

BAB II

KAJIAN TEORI

2. 1. Persepsi Masyarakat

Pengertian persepsi dari kamus psikologi adalah berasal dari bahasa Inggris, *perception* yang artinya: persepsi, penglihatan, tanggapan; adalah proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya; atau pengetahuan lingkungan yang diperoleh melalui interpretasi data indera (Kartono dan Gulo, 1987) Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Penginderaan adalah merupakan suatu proses di terimanya stimulus oleh individu melalui alat penerima yaitu alat indera. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf ke otak melalui pusat susunan saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Stimulus diterima oleh alat indera, kemudian melalui proses persepsi sesuatu yang di indera tersebut menjadi sesuatu yang berarti setelah diorganisasikan dan diinterpretasikan (Walgito, 2000).

Melalui persepsi individu dapat menyadari, dapat mengerti tentang keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi itu merupakan aktivitas yang ada dalam diri individu seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, kerangka acuan dan aspek-aspek lain yang ada dalam diri individu masyarakat akan ikut berperan dalam persepsi tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu

faktor internal dan faktor eksternal (Walgito, 2000). Berdasarkan atas hal tersebut, dapat dikemukakan bahwa dalam persepsi itu sekalipun stimulusnya sama tetapi karena pengalaman tidak sama, kemampuan berpikir tidak sama, kerangka acuan tidak sama, adanya kemungkinan hasil persepsi antara individu dengan individu yang lain tidak sama.

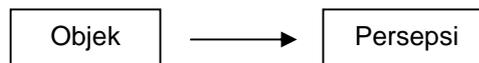
2. 1. 1. Teori-Teori Mengenai Persepsi

Terdapat beberapa teori yang membahas mengenai persepsi manusia terhadap lingkungannya dalam hal ini termasuk tanda, simbol dan spasial yang terdapat pada lingkungan tersebut, diantaranya adalah : teori Gestalt, *Ecological perception of the environment* , teori Brentano , Brunswik's *model*, dan *Transactional theory of perception* .

a. Teori Gestalt

Teori Gestalt (Bell, 2001) dipengaruhi oleh pemikiran yang bersifat arsitektural dan didasarkan pada asumsi secara menyeluruh bahwa manusia membaca makna bentuk atau melodi masuk ke dalam persepsi melebihi jumlah sensasi-sensasi individual sehingga manusia melihat obyek (tanda, simbol dan lain-lain) sebagai suatu kesatuan dan tidak mampu membedakannya bagian per bagian. Kelemahan teori ini adalah dalam hal waktu dan pengamatan yang berulang, bila seseorang mempergunakan waktu yang agak lama dalam merekam obyek, maka

semakin lama mengamati semakin mungkin seseorang melihat bagian per bagiannya dan semakin dapat membedakannya, apalagi bila pengamatan tersebut dilakukan secara berulang-ulang. Selanjutnya teori Gestalt dapat dipahami seperti pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 : Proses Terjadinya Persepsi Menurut Teori Gestalt
Sumber : Bell, 2001

b. *Ecological perception of the environment*

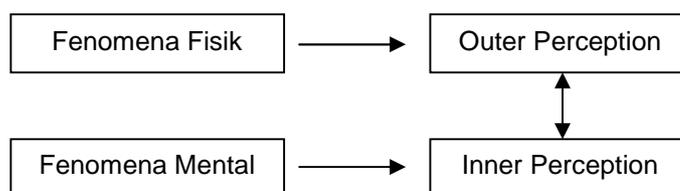
Teori *ecological perception* yang dikemukakan oleh Gibson (Bell, 2001) menekankan perlunya pendekatan persepsi secara menyeluruh dan terarah sehingga pola-pola stimulasi (dalam hal ini bisa berupa tanda, simbol atau lainnya) memberikan *the perceiver* (orang yang merasakannya, melihatnya) informasi sesegera mungkin mengenai suatu lingkungan termasuk karakter dari obyek atau tempat melalui sedikit usaha atau aktifitas yang kognitif. Selanjutnya bila diurutkan dapat digambarkan pada gambar 2.2 berikut



Gambar 2.2 : Proses Terjadinya Persepsi Menurut Teori *Ecological Perception*
Sumber : Bell, 2001

c. Teori Brentano

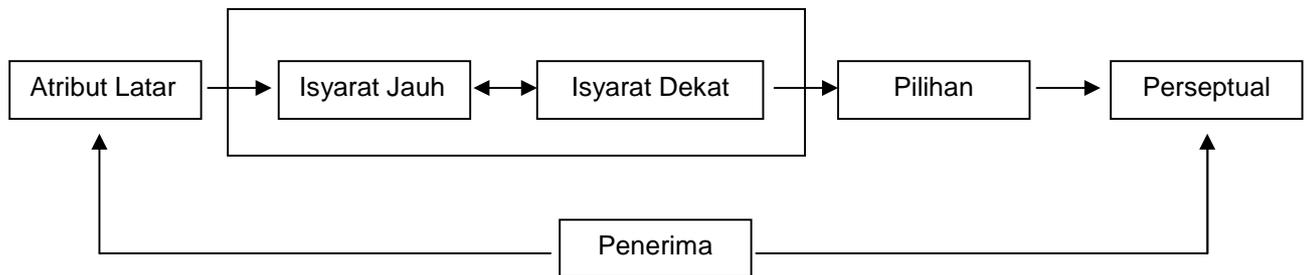
Brentano (Holl, 1991) membagi persepsi manusia menjadi dua yaitu: *outer perception* dan *inner perception*, fenomena fisik menggunakan *outer perception* manusia pada saat fenomena mental melibatkan *inner perception* manusia. Fenomena mental ini bersifat nyata dan juga disengaja. Secara empiris mungkin manusia dipuaskan oleh sebuah struktur seperti entitas spasial fisik yang asli tetapi secara intelektual dan spritual manusia membutuhkan pemahaman motivasi yang berada dibelakangnya. Dualitas intensi dan fenomena ini seperti saling mempengaruhi antara obyektifitas dan subyektifitas atau secara sederhana antara pikiran dan perasaan. Tantangan arsitektur adalah menstimulasi kedua *inner* dan *outer perception*-nya untuk mempertinggi pengalaman fenomenal pada saat pengekspresian pemaknaan secara serempak dan membangun dualitas ini dalam tanggapan terhadap ciri-ciri *site* dan lingkungan. Secara hirarkis proses terjadinya persepsi menurut Brentano ini dapat diurut seperti pada gambar 2.3.



Gambar 2.3 : Proses Terjadinya Persepsi Menurut Brentano
Sumber : Holl, 1991

d. Brunswik's *model*,

Brunswik's *lens model* oleh Egon Brunswik (Bell, 2001) berpendapat bahwa rangsangan lingkungan menjadi terfokus lewat usaha perseptual kita. Usaha ini dipengaruhi oleh atribut-atribut latar yang dimiliki pengamat kemudian merekam isyarat-isyarat yang bisa ditangkap dari jauh kemudian memilah ciri-ciri obyektif lingkungan dan perbedaan yang ada yang disebut isyarat-isyarat yang bisa ditangkap dari dekat dalam mengakurasi persepsi (validitas ekologis), isyarat-isyarat ini kemudian berturut-turut digabungkan dan diproses secara berbeda sehingga terjadi pemanfaatan isyarat oleh individu dalam membuat keputusan perseptual terhadap pilihan yang ada, proses tersebut berlangsung dan kembali ke awal, jadi setelah ada penerimaan, informasi tersebut akan menjadi atribut-atribut latar dari benda yang dilihatnya di masa yang akan datang dan seterusnya. Ini di analogikan seperti cara kerja sebuah lensa kamera yang merekam semua elemen-elemen visual yang berada dalam jangkauannya. Rekaman itu sangat bergantung pada jarak elemen-elemen yang dilihat, jadi detail sebuah benda tergantung pada jaraknya, lebih jelasnya dapat dilihat pada skema gambar 2.4.



Gambar 2.4 : Proses Terjadinya Persepsi Menurut *Brunswik's Lens Model*
Sumber : Bell, 2001

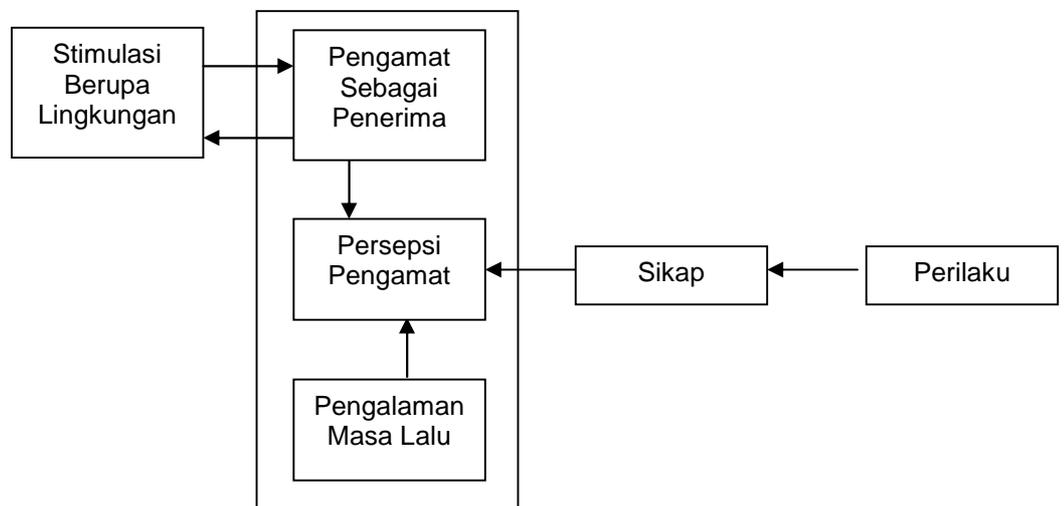
e. *Transactional theory of perception* .

Teori *transactional* yang dicetuskan oleh Mead tahun 1903, Dewey dan Bentley tahun 1949, Ames tahun 1960 (Lang,1987) menekankan peran pengalaman dalam persepsi dan berfokus pada hubungan yang dinamis antara manusia dan lingkungan. Persepsi dipertimbangkan sebagai suatu transaksi dimana lingkungan, pengamat dan persepsi saling tergantung satu sama lainnya. Teori ini membuat sejumlah asumsi sebagai berikut :

- Persepsi adalah multimodal
- Persepsi adalah sesuatu yang aktif dan bukan merupakan proses yang pasif.
- Persepsi tidak dapat dijelaskan dengan pembagian perilaku kedalam *perceiver* dan dirasakan.
- Persepsi tidak dapat dijelaskan yang berkaitan dengan respons yang dikondisikan ke stimuli.

- Hubungan antara orang dengan lingkungan adalah sesuatu yang dinamis.
- *Image* lingkungan yang dimiliki oleh pengamat tergantung pada pengalaman masa lalu, motivasi masa sekarang dan sikap.
- Pengalaman masa lalu diproyeksikan ke situasi masa sekarang dalam hubungannya dengan kebutuhan seseorang.

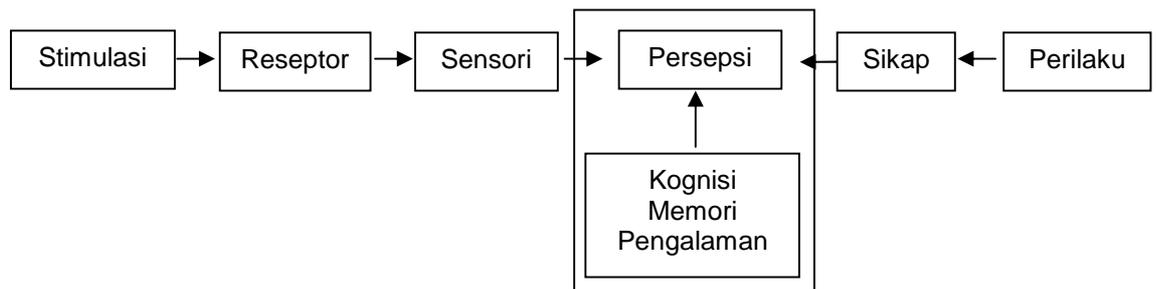
Bila diurutkan, maka proses terjadinya persepsi menurut *transactional theory* dapat digambarkan seperti pada Gambar 2.5.



Gambar 2.5 : Proses Terjadinya Persepsi Menurut *Transactional Theory*
Sumber : Lang, 1987

Pada umumnya teori-teori di atas menggunakan bahasa atau istilah yang berbeda dalam menjelaskan proses terjadinya persepsi, tetapi bila dipahami lebih jauh maknanya sama dan mirip,

perbedaan mendasarnya terletak pada detail dari tahap-tahap terjadinya persepsi, karena itu berdasarkan teori-teori tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa proses terjadinya atau terbentuknya persepsi dapat dilihat skema pada gambar berikut:



Gambar 2.6 : Skema Proses Terjadinya Persepsi
Sumber : Harisah, 2008

Dalam arsitektur, persepsi diungkapkan melalui kontak pada fenomena visual yang meliputi konsep: *form*, *isomorphism*, dan *field force* (Laurens, 2005) Konsep ini mengacu kepada bentuk-bentuk yang ada, yaitu konstansi pada suatu objek, adanya figur dan latar belakang, gerakan, dan ilusi. Konstansi artinya gejala yang bersifat tetap. Konstanti meliputi:

- a. Konstanti tempat,
- b. Konstanti warna,
- c. Konstanti bentuk dan ukuran

Figur merupakan keberadaan suatu objek yang menonjol di antara objek-objek lainnya. Suatu objek dapat dirasakan menonjol karena sifatnya yang mencolok, atau karena pengamat sengaja memusatkan perhatiannya pada objek tertentu. Sebaliknya, latar

belakang diamati sebagai gejala yang tidak mempunyai batas dan menggiring perhatian pengamatan pada objek menjadi figur. Persepsi juga terbentuk melalui pengamatan pada gerakan. Gerakan adalah sesuatu perpindahan posisi dari patokannya. Gerakan dapat saja berupa gerakan semu. Gerakan semu terjadi apabila patokannya kabur, seperti kesan Bergeraknya api lilin di tempat yang gelap. Ilusi merupakan kesalahan persepsi. Ilusi terjadi akibat pengamatan memperoleh kesan yang salah mengenai objek yang diamatinya. Terjadinya ilusi mengindikasikan tidak memadainya hubungan yang diasumsikan pengamat memperoleh kesan yang salah mengenai objek yang diamatinya. Terjadinya ilusi mengindikasikan tidak memadainya hubungan yang diasumsikan pengamat, misalnya antara ukuran, bentuk geometris, dengan imaji yang diterima pengamat.

Apabila dikaitkan diaplikasikan ke dalam ranah arsitektur, maka studi persepsi mengarah kepada upaya untuk mengidentifikasi pengalaman kita terhadap dunia. Dalam bidang arsitektur, studi persepsi dilakukan untuk mengetahui respon manusia terhadap lingkungan terbangun. Respon tersebut meliputi aspek-aspek kenyamanan cahaya, suhu, udara, bau, tipe ruangan dan objek didalamnya, tipe bangunan dan artefaknya, penggal jalan serta skala lansekap yang bervariasi (Khamelia, 2004).

Dari uraian diatas dapat dijelaskan bahwa manusia sebagai pengamat selalu melakukan eksplorasi pada setiap objek yang ada disekitarnya. Selanjutnya makna yang berasal dari kekhasan suatu objek maupun lingkungan, bahkan sesuatu yang abstrak akan ditangkap oleh pancaindera manusia sebagai suatu rangsangan. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam benak pengamat terhadap lingkungan sekitarnya. Pandangan final itulah yang disebut sebagai persepsi. Rangsangan yang menghasilkan persepsi dapat berupa suatu objek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa, yang disadari dan dimengerti oleh pengamat. Dalam arsitektur dan *urban design*, terbentuknya persepsi dicapai melalui kontak fenomena visual, yang mengacu kepada konstanti, figur dan latar belakang, gerakan, dan ilusi yang ditimbulkan oleh bentuk-bentuk dan aktivitas yang terlihat oleh pengamat.

2. 1. 2. Persepsi Tentang Ruang

Menurut Hall, E, 1966, kemampuan manusia di dalam memahami ruang yang diciptakan guna memenuhi kebutuhannya, sangat tergantung dari bagaimana interaksi antara manusia dengan lingkungan binaan (yang diciptakan untuk kebutuhan manusia) dan bagaimana pengaruh ruang atau lingkungan binaan tersebut terhadap sikap dan tingkah laku manusia.

Faktor-faktor pemahaman ruang menyangkut hal-hal yang lebih dalam mengenai aspek psikologi dari pemakai, bagaimana persepsinya mengenai suatu ruang/ bangunan, bagaimana kebutuhan interaksi sosial antara pemakai dan bagaimana arti simbolis suatu ruang/ bangunan. Pengalaman ruang dapat dibentuk melalui:

- *Visual Space*, terbentuk dari persepsi indera mata
- *Audio Space*, terbentuk dari persepsi indera pendengaran
- *Olfactual Space*, terbentuk dari persepsi indera penciuman
- *Thermal Space*, terbentuk dari persepsi terhadap temperatur lingkungan
- *Tectile Space*, terbentuk dari persepsi indera peraba yang terbentuk dari kemampuan meraba
- *Kinesthetic Space*, terbentuk dari batas-batas keleluasaan gerak manusia

2. 1. 3. Persepsi Tentang Lingkungan

Menurut setiawan B. Haryadi (1995), persepsi lingkungan atau *environmental perception* adalah interpersepsi tentang suatu setting oleh individu, didasarkan latar belakang, nalar dan pengalaman individu tersebut. Dalam persepsi tentang lingkungan juga sering di kaitkan dengan teori *Imageable City* dimana berasal

dari keilmuan psikologi lingkungan. Teori *Imageable City* ini juga digunakan oleh Kevin Lynch dalam mengemukakan lima elemen citra kota dalam bukunya "*Image Of The City*"

Teori *Imageable City* oleh Kevin Lynch pada prinsipnya adalah pengembangan hasil penelitian yang berasal dari keilmuan psikologi lingkungan. Pada tahun 1950 Kevin Lynch mencoba memformulasikan persepsi lingkungan khususnya terhadap kota melalui penelitiannya. Temuan Lynch dari penelitian ini dianggap paling signifikan dalam ilmu persepsi lingkungan (arsitektur dan perkotaan) karena teknik/ metode yang dipakai melalui mental map yang dianggap paling mampu mengkaitkan antara ide abstrak (persepsi) dan ide nyata melalui pemahaman struktur kota (master-plan). Penelitian Lynch ini difokuskan pada orientasi manusia di skala lingkungan yang relatif luas dengan mengenali simbol dalam lingkungan yang familiar. Simbol atau image atau elemen lingkungan kota ini diperlukan sebagai arahan dalam bergerak dan untuk menemukan arah (*way finding*), disamping itu juga dapat memberikan keamanan secara emosi.

Menurut Lynch, dalam menandai lingkungannya, faktor kekuatan visual (*imageability/ apparency*) menjadi sangat dominan. Semakin kuat faktor visual, semakin kuat pula elemen tersebut diingat/ dipahami oleh seseorang. Karena secara prinsip ada tiga hal dari elemen kota yang akan diingat oleh pengamat, yaitu:

elemen yang memberikan identitas, elemen yang mengarah kepada pola kota, dan elemen yang memberikan makna (baik kepada individu maupun secara sosial). Untuk itu, Lynch hanya akan fokus kepada elemen kota visual yang memberikan makna bagi seseorang.

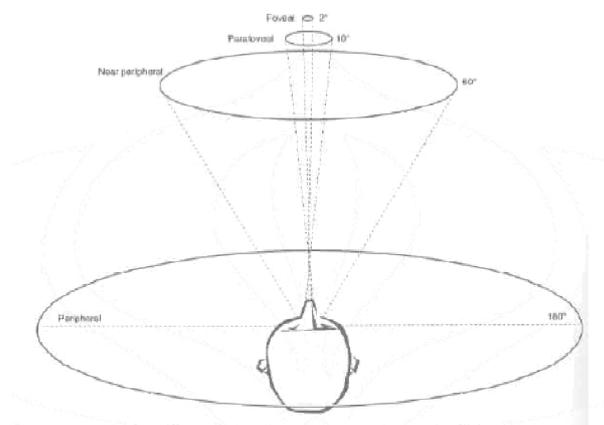
Menurut Lynch (1981), ada beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan dalam menghadirkan kota yang ideal, yang disebut sebagai dimensi. Dimensi tersebut yaitu: *vitality, senses, fit, access, control, efficiency* dan *justice*. Di dalam *senses* sendiri, mencakup hal, yaitu: *sense of place* dan *sense of formal structure*. Lynch menyatakan bahwa tidak hanya melalui kekuatan visual saja kota dianggap sebagai kota ideal, tetapi dari banyak faktor lain yang mempengaruhi, diantaranya kemampuan kota memenuhi kebutuhan dasar penghuni, ketersediaan fasilitas penghuni untuk beraktifitas dan juga rasa terhadap ruang-ruang kota yang bermakna.

- *Sense of place* adalah segala sesuatu yang kasat mata dan memiliki makna, karena berkaitan erat dengan budaya.
- *Sense of formal structure* berkaitan erat dengan kemampuan seseorang terhadap orientasi di dalam setting kota (*mental map*), selain itu dipengaruhi oleh kegiatan sehari-hari dan budaya seseorang.

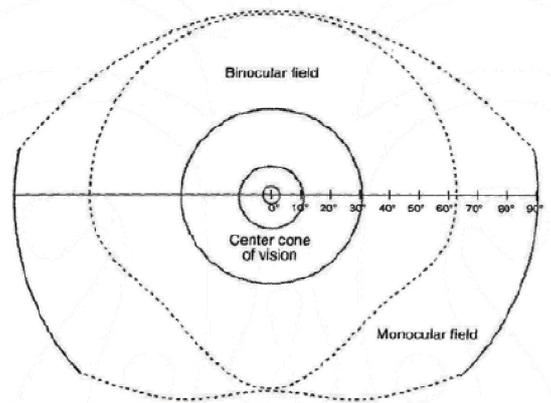
2. 1. 4. Persepsi Tentang Visual

Informasi visual dapat digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih jauh terhadap bentuk, aktivitas dan interpretasi dari *setting* lingkungan (Sanoff, 1991). Persepsi merupakan proses menerima informasi dari dan mengenai lingkungan sekitar, sebuah pengalaman secara sadar akan hubungan antara objek dengan objek lainnya (Lang, 1987). Dalam penelitian arsitektur dan lingkungan, informasi visual dapat diperoleh melalui persepsi visual. Persepsi visual terjadi ketika sebuah rangsangan diterima oleh alat sensor-mata, kemudian diproses lanjut dalam otak.

Saat menerima rangsangan dari sekitar, mata manusia memiliki batasan sudut penglihatan. Manusia dapat mendeteksi suatu penglihatan pada daerah tidak lebih dari 180 secara horizontal (90 ke kanan dan ke kiri) dan 130 secara vertikal (65 ke atas dan ke bawah). Stimulin yang berada pada bagian *peripheral vision* sudah jelas, tapi masih dapat dilihat.



Gambar 2.7 : Jangkauan Sudut Penglihatan Manusia
Sumber : Solso, 1999



Gambar 2.8 : Area Penglihatan, Menunjukkan Batas Penglihatan Manusia
Sumber : Solso, 1999

Dengan adanya sudut penglihatan ini, maka mempengaruhi cara melihat suatu objek. Pada gambar di atas (gambar 2.7), bagian tengah merupakan bagian dengan sudut penglihatan sangat kecil 2° , bagian ini merupakan bagian area dimana seseorang dapat melihat suatu objek dengan sangat jelas, kemudian semakin ke arah luar penglihatan semakin kabur (gambar 2.8). Sehingga untuk melihat suatu objek secara utuh dibutuhkan gerakan mata.

Studi persepsi adalah untuk mengidentifikasi pengalaman kita terhadap dunia. Dalam arsitektur, studi persepsi dilakukan untuk memperoleh respon terhadap lingkungan terbangun. Respon tersebut meliputi kenyamanan cahaya, suhu, suara, bau, tipe ruangan dan obyek didalamnya, tipe bangunan dan artefaknya, penggal jalan serta skala lanskap yang bervariasi. Respon bisa diperoleh secara individual, kelompok sosial maupun komunitas. Informasi tersebut dapat menjadi bagian dari proses desain.

Respon yang dihasilkan dari persepsi visual sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang setiap individu, perspektif pengamat, keadaan cahaya, jarak pengamat terhadap benda, serta lingkungan visual yang mengelilingi objek (Ching, 1996). Pandangan terhadap lingkungan dapat sama atau berbeda untuk sekelompok orang atau antara profesional dengan masyarakat karena pengalaman dan latar belakang individu.

Setiap orang memiliki persepsi atau penilaian tertentu kepada setiap informasi visual yang diterima oleh indra penglihatannya. Persepsi yang muncul pada setiap orang dapat berbeda-beda dan sering kali sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu mereka

Menurut Ching (1996) dan Setiawan (2007), proses persepsi visual terbentuk oleh beberapa faktor yaitu,

- Bentuk,
- Rupa/wujud,
- Warna dan
- Tekstur:

Dari uraian beberapa kajian teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian persepsi masyarakat merupakan suatu penilaian dari sekumpulan individu-individu yang saling bergaul dan berinteraksi sehingga menghasilkan kesan terhadap suatu objek dimana kesan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal karena masing-

masing individu tersebut mempunyai nilai-nilai, norma-norma, cara-cara dan prosedur yang merupakan kebutuhan bersama berupa suatu sistem adat-istiadat yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu identitas bersama yang diperoleh melalui interpretasi data indera.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal:

a. Faktor Internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain:

- Fisiologis.

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

- Perhatian.

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan mempengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.

- Minat.

Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance yang digerakkan untuk mempersepsi. Perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.

- Kebutuhan yang searah.

Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

- b. Faktor Eksternal yang mempengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah :

- Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus.

Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan mempengaruhi persepsi individu dan dengan

melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.

- Warna dari obyek-obyek.

Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.

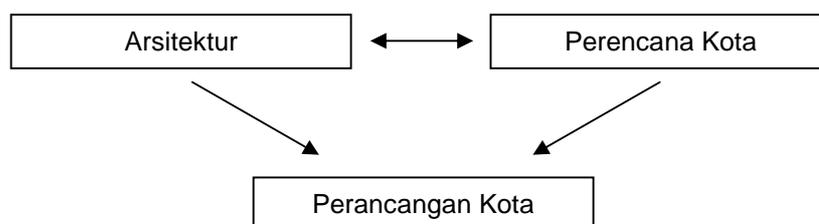
- Keunikan dan kekontrasan stimulus.

Stimulus luar yang penampilannya dengan latarbelakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.

2. 2. Perancangan Kota (*Urban Design*)

Istilah *urban design* diterjemahkan kedalam bahasa indonesia sebagai “perancangan kota”. Istilah perancangan kota mempunyai arti yang berbeda-beda di negara yang satu dengan negara lain, bahkan juga berbeda-beda antarpribadi.

Hubungan antara arsitektur, perencanaan kota dengan perancangan kota terlihat pada diagram berikut ini:



Gambar 2.9 : Hub. Arsitektur, perencanaan kota dan perancangan kota
Sumber : Mulyandari, 2011

Arsitektur hasil akhirnya adalah bangunan, sedangkan perencanaan kota hasil akhirnya adalah kebijaksanaan publik. Dari kumpulan arsitektur bangunan-bangunan dengan dukungan kebijaksanaan publik maka akan terwujud perancangan kota.

Beberapa pengertian tentang perancangan kota antara lain:

- a. Perancangan kota merupakan pengaturan unsur-unsur fisik lingkungan kota sehingga dapat berfungsi baik, ekonomis untuk dibangun, dan memberi kenyamanan untuk dilihat dan hidup didalamnya.
- b. Perancangan kota merupakan bagian dari perencanaan kota (*urban planning*) yang menangani aspek *estetika* dan yang menetapkan tatanan (*order*) dan bentuk (*form*) kota.

Perancangan kawasan perkotaan, jika dirunut dari sejarahnya, diawali melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan dari sisi arsitektur dan pendekatan dari sisi perencanaan kota. Pendekatan dari sisi arsitektur diawali oleh Jose Luis Sert dan Team Ten pada tahun 1960-an, dan dinamai *Urban Design*. Sedangkan pendekatan dari sisi perencanaan kota diawali oleh Kevin Lynch dan rekan-rekan dari MIT dan Havard menjelang tahun 1965, dan dinamai *City Design*. Disisi lain, ada pendekatan dari sisi arsitektur lanskap atau dinamakan *Landscape architecture* dipelopori oleh Ian McHarg.

Usaha untuk memperbaiki kualitas kota dapat dilakukan salah satunya dengan cara melakukan kegiatan perancangan kota atau urban

design. Perancangan kota oleh beberapa ahli dikemukakan dalam definisi yang berbeda-beda tergantung dari sudut keilmuan maupun profesi apa yang mendasarinya. Ditinjau dari segi profesi, Beckley menjelaskan bahwa perancangan kota merupakan suatu jembatan antara profesi perencana kota dan arsitek dengan perhatian utama pada bentuk fisik kota (Catanese, 1986). Bahwa perancangan kota merupakan bagiandari rangkaian perencanaan kota yang akan menyangkut segi tampilan fisik yang menata bentuk, tatanan, dan estetika lingkungan kota secara satu kesatuan terpadu antara lingkungan fisik, kehidupan dan manusianya (Guttheim, 1963).

Menurut David Gosling (1984), konsep *urban design* adalah suatu usaha yang memberikan gambaran tentang teori-teori urban desain yang muncul beberapa dekade yang lalu, tetapi hal ini tidak bertujuan untuk membuat polemik antara masing-masing teori tersebut. Konsep urban desain berisi analisis-analisis “bentuk” kota baik secara ekonomi, sosial, maupun politik dalam bentuk umum.

Ditinjau dari segi keilmuan terdapat beberapa pandangan mengenai perancangan kota, antara lain yaitu:

- Dannenbrink (dalam Branch, 1996) mendeskripsikan perancangan kota sebagai berikut: “perancangan kota adalah proses dan hasil pengorganisasian dan pengintegrasian seluruh komponen lingkungan (buatan dan alam), sedemikian rupa sehingga akan meningkatkan citra setempat dan perasaan

berada di suatu tempat (*sense of place*), dan kesetaraan fungsional, serta kebanggaan warga dan diinginkannya suatu tempat menjadi tempat tinggal.

- Perancangan merupakan suatu proses yang memberikan arahan bagi terwujudnya suatu lingkungan binaan fisik yang layak yang sesuai dengan aspirasi masyarakat, kemampuan sumber daya setempat, serta daya dukung lahannya (Danisworo,1994).
- Perancangan kota merupakan serangkaian aktivitas berkaitan dengan perancangan lingkungan terbangun dan bagian-bagiannya yang memiliki empat dimensi yaitu struktur, tampilan yang sesuai, hunian yang permanen dan waktu (Lang John, 1994).
- Perancangan kota merupakan bagian dari proses perencanaan yang berhubungan dengan kualitas fisik lingkungan, yaitu desain fisik dan keruangan suatu lingkungan (Shirvani,1985). Perancangan kota merupakan kelanjutan dari perencanaan kota, karena bagaimanapun hasil dari perencanaan kota masih dianggap “belum selesai” atau belum dapat diimplementasikan secara penuh.

Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perancangan kota atau *urban design* pengaturan pada suatu usaha penataan lingkungan fisik kota, yang menyangkut dengan

tanggapan inderawi, yaitu unsur tampilan fisik dalam bentuk kegiatan menata bentuk, tatanan dan estetika lingkungan secara satu kesatuan terpadu antara lingkungan fisik, kehidupan, dan manusianya dan merupakan bagian dari perencanaan kota.

2. 3. Signage Sebagai Elemen Perancangan Kota

2. 3. 1. Pengertian Signage

Perancangan Kota (*Urban design*) bertujuan untuk mewujudkan proses ruang kota yang berkualitas tinggi dilihat dari kemampuan ruang tersebut di dalam membentuk pola hidup masyarakat urban yang sehat. Untuk itu maka unsur-unsur arsitektur kota yang berpengaruh terhadap (proses) pembentukan ruang yang dimaksud harus diarahkan serta dikendalikan perancangannya sesuai dengan skenario pembangunan yang telah digariskan. Unsur-unsur di atas, biasa juga dikenal dengan istilah elemen rancang kota. Shirvani (1985), mengklasifikasikan 8 elemen *urban design* salah satunya adalah *signage* sebagai elemen perancangan kota.

Pada dasarnya merupakan arahan bagaimana memberikan informasi kepada orang yang sedang melintas baik yang berjalan kaki maupun yang menggunakan kendaraan (Sanoff, 1991). Secara lebih spesifik, *signage* memberi arahan bagaimana orang mencapai tujuan tertentu (Sims, 1991). Sedangkan sistem informasi

yang digunakan untuk memberi arahan adalah sangat penting dan sangat berguna bagi orang yang membutuhkannya. Lokasi *signage* berada ditempat yang strategis dan mudah dilihat, baik berada diruang kota maupun pada bangunan. Sesuai dengan fungsinya sebagai penanda bagi suatu bangunan maupun kawasan kota agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau *visual* yang lebih luas.

Hal tersebut sangat dimengerti karena *signage* merupakan *outdoor publicity* atau media ruang luar atau alat untuk menyampaikan pesan dengan jangkauan lokal hanya sejauh jangkauan visual (Kasali, 1995). *Signage* sebagai alat komunikasi arsitektur telah dikenal dan digunakan sebelum manusia mengenal makna arsitektur itu sendiri dan hingga saat ini digunakan dengan fungsi dan bentuk yang makin beragam. Rubenstein (1992) menjelaskan bahwa *signage* berfungsi untuk menyampaikan pesan yang berhubungan dengan fungsi keselamatan dan kesehatan. Selain itu *signage* juga dapat menjadi *eye catcher* bagi suatu bangunan atau kawasan dan menghidupkan suasana kota. *Signage* dapat menuntun orang menuju suatu tempat dan dapat menimbulkan *image* bagi kota. Ada dua kategori *signs* Carr (1973) yaitu:

1. *Public environmental information*, semua kebutuhan penanda yang ada di kota seperti *traffic signs*, nama jalan, papan informasi, penunjuk arah, rute bis;

2. *Private Signs*, merupakan penanda yang bersifat komersial dan bisnis. Penempatan *signage* pada ruang kota baik di bangunan maupun ruang terbuka, dapat memberikan dampak positif atau negatif bagi kawasan tersebut.

Bangunan-bangunan merupakan elemen kota dan *signage* mempunyai pengaruh yang besar terhadap kualitas visual kawasan kota (Carr, 1973). Pendekatan oleh Claus (1976), tentang masalah desain *signage*, mengatur seberapa ukuran dan bagaimana mengatur tanda tersebut, agar tepat mengenai sasaran bagi permakai kendaraan yang sedang bergerak. Ukuran tersebut perlu mempertimbangkan: kecepatan kendaraan dan jarak reaksi, jumlah kata-kata yang harus dicantumkan pada pesan tersebut, seberapa dimensi tulisan pada pesan dipapan tersebut.

signage kota merupakan fasilitas kota yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk mengetahui petunjuk arah agar dapat mencapai tempat tujuan yang diinginkan. Indikator dari *signage* yang ada dalam kawasan kota secara dua dimensi maupun tiga dimensi agar dapat menciptakan citra adalah: dapat merefleksikan karakter kawasan, pengaturan jarak dan ukuran, lokasi, penggunaan *signage* yang harmonis dengan bangunan, pembatas *signage* yang jelas, kesesuaian informasi, kesesuaian bentuk dan makna.

Simbol adalah sebagai sign-vehicle atau alat yang menghadirkan dan sekaligus juga mengenