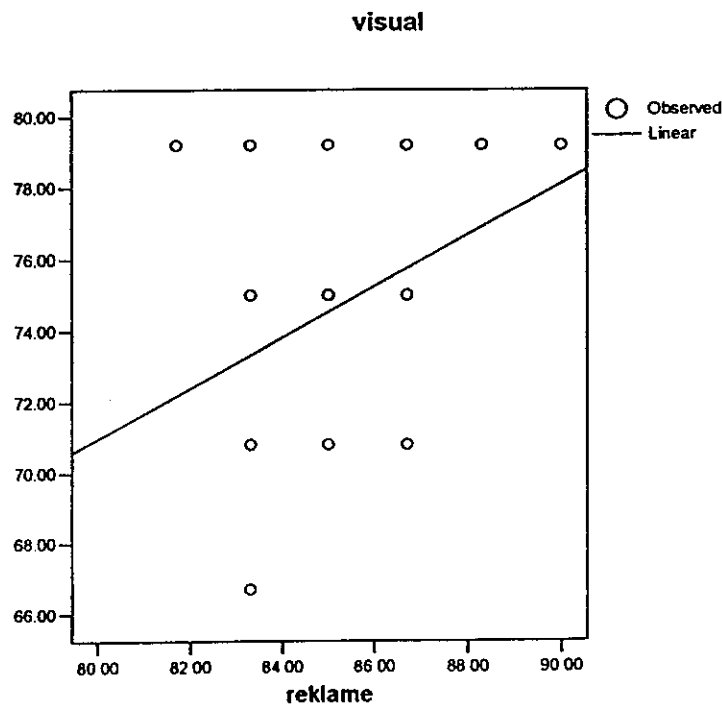


Diagram 5.16. Grafik pengaruh reklame pada visual

Sumber: Hasil analisis curve estimate SPSS

Grafik ini menjelaskan bahwa apabila penilaian terhadap kualitas keseimbangan reklame meningkat, maka penilaian terhadap kualitas visual juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa =

KENAIKAN PENILAIAN KUALITAS KESEIMBANGAN REKLAME BERPENGARUH POSITIF TERHADAP KUALITAS VISUAL.

Kualitas keseimbangan reklame mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kualitas visual. Peningkatan penilaian terhadap reklame dapat dilakukan dengan penataan. Berarti, dengan penataan kualitas keseimbangan reklame yang baik, akan meningkatkan penilaian terhadap kualitas visual yang ada ditempat tersebut.

- Pengaruh Bangunan Komersial pada Bentuk Topografi Ruang Terbuka

Nilai koefisien korelasi kedua indikator ini adalah $-0,165$ (signifikan pada $0,05$), berarti bahwa : bangunan komersial berpengaruh terhadap bentuk topografi ruang terbuka pada karakter lanskap. Pengaruh reklame ini pada kualitas visual adalah negatif, grafiknya yaitu :

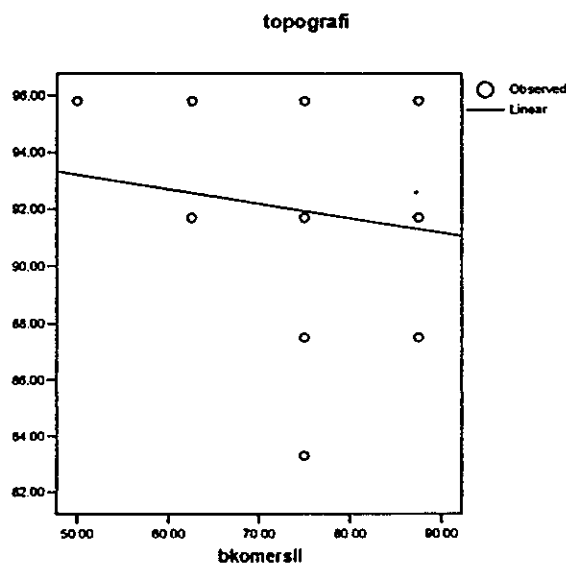


Diagram 5.17. Grafik pengaruh bangunan komersial pada topografi

Sumber: Hasil analisis curve estimate SPSS

Grafik ini menjelaskan bahwa apabila penilaian terhadap bangunan komersial meningkat, maka penilaian terhadap kualitas visual juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa =

KENAIKAN PENILAIAN BANGUNAN KOMERSIAL AKAN BERPENGARUH NEGATIF TERHADAP BENTUK TOPOGRAFI RUANG TERBUKA.

Bangunan komersial mempunyai pengaruh negatif terhadap bentuk topografi ruang terbuka. Pengaruh ini tidak begitu besar, karena koefisien korelasinya mendekati nol (0).

Pengaruh negatif tersebut dapat dijelaskan bahwa, apabila penilaian bangunan komersial ini meningkat, misalnya dengan penyesuaian gaya arsitektur terhadap lingkungan sekitar (kontekstualitas) ataupun dengan penyesuaian fungsi bangunan, maka penilaian terhadap kekhasan bentuk topografi ruang terbuka akan berkurang. Pengamat akan lebih memfokuskan perhatiannya kepada bangunan komersial sebagai *point of interest*, dan menjadi tidak terlalu memperhatikan kekhasan topografi ditempat tersebut.

- **Pengaruh Bangunan Komersial pada Kualitas Visual**

Nilai koefisien korelasi kedua indikator ini adalah 0,103, yang berarti bahwa : bangunan komersial cukup berpengaruh terhadap kualitas visual karakter lanskap. Pengaruh bangunan komersial ini pada kualitas visual adalah positif, yang dapat dilihat pada grafik yaitu :

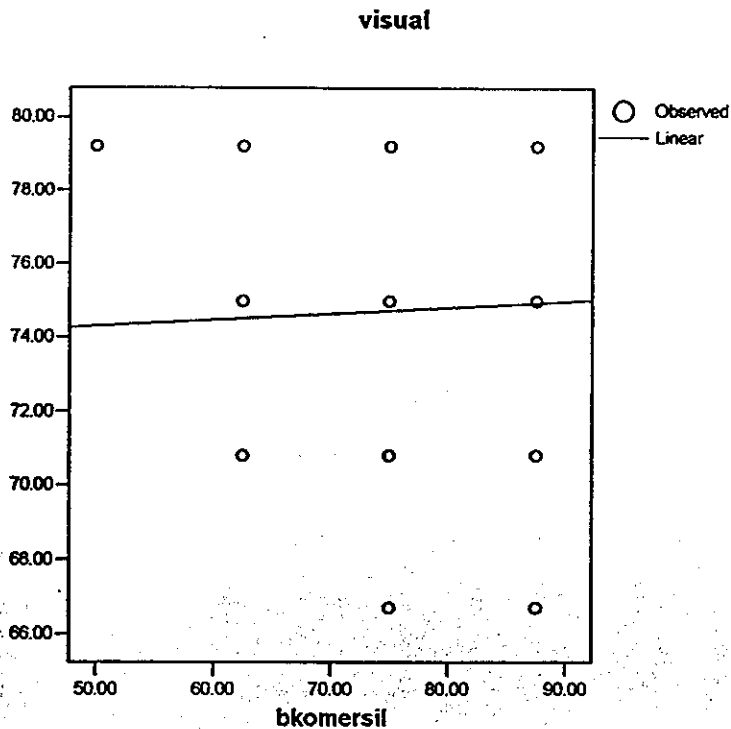


Diagram 5.18. Grafik pengaruh bangunan komersial pada visual

Sumber: Hasil analisis curve estimate SPSS

Grafik ini menjelaskan bahwa apabila penilaian terhadap bangunan komersial meningkat, maka penilaian terhadap kualitas visual juga akan meningkat, akan tetapi pengaruh ini tidak begitu besar karena mendekati linier (mendekati nol). Hal ini menunjukkan bahwa =

KENAIKAN PENILAIAN BANGUNAN KOMERSIAL BERPENGARUH POSITIF TERHADAP KUALITAS VISUAL.

Bangunan komersial mempunyai cukup pengaruh terhadap kualitas visual. Peningkatan penilaian terhadap bangunan komersial dapat dilakukan dengan penataan. Berarti, dengan penyesuaian gaya arsitektur terhadap lingkungan sekitar (kontekstualitas) ataupun dengan penyesuaian fungsi bangunan, maka penilaian terhadap kualitas visual akan meningkat, meskipun peningkatan ini tidak begitu signifikan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian tentang pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap dengan studi kasus penggal jalan Siranda ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Sarana komersial sangat berpengaruh pada karakter lansekap. Sarana komersial, sebagai wujud perkembangan kota, mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap kekhasan karakter lansekap di sebuah tempat.
2. Secara umum, pengaruh sarana komersial pada karakter lansekap adalah positif. Bila terjadi peningkatan penilaian terhadap kualitas sarana komersial, maka penilaian terhadap kualitas karakter lansekap akan meningkat juga.
3. Pengaruh Sarana Komersial pada Karakter Lansekap ini, terutama dapat dilihat pada pengaruh kualitas keseimbangan reklame terhadap bentuk topografi ruang terbuka ditempat tersebut. Kenaikan penilaian kualitas keseimbangan reklame berpengaruh positif terhadap penilaian bentuk topografi ruang terbuka.
4. Kualitas keseimbangan reklame berpengaruh terhadap kualitas visual karakter lansekap.
5. Penilaian kualitas keseimbangan reklame berpengaruh positif terhadap penilaian kualitas visual.
6. Bangunan komersial berpengaruh terhadap bentuk topografi ruang terbuka pada karakter lansekap. Pengaruh bangunan komersial ini pada topografi ruang terbuka adalah negatif.
7. Bangunan komersial cukup berpengaruh terhadap kualitas visual karakter lansekap. Pengaruh bangunan komersial ini pada kualitas visual adalah positif.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, Peneliti menganjurkan beberapa saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengenai penataan sarana komersial pada area tertentu, khususnya area yang mempunyai karakter lansekap yang khas. Saran-saran tersebut yaitu :

1. Kepada pihak-pihak yang berkompeten terhadap penataan reklame ini, yaitu terkait dengan Pemerintah kota setempat dan para pelaku aktivitas komersial, disarankan untuk meningkatkan aspek kualitas keseimbangan reklame. Hal ini perlu dilakukan untuk meningkatkan penilaian terhadap keseluruhan karakter lansekap, terlebih pada bentuk topografi ruang terbuka dan kualitas visual. Caranya adalah dengan :
 - Mengadakan pengendalian berkaitan tentang perletakan reklame
 - Upaya untuk mengendalikan kewajaran ukuran reklame agar tidak mendominasi, dengan membuat suatu regulasi tertentu.
 - Penggunaan material reklame yang layak displai, juga dengan menggunakan material yang tidak menyilaukan.
 - Isi reklame harus kontekstual dengan lingkungan sekitarnya.
2. Bangunan komersial membuat penilaian negatif terhadap bentuk topografi ruang terbuka, jadi hal yang harus diusahakan oleh pemerintah kota setempat sebagai penentu kebijakan ruang kota, dan para pelaku aktivitas komersial ini adalah pertimbangan untuk menjaga kewajaran bangunan komersial, berkaitan tentang :
 - Segi arsitektural bangunan komersial, agar senantiasa seimbang dengan kawasan disekitarnya.
 - Segi fungsi, agar tidak mendominasi fungsi kawasan sekitarnya.
3. Kepada pemerintah kota Semarang dan para pelaku aktivitas komersial, direkomendasikan untuk meningkatkan kualitas bangunan komersial, untuk meningkatkan penilaian terhadap kualitas visual, dengan cara :
 - Penyesuaian terhadap kontekstualitas gaya arsitektural bangunan komersial dengan kawasan disekitarnya.

- Penyesuaian kontekstualitas fungsi bangunan komersial terhadap fungsi kawasan disekitarnya.
4. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, karena itu dapat direkomendasikan adanya suatu penelitian lebih lanjut, khususnya terhadap peneliti dari kalangan akademisi mengenai upaya pencarian parameter-parameter pengaruh bangunan komersial pada karakter lansekap selain reklame dan bangunan komersial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashihara, Yoshinobu, 1983, *The Aesthetic Townscape*. MIT Press : MZ
- Cullen, Gordon. 1975, *Townscape*, Van Nostrand Reinhold Company: NY
- Darmawan, Edy, 2003, *Teori dan Implementasi Perancangan Kota*, BP Universitas Diponegoro: Semarang
- Darmawan, Edy, 2003, *Teori dan Kajian Ruang Publik Kota*, BP Universitas Diponegoro: Semarang
- Juhana, 2001, *Arsitektur dalam Kehidupan Masyarakat*, Bendera: Semarang
- Lang, John, 1974, *Design for Human Behavior; Architecture and The Behavioral Sciences*, Downden, Hutchington dan Ross Inc. : PV
- Lynch, Kevin. 1969, *Image of The City*, MIT Press: MZ
- Muhadjir, Noeng, 1996, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Rake Sarasin: Yogyakarta
- Rapoport, Amos, 1969, *The Meaning of the Built Environment*, Sage Publication: CA
- Shirvani, Hamid, 1985, *The Urban Design Proccess*, Van Nostrand Reinhold Company: NY
- Spreiregen, Paul D. 1965, *Urban Design : The Architecture of Towns and Cities*, Mc. Graw Hill Book: NY
- Subiyanto, Ibnu, 1987, *Metodologi Penelitian*, UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Sujana, 1989, *Metode Statistika*, Tarsito: Bandung
- Tio, Jongkie , 2000, *Semarang dalam Kenangan*, Bendera: Semarang
- Trancyk, Roger, 1986, *Finding The Lost Space*, Van Nostrand Reinhold Company, NY
- Zahnd, Marcus, 1999, *Perancangan Kota Secara Terpadu*, Kanisius: Yogyakarta

UPT-PUSTAK-UNDIP

REFERENSI

- Astuti, Febri dkk, 2003, *Intensifikasi Penerimaan Pajak Reklame Ruang Publik Kawasan Simpang Lima*, Tugas Akhir Jur. PWK UNDIP: SMG
- Cowie, AP, 1980, *Oxford Learner's Pocket Dictionary*, Oxford University Press: NY
- Echols, John M dan Hassan Sadily, 1983, *Kamus Inggris-Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Echols, John M dan Hassan Sadily, 1983, *Kamus Indonesia-Inggris*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Pei, M, 1971, *Encyclopedia Americana*, Growler Inc.: NY
- Setyohadi, Bambang, 1998, *Kajian Keterkaitan Kemampuan Bertahan Permukiman dengan Struktur Sosial Masyarakat, Studi kasus Permukiman Candi Baru Semarang*, Thesis MTA Universitas Diponegoro: Semarang
- Sujono, Bambang, 2002, *Karakter Visual Koridor Pendukung Kawasan, Studo kasus Simpang Lima Semarang*, Thesis MTA Universitas Diponegoro: Semarang
- Suprpti, Atik, 1997, *Kajian Pola Spasial Kampung Kauman Semarang sebagai suatu Place*, Thesis MTA Universitas Diponegoro: Semarang
- White, Edward T, 1981, *Presentation in Architecture*, Architectural Media Ltd: AZ
- Wicaksono, Andic, *Sepenggal Kilas Sejarah Siranda*, Jurnal Enclosure JAFT UNDIP Vol 1 No. 3 Maret 2004: Semarang
- www.markplus.co.id
- www.semarang.nl