

## PENATAAN PAPAN REKLAME PADA PENGGAL JALAN HAYAM WURUK SEMARANG

B. Adji Murতোমো

### ABSTRAKSI

*Seiring dengan adanya pasar bebas, semakin meningkatkan persaingan di dunia perekonomian, salah satunya di bidang perdagangan,. Para pengusaha berusaha semaksimal mungkin untuk menjual produk – produknya agar dapat diterima oleh masyarakat, dengan cara menawarkan-nya baik itu dengan cara promosi langsung maupun dengan memasang iklan di media elektronik maupun di media cetak yang berupa gambar – gambar yang semenarik mungkin dan mudah diingat, hal ini juga banyak kita jumpai di fasilitas - fasilitas umum, salah satunya di jalan – jalan atau yang sering disebut reklame.*

*Para pengusaha melihat fasilitas umum ini cukup efektif untuk menawarkan produk – produknya, karena dapat dilihat dan dibaca oleh masyarakat pemakai fasilitas umum tersebut yang mau tidak mau melihat dan membaca reklame tentang produk mereka. Reklame ini dapat berupa baliho, neon box maupun spanduk kain yang dipasang di tempat – tempat strategis di sepanjang jalan.*

*Pada kenyataan di lapangan masih banyak pemasangan serta penempatannya yang kurang sesuai dengan peraturan pemerintah, dan sering kali mengganggu pengguna jalan yang menimbulkan ketidak-nyamanan. Jalan – jalan umum di Semarang merupakan potensi timbulnya permasalahan tersebut karena kota Semarang merupakan ibukota propinsi dengan tingkat perdagangan yang tinggi.*

### SIGNAGE

#### Pengertian signage

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 fisual 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 kota. Sama halnya dengan Sanoof (1991) yang menyatakan bahwa *signage* seperti dalam penggunaan *sign*, keberadaannya memberikan informasi kepada masyarakat yang sedang melintas, berjalan atau berkendara. *Signage* mengindikasikan bahwa *signage* dapat menciptakan image bagi suatu kota.

#### Sasaran Dan Fungsi Signage

Di dalam Arsitektur dikenal moda atau cara berkomunikasi. Seperti dalam komunikasi secara verbal, dikenal istilah “ Bahasa Arsitektur ” sebagai alat komunikasi yang lazim dikenal melalui bentuk. Kata-kata dalam bahasa Arsitektur lebih etnis 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. *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 :

1. Jati diri (identitas) mal (mall identity), dapat berupa symbol atau logo untuk memberikan identitas suatu mal, dan logo tersebut dapat digunakan untuk suatu informasi pada public.
2. Rambu-rambu lalu lintas (*traffic sign*), yang meliputi rambu-rambu pada highway, lampu-lampu lalu lintas, rute perjalanan, tanda parkir, tanda berhenti, penyeberangan pejalan kaki dan tanda penunjuk arah.
3. 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.
4. Tanda-tanda informasi (informational *sign*), merupakan tanda-tanda (*signs*) yang berfungsi untuk memberikan informasi seperti petunjuk arah, peta-peta dan tanda-tanda (*signs*) khusus yang menunjukkan lokasi parkir, subway atau halte bis. Dengan informasi tersebut akan menuntun orang menuju tujuan tertentu.

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

**SIGNAGE DI JL HAYAM WURUK, SEMARANG**

**Potensi Dan Permasalahan Yang Ada**

Jalan Hayam Wuruk merupakan jalan penghubung ke pusat kota, serta merupakan kawasan pendidikan, sehingga kawasan ini cukup ramai oleh kendaraan maupun mahasiswa,

hal ini menarik perhatian bagi para pedagang untuk membuka kios – kios dagangan, yang sebenarnya tidak direncanakan sebelumnya. Banyak para pedagang yang dengan enakannya membangun kios tanpa memperhatikan kondisi sekitarnya, bentuk dan massa bangunan yang berbeda – beda, skala, penggunaan material, tekstur serta warna yang di terapkan pada kios – kios juga mempengaruhi keserasian dan keseelarasan lingkungan. Garis Sempadan Bangunan sudah tidak jelas, kios – kios sudah sangat dekat dengan jalan.

Untuk lebih menarik perhatian konsumen, berbagai cara pun dilakukan oleh para pedagang, salah satunya dengan memasang reklame semenarik dan sejelas mungkin. hal inilah yang menjadi potensi daerah jalan Hayam Wuruk terkesan kurang rapih, semrawut. Pemasangan papan reklame sendiri juga menimbulkan masalah, banyak papan reklame yang terpasang tidak sesuai dengan peraturan pemerintah, misalnya dalam hal proporsi, keselarasan penempatan antara papan reklame yang satu dengan yang lainnya, sehingga timbul suatu kesan tidak harmonis. Padahal pemerintah telah mengeluarkan peraturan tentang penataan papan reklame bahwa setiap perencanaan penempatan reklame harus memperhatikan estetika, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana kota.

**Analisa Papan Reklame Pada Jalan Hayam Wuruk**

Dari hasil survey, kami dapat mengelompokkan jenis – jenis serta mengetahui jumlah papan reklame yang ada di Jalan Hayam Wuruk Semarang, jenis papan reklame serta jumlahnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

| NO.          | JENIS PAPAN REKLAME   | UTARA                        | SELATAN                    |
|--------------|---|------------------------------|----------------------------|
| 1.           | Papan Reklame Menempel  | 20 buah                      | 16 buah                    |
| 2.           | Papan Reklame Menggantung   | 3 buah                       | 8 buah                     |
| 3.           | Papan Reklame Tiang<br>Satu Kaki<br>Neon Box<br>Biasa<br>Dua Kaki (biasa) | 14 buah<br>20 buah<br>5 buah | 7 buah<br>8 buah<br>3 buah |
| 4.           | Papan Reklame Spanduk<br>pada kios – kios<br>pada pohon                   | 28 buah<br>6 buah            | 15 buah<br>5 buah          |
| jumlah       |   | 96 buah                      | 62 buah                    |
| Baliho       |   | 5 buah                       |                            |
| Jumlah total |   | 163 buah                     |                            |

*Tabel 1. Tabel Jumlah Papan Reklame Di Jalan Hayam Wuruk*

( Sumber : Survey Lapangann Tahun 2006 )

**Analisis Jenis Papan Reklame**

*Reklame Papan ( Billboard / Baliho / Neon Box)*

Baliho atau papan reklame yang berukuran besar, termasuk dalam kategori *Freestanding Sign* atau tanda – tanda, dalam hal ini papan reklame yang berdiri sendiri yang didukung oleh satu tiang ( *pole sign* ), adapun sifatnya *Permanent Sign* yang berfungsi sebagai papan Advertisi ( *signboard* ), komersial yang maksudnya untuk mempublikasikan kepentingan dagang, memiliki jangka waktu pasang tertentu, sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau diundangkan ( Kelly dan Raso ), dalam hal ini peraturan pemerintah.

Titik – titik penempatannya telah diatur oleh pemerintah serta telah diadakan perjanjian kontrak terlebih dahulu antara pemerintah dengan pemasang iklan, untuk titik – titik penempatan baliho terletak di tempat – tempat yang strategis agar mudah dilihat oleh orang yang lewat, pemasangannya tegak lurus dengan jalan dan kadang sedikit serong, dimaksudkan orang yang lewat dapat melihat sejelas dan selama mungkin papan reklame tersebut, di jalan Hayam Wuruk terdapat 5 buah baliho, dipasang menggunakan tiang dengan satu kaki dengan konstruksi baja.

Dimensi Baliho juga merupakan faktor yang harus diperhatikan, hal ini berkaitan dengan luasan dan ketinggian papan reklame, luas ruang, penempatan ( lokasi ), dan kecepatan pergerakan ( ashihara, 1983, lynch, 1988, kelly dan rasso, 1991, smardon, 1992 ). Agar tidak menimbulkan kekacauan visual dan ketidakserasian terhadap lingkungan sekitar.

Untuk di daerah jalan Hayam wuruk yang memiliki tingkat kecepatan kendaraan dan dimensi bangunan yang cukup rendah, seharusnya dimensi Baliho juga tidak terlalu besar dan harus memperhatikan estetika lingkungan sekitar. Tetapi karena tuntutan tingkat pendapatan pajak reklame, maka dimensi yang ada pada daerah tersebut tidak terpengaruh dari faktor – faktor diatas.

Dimensi Baliho tersebut di lapangan sangat tidak sesuai dengan peraturan pemerintah, yang menetapkan bahwa ukuran baliho pada titik –

titik di jalan Hayam Wuruk yaitu baliho tipe 2 ( dua ) dengan ukuran 2 meter x 2 meter, tetapi pada kenyataannya ada yang berukuran 2,50 meter x 3 meter, sampai dengan ukuran 3 meter x 5 meter. Selain itu penggunaan Baliho tersebut kurang tepat, sesuai yang dikemukakan Richardson bahwa penggunaan tanda harus merefleksikan karakter setempat, yang merupakan kawasan kampus UNDIP Pleburan. Jarak yang satu dengan yang lainnya harus memadai dan menghindari kepadatan dan ketidakteraturan, larangan papan iklan yang besar yang mendominasi visual dan menciptakan pengaruh visual yang negatif, penggunaannya harus harmonis dengan elemen Arsitektur dimana berada, dalam hal ini lingkungan kampus Pleburan sebagai kawasan pendidikan. Selain itu penempatannya ada yang tertutup pohon, sehingga baliho tersebut tidak terlihat seutuhnya, ada sebagian gambar maupun tulisan yang tertutup ranting – ranting pohon.

*Reklame kain*

Jenis papan reklame kain / spanduk di jalan Hayam Wuruk juga cukup banyak, dari hasil survey, reklame kain / spanduk banyak digunakan oleh pedagang makanan, pada warung – warung penjual makanan, reklame ini berfungsi juga sebagai penutup atau penghalang pandangan dari arah jalan ke dalam warung, tetapi tidak 100 % terhalang, konsumen masih ada kesan hubungan dengan lingkungan luar, tetapi privasi ketika makan terjaga. Untuk kondisi di jalan Hayam Wuruk masih terkesan semrawut, hal ini sangat bertentangan dengan Peraturan Pemerintah bahwa pemasangan papan reklame tidak boleh menghilangkan estetika bangunan secara keseluruhan. Pemasangannya ada yang menggunakan tali dan diikatkan ke sembarang tempat. reklame ini juga banyak digunakan oleh penjual jasa fotocopy dan rental computer.

Papan reklame dari kain banyak digunakan karena praktis, murah, termasuk dalam kategori *Temporary Sign*, karena bersifat sementara / temporer serta dapat dilepas dan dipasang setiap saat (tidak permanen), dan memiliki batas waktu sesuai dengan kebijakan perijinan setempat. Dari hasil survey kami, reklame jenis ini baik ditempatkan menempel

pada bangunan sehingga tidak terlalu mengganggu sirkulasi pejalan kaki, selain itu sebaiknya ada tempat tersendiri untuk meletakkan reklame jenis kain terutama reklame spanduk, seperti yang telah dikeluarkan pemerintah mengenai panggung spanduk, agar terlihat lebih rapi dan tidak terkesan asal pasang. Untuk dilingkungan kampus sebaiknya terbebas dari reklame spanduk, kecuali yang melintang di atas jalan agar view ke arah kampus tidak terhalang oleh spanduk tersebut. Agar terlihat lebih rapi, alangkah baiknya jika papan reklame dipasang pada suatu tempat tersendiri, selain itu dalam pembacaannya tidak menyulitkan.

Papan reklame dari kain ada yang berfungsi sebagai informasi, khususnya yang berupa reklame spanduk, untuk menginformasikan kegiatan di suatu lokasi, keterangan tentang keadaan suatu lingkungan, selain itu juga berfungsi sebagai identitas kios dan ada yang bersifat *komersial* yang maksudnya adalah untuk mempublikasikan kepentingan dagang, profesi, komoditi, pelayanan jasa, hiburan dan lain – lain. Reklame spanduk termasuk jenis signage yang berfungsi sebagai informasi, yaitu untuk menginformasikan kegiatan di suatu lokasi, sedangkan klasifikasinya termasuk kedalam jenis *snipesing*, karena diletakkan / dipasang pada pohon atau tiang, dan bersifat sementara.

### *Reklame Menempel / Stiker / Poster*

Menempel pada bangunan, kebanyakan digunakan sebagai identitas kios atau warung yang bersangkutan, karena menempel pada bangunan, termasuk dalam kategori *wall sign*, ditempel pada dinding bangunan, menjadi satu kesatuan dengan dinding bangunannya, meliputi *sign* dicat pada dinding atau ditempel dengan cara dipakukan ke bangunan tersebut, sehingga pemasangannya sejajar dengan jalan, papan reklame jenis ini tidak mudah dilihat oleh orang, orang cenderung akan sedikit menolehkan penglihatannya agar dapat terbaca.

Dimensi papan reklame juga merupakan faktor yang harus diperhatikan, hal ini juga berkaitan dengan luasan dan ketinggian papan reklame, luas ruang, penempatan ( lokasi ), dan kecepatan pergerakan ( ashihara, 1983, lynch, 1988, kelly dan rasso, 1991, smardon, 1992 ). Untuk di daerah jalan Hayam Wuruk yang memiliki tingkat kecepatan kendaraan dan

dimensi bangunan yang cukup rendah, maka dimensi papan reklame menempel juga tidak terlalu besar, serta harus memperhatikan estetika lingkungan sekitar.

Pemasangan papan reklame jenis ini cukup praktis, serta mudah, hanya ditempel ke dinding maupun pohon dengan menggunakan lem maupun paku. Papan reklame jenis ini banyak di jumpai di jalan Hayam Wuruk yang dipasang di sembarang tempat, sehingga kebersihan dan keindahan jalan menjadi kurang nyaman. selain itu efek setelah reklame tersebut rusak cukup mengganggu bila tidak dibersihkan secara total. terutama yang menggunakan bahan dari kertas dan ditempel ke dinding dengan menggunakan lem.

Sasaran dan fungsi papan reklame ini yaitu sebagai jatidiri komersial ( *commercial identity* ) sebagai jatidiri pertokoan, seperti papan nama ( *name plate* ), sign advertising ( papan reklame ). Agar penerapannya tidak menimbulkan kepadatan, dan ketidakteraturan visual, perlu adanya penataan jarak pemasangan antar reklame, penggunaan papan reklame harus dapat merefleksikan karakter kawasan, dalam hal ini kawasan pendidikan, juga harus harmonis dengan bangunan Arsitektur dimana papan reklame tersebut berada (Richardson dalam Shirvani, 1985).

Karena situasi dan kondisi jalan Hayam Wuruk yang merupakan kawasan kampus serta memiliki ketinggian bangunan yang tidak terlalu tinggi, maka penempatan reklame diatas bangunan jarang dipakai, hal ini kurang efektif disebabkan pula banyaknya pohon yang tumbuh subur di sepanjang Jalan Hayam Wuruk.

Untuk penempatannya sendiri sangat tidak sesuai dengan peraturan pemerintah, hal ini terlihat dari penempatan reklame pada kios – kios yang terkesan sembarang, pada ruang – ruang kosong, sehingga tidak ada keselarasan, irama yang ditimbulkan dari papan reklame tersebut.

### *Reklame Menggantung*

Termasuk dalam kategori *Suspended Sign* karena dipasang dengan cara menggantungkan papan dari bahan seng maupun yang lainnya menggunakan besi yang di pasang pada fasade bangunan. pemasangan papan reklame jenis ini sebenarnya hampir sama

dengan jenis tiang, bedanya jenis menggantung tiang vertikalnya tidak ditanam ke tanah atau trotoar, tetapi di pasang pada bangunan yang bersangkutan. reklame jenis ini jarang diterapkan karena sifatnya yang labil bila terkena angin, cenderung akan bergoyang, karena digantung menggunakan kawat yang diikatkan ke pipa besi.

Papan reklame menggantung baik bila di pasang di bawah atap tritisan bagian depan, karena terlindung dari angin dan di pasang atau diikatkan menggunakan pipa besi kecil.

Untuk pemasangan papan reklame menggantung di jalan Hayam wuruk, masih jauh dari peraturan pemerintah yang menetapkan bahwa ketinggian ruang bebas minimal 2,50 meter, sedangkan pada kenyataannya kurang dari yang ditetapkan pemerintah, yaitu hanya sekitar 2 meter. Selain itu banyak papan reklame yang menjorok ke badan jalan. Dilihat dari keselarasan dengan bangunan masih banyak yang tidak selaras, karena proporsi telalu besar.

### **Analisis Tempat / lokasi**

Penempatan papan reklame merupakan faktor yang sangat memengaruhi penataan papan reklame agar terlihat rapi dan teratur, dari hasil survey lokasi, kami mengambil beberapa titik penempatan papan reklame yang sekiranya cukup bermasalah, dalam konteks peraturan pemerintah, implementasi penempatan pada daerah lingkungan pendidikan yang kurang mencerminkan kawasan pendidikan. Titik – titik tersebut merupakan salah satu sampel dari permasalahan yang umum terjadi di jalan Hayam Wuruk, terutama pada penempatannya.

#### *Pada Sarana dan Prasarana Kota*

Trotoar / bahu jalan di sepanjang jalan Hayam Wuruk.

Biasanya berupa reklame tiang, dipasang dengan cara menanam tiang dari pipa besi ke dalam trotoar yang digali dan dicor dengan semen. Penempatannya sendiri cukup mengganggu, baik sirkulasi maupun visual pejalan kaki. Jalur pedestrian yang memiliki lebar kurang lebih 150 cm sudah cukup sempit, diambil lagi untuk lahan parkir, kunci dari perancangan pedestrian agar nyaman adalah adanya keseimbangan antara penggunaan pedestrian area dengan fasilitas bagi kendaraan

bermotor, dalam hal ini tempat parkir, selain itu adanya penempatan tiang papan reklame dengan jarak antar tiang papan reklame yang terlalu dekat, banyaknya pepohonan yang ada juga memberikan kesan adanya pembatas jalur pedestrian yaitu antara kios – kios pedagang dengan tiang – tiang papan reklame dan pepohonan, sehingga pejalan kaki terkesan berjalan pada ruang yang cukup sempit.

Posisi papan reklame diatas banyak yang dipasang tidak teratur, ada yang kearah jalan maupun kearah jalur pedestrian, selain itu ketinggian yang cukup rendah, jumlahnya yang terlalu banyak, lokasi yang saling berdekatan jarak dan ukuran papan reklame kurang memadai dan kurang diatur sedemikian rupa sehingga jarak penglihatan terlalu dekat, hal ini juga menimbulkan kepadatan dan kekacaubalaun visual.

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan mengenai pemasangan papan reklame pada trotoar, yaitu dengan ketentuan bahwa ketinggian ruang bebas minimal adalah 2,50 meter untuk reklame kecil, selain itu pemasangan papan reklame tidak boleh melebihi / menjorok ke badan jalan. Penggunaan reklame harus dapat merefleksikan karakter suatu tempat, dalam hal ini kawasan kampus UNDIP Pleburan sebagai kawasan pendidikan, tapi pada kenyataannya papan – papan reklame yang ada kurang mencerminkan karakter kawasan tersebut.

Sasaran dan fungsi papan reklame ini yaitu sebagai jatidiri komersial ( *commercial identity* ) sebagai jatidiri pertokoan, seperti papan nama ( *name plate* ), sign advertising ( papan reklame ). Papan reklame yang berada pada trotoar termasuk dalam klasifikasi *Freestanding Sign* atau tanda – tanda ( papan reklame ) yang berdiri sendiri yang didukung oleh satu tiang ( *pole sign* ), adapun sifatnya *Permanent Sign* yang berfungsi sebagai papan Advertisi ( *signboard* ), komersial yang maksudnya untuk mempublikasikan kepentingan dagang, memiliki jangka waktu pasang tertentu, sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau diundangkan ( Kelly dan Raso ). Untuk itu perlu adanya penataan ulang terhadap papan reklame yang ada atau kios – kios pedagang agar terlihat lebih rapi.

*Diluar Sarana dan Prasarana Kota*

Di jalan Hayam Wuruk Penempatan Papan Reklame di luar sarana dan prasarana kota yaitu pada bangunan pribadi yang membuka toko maupun jasa, serta kios – kios di sepanjang jalan tersebut. Pemasangannya paling banyak diterapkan oleh pedagang pemilik kios, karena adanya kebebasan pemasangan, di luar sarana dan prasarana kota. Jenis reklame yang dipasang adalah reklame papan, reklame kain, dengan cara menempel, menggantung pada bangunan maupun menggunakan tiang sebagai penyangga. Karena ada kebebasan pemasangan, serta kurangnya aturan yang baku serta kurangnya pengawasan, maka timbul persaingan antar pedagang untuk memasang papan reklame pada daerahnya agar menarik perhatian konsumen, Richardson dalam Shirvani (1985), memberikan landasan bahwa untuk meningkatkan kualitas lingkungan suatu kawasan maka dituntut karakteristik *signage* :

- Penggunaan *signage* harus dapat merefleksikan karakter suatu tempat.
- Jarak *sign* satu dengan lainnya harus memadai dan menghindari kepadatan dan ketidakteraturan visual.
- Penggunaan *sign* harus harmonis dengan bangunan Arsitektur dimana *sign* tersebut berada.
- larangan untuk papan iklan yang besar dan mendominasi visual sehingga menimbulkan pengaruh visual yang negatif.
- kualitas rancangan dan ukuran advertasi pribadi harus diatur untuk membentuk kesesuaian, serta mengurangi persaingan antar sesama iklan.

Dilihat dari penempatannya, reklame pada kios cukup membantu dalam memeberikan identitas toko tersebut. Secara langsung penempatan reklame pada kios tidak mengganggu sirkulasi maupun visual pejalan kaki. Di jalan Hayam Wuruk penempatan reklame pada kios biasanya ditempatkan di atas atap tritisan maupun pada dinding paling depan sebelah atas, posisi ini cukup baik karena orang lebih yakin terhadap toko yang dikunjungi.

Selain pada kios – kios permanen, penempatan papan reklame sering terlihat pada kios – kios gerobak rokok yang bersifat tidak

permanen, biasanya berupa reklame menempel mengenai suatu produk rokok, hal ini cukup efektif, karena kios – kios tersebut rata – rata menjual rokok, sehingga penawaran iklan ini cukup mengena secara langsung kepada konsumen. Untuk penempatannya papan reklame ini tidak terlalu mengganggu, dengan proporsi yang kecil dan bentuk bervariasi, tetapi dalam pemilihan konsep, tema papan reklame tersebut kurang mencerminkan karakteristik lingkungan kampus, terdapat kata-kata bijak sebagai ajakan untuk memotivasi mahasiswa dalam meningkatkan kegiatan belajar mengajar.

Paparan diatas juga menunjukkan bahwa pemasangan papan reklame pada bangunan / kios cukup bervariasi, untuk itu perlu diperhatikan beberapa hal dalam pemasangan maupun perletakkannya, sehingga enak dilihat dan tidak terkesan semrawut, antara lain :

- penggunaan papan reklame harus harmonis dengan bangunan arsitektur di sekitar lokasi.
- Jarak dan ukuran tanda – tanda harus memadai dan diatur sedemikian rupa agar menjamin jarak penglihatan dan menghindari kepadatan dan ketidakteraturan visual.
- Larangan untuk papan iklan yang besar, yang mendominasi visual sehingga menimbulkan pengaruh visual yang negative
- Kualitas rancangan dan ukuran papan reklame pribadi harus diatur untuk membentuk kesesuaian, serta mengurangi persaingan antar sesama iklan.

Secara umum untuk penempatan papan reklame pada kios di jalan Hayam Wuruk masih jauh dari kesan rapi, karena belum ada aturan yang baku mengenai pemasangan papan reklame pada bangunan, khususnya pada jalan Hayam wuruk, banyak kios yang memasang lebih dari satu papan reklame, hal ini yang menimbulkan semakin banyaknya papan reklame dan semakin tidak teraturnya papan reklame di jalan Hayam Wuruk.

**Analisis Konstruksi**

*Reklame Tiang kaki Tunggal*

Pemasangan papan reklame dengan konstruksi tiang kaki tunggal paling banyak

diterapkan pada kios – kios yang ada, pemasangan-nya yang mudah serta jelas maksud dan tujuannya. hal ini sangat wajar, karena penempatannya dapat seefektif mungkin serta dapat dipasang dalam posisi dan letak dekat dengan kios, tetapi ini sangat melanggar peraturan pemerintah kota Semarang, karena penempatannya berada pada sarana dan prasarana kota, dalam hal ini jalur pedestrian. Seharusnya pemasangannya juga sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan pemerintah, bahwa ketinggian ruang bebas minimal 2,50 m, tetapi dalam kenyataannya kurang dari yang ditetapkan pemerintah, papan reklame harus dipasang vertikal, serta tidak menjorok ke badan jalan.

#### *Reklame Tiang Kaki Ganda*

Sama halnya dengan reklame tiang satu kaki, penempatan reklame ini menggunakan tiang sebagai penyangga, hanya saja tiang penyangga berjumlah 2 buah pada sisi kanan dan kiri papan reklame tersebut. Pemasangan di jalan Hayam Wuruk cukup jarang, dan hanya diterapkan diluar sarana dan prasarana kota, yaitu berada pada lahan pribadi, pemasangan reklame dengan konstruksi tiang kaki ganda dimaksudkan agar konstruksi yang menopang kuat, dengan proporsi tiang yang cukup kecil, minimalis, walaupun ukuran papan reklame tersebut cukup besar. Dipasang sejajar dengan jalan agar tidak mengganggu sirkulasi kendaraan maupun pejalan kaki, reklame jenis ini kurang efektif diterapkan pada lahan yang sempit, karena jarak antar tiang sama hampir sama dengan lebar dari papan reklame yang ditopangnya.

Pemasangan papan reklame jenis ini lebih efektif bila dipasang sejajar dengan jalan dan tidak berada pada fasilitas umum, karena membutuhkan space yang cukup luas untuk meletakkan kedua tiang yang menopangnya. Papan reklame dengan dua tiang biasanya ditempatkan di sisi jalan, serta memiliki luasan papan reklame minimal 2.4 m<sup>2</sup>.

#### **Analisis Warna, Material Dan Pencahayaan**

Dilihat secara keseluruhan pemilihan warna pada papan – papan reklame di jalan Hayam Wuruk berwarna cerah, mencolok, seperti warna merah, kuning, biru, atau bahkan

hitam. Sehingga cukup mempengaruhi visual orang yang melewati jalan tersebut, Pertimbangan pemilihan warna dan material *sign* adalah keindahan, di samping factor kejelasan (*legibility*). Karena sasaran *sign* adalah untuk menarik perhatian orang yang melihatnya, maka *sign* dibuat dalam warna – warna mencolok. Hal ini dapat menimbulkan kontras terhadap lingkungan. Untuk mengurangi efek negative warna maka perlu penyesuaian warna *sign* dengan lingkungan di sekitarnya.

Sedangkan pemilihan material berpengaruh terhadap estetika dan efek pencahayaan. Material mengkilap seperti fiber glass atau plastic akan menimbulkan *glare* jika terkena cahaya. terutama cahaya langsung.

Pencahayaan yang digunakan pada papan reklame menggunakan cahaya lampu neon, terutama neon box, dan akan terlihat menarik ketika malam hari, hal ini cukup efektif untuk menarik konsumen. Seperti diungkapkan oleh Appleyard dalam *semardon* (1986), bahwa tidak ada efek yang menarik selain pencahayaan pada malam hari. Dari pencahayaan tersebut dapat terlihat *node – node*, dengan banyaknya cahaya tidak beraturan yang ditimbulkan oleh *sign*. Pencahayaan pada *sign* akan menambah suasana menjadi lebih hidup. Selain aspek kejelasan, pencahayaan berfungsi estetis.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

*Signage* merupakan salah satu elemen penting pembentuk suatu kawasan, bila tidak ditangani dengan baik menimbulkan ketidakteraturan visual serta suatu kawasan. Perlu adanya penataan *signage*, dalam hal ini papan reklame pada kawasan atau zona advertensi agar kedepan tidak timbul permasalahan yang dapat mengurangi bahkan menghilangkan citra suatu kawasan tertentu, seperti halnya penataan papan reklame pada Jalan Hayam Wuruk sebagai kawasan Pendidikan.

Secara umum pada saat ini tata cara penanganan dan penataan reklame yang telah dilaksanakan di jalan Hayam Wuruk dapat dikatakan cukup baik, namun memerlukan suatu charge yang lagi baik dari segi estetika, secara

arsitektual maupun lingkungan yang merupakan kawasan kampus, serta dari segi manajemen yang berorientasi kepada efisiensi dan keindahan lingkungan sekitar, bukan kepada targeting yang terkadang mengabaikan sisi lainnya.

Dari data-data yang diperoleh serta pengamatan lokasi, sepanjang jalan Hayam Wuruk lebih banyak digunakan sebagai daerah perdagangan maupun jasa, hal ini disebabkan karena jalan tersebut berada di lokasi kampus UNDIP, dimana mahasiswa memenuhi kebutuhannya, baik perkuliahan maupun untuk sehari – hari. Kondisi ini dimanfaatkan para pedagang untuk menawarkan barang dagangannya maupun jasa, dalam bentuk iklan atau kita sebut papan reklame.

Penataan papan reklame di sepanjang jalan Hayam Wuruk terkesan masih kurang diperhatikan, hal ini dapat dilihat dari berbagai macam serta jenis papan reklame yang ada di daerah tersebut, untuk itu perlu suatu adanya peraturan yang mengatur penataan maupun berbagai hal yang berhubungan dengan papan reklame, sehingga para pedagang yang bermaksud memasang iklan tidak sembarangan atau begitu saja memasang papan reklame menurut keinginannya.

Dari hasil survey yang kemudian kami analisa dengan mengacu terhadap Peraturan Pemerintah Kota Semarang Mengenai Pemasangan Papan Reklame maupun teori yang relevan, dapat disimpulkan, bahwa masih adanya permasalahan yang timbul, dalam hal ini mengenai penataan papan reklame, antara lain : Penataan papan reklame yang tumpang tindih, dengan jarak yang berdekatan, sehingga terkesan saling menutupi antara papan reklame yang satu dengan yang lainnya dan menimbulkan kepadatan serta ketidakteraturan visual.

Papan reklame dengan proporsi (besar) yang tidak sesuai dengan kondisi lingkungan maupun toko yang bersangkutan, sehingga cukup mengganggu visual pengguna jalan. Penggunaan tiang – tiang penyangga pada jalur pedestrian dengan jumlah yang semakin banyak, cukup mengganggu pejalan kaki.

Pemanfaatan pohon yang ada di sepanjang jalan sebagai tempat pemasangan papan reklame, yang sebenarnya dilarang oleh pemerintah.

Kurangnya penataan papan reklame yang merefleksikan lingkungan Pleburan sebagai kawasan pendidikan.

Belum adanya standar “ Estetika Lingkungan Penataan Reklame ”, sehingga dalam pelaksanaannya di lapangan dapat mempengaruhi keindahan lingkungan.

Masih adanya bermunculan pemasangan reklame-reklame baru, akibat persaingan antar penyelenggara reklame maupun pemilik kios, yang mempengaruhi terhadap keindahan / estetika kawasan kampus UNDIP Pleburan.

Selain masalah diatas, masalah yang umum dan mendasar yaitu mengenai tidak adanya aturan yang jelas sebagai dasar untuk menata media reklame serta adanya target pendapatan asli daerah yang harus dipenuhi menjadikan pemerintah daerah tidak leluasa mengatur penataan media reklame dipasang oleh pemohon atau biro iklan sendiri.

Dari permasalahan – permasalahan diatas mengakibatkan daerah di sepanjang jalan Hayam Wuruk, di daerah kampus UNDIP Pleburan terkesan semrawut dan tidak enak dilihat, padahal daerah tersebut merupakan daerah kampus yang seharusnya mencerminkan keindahan dan intelektual mahasiswa.

#### **Saran – saran**

Dari hasil penelitian dan kesimpulan penelitian, masalah-masalah yang timbul sudah melekat erat dan cukup sulit untuk dihilangkan hal ini terkait dengan kesadaran para pedagang sendiri, Saran-saran yang dapat kami berikan yaitu :

- Para pedagang hendaknya mengetahui aturan – aturan mengenai pemasangan papan reklame, dengan cara pemerintah mengadakan sosialisasi mengenai aturan – aturan baku berkaitan dengan penataan papan reklame, khususnya di jalan Hayam Wuruk, sehingga diharapkan dalam pelaksanaannya tidak mengganggu keserasian dan keindahan lingkungan sekitar.
- Agar instansi terkait memberikan sanksi yang tegas terhadap para pedagang yang melanggar peraturan mengenai penataan papan reklame yang telah dibuat.
- Pemerintah senantiasa melakukan pengawasan dan koordinasi di lapangan



secara berkala dengan pihak – pihak maupun instansi terkait agar dalam pelaksanaannya di lapangan tidak ada papan reklame ilegal yang terkesan semrawut dan asal pasang.

- Perlu kiranya ada suatu kajian yang lebih khusus lagi dan terperinci dari masing – masing pihak yang terkait, agar kelesarian di jalan Hayam Wuruk tetap terjaga sebagai kawasan pendidikan.
- Mengadakan evaluasi kelayakan terhadap papan – papan reklame yang sudah ada, khususnya yang kurang sesuai dengan peraturan pemerintah, yang kemudian ditindaklanjuti dengan mengadakan peremajaan papan – papan reklame yang sudah tidak layak pakai sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- Perbaiki kelengkapan jalan ( *Street Furniture* ) agar tidak saling tumpang tindih dalam pemanfaatannya di lapangan, sehingga pejalan kaki tidak selalu dirugikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmawan, E.* Teori Dan Implementasi Perancangan Kota, 2003
- De Chiare & Koppelman, 1997, Standart Perancangan Tapak.
- Gallion – Einser, 1963, Urban Pattern, New York, Van Nostrand Company Inc. Josep & koppleman, Lee E, 1990, *Guide For Cities*, Jakarta, Penerbit Erlangga
- Robson, W.A., ed. *Great Cities of the World: Their Government, Politics and Planing*. New York: Macmillan Publishing Co, 1995
- Wood, Robert C. 1400 Government. Cambridge: Havard University Press.
- Zahnd, markus. Perancangan kota secara terpadu, teori perancangan kota dan penerapannya. Yogyakarta. 1999

[www.suaramerdeka.co.id](http://www.suaramerdeka.co.id) Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 7 Tahun 2003 Tentang Reklame, 2005 Searching : 27 September 2005

[www.suaramerdeka.co.id](http://www.suaramerdeka.co.id) Papan Reklame Yang Nekat Di Simpang Lima, 2005

searching : : 27 September 2005

[www.balipost.co.id](http://www.balipost.co.id) Arsitektur Reklame, 2005. Searching : 9 Januari 2005

Peraturan Walikota Semarang Nomor 7 Tahun 2003, 2003. Tata Cara Penyelenggaraan Reklame Di Wilayah Kota Semarang.

Peraturan Walikota Semarang Nomor 2 Tahun 2005, 2005. Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 7 Tahun 2003 Tentang Reklame.

Mandika, M, 2004, Pengaruh *Signage* Pada Bangunan – Bangunan Komersil Terhadap Estetika Visual Koridor Jalan Pandanaran Semarang, Tesis Pasca Sarjana Jurusan Arsitektur UNDIP Semarang.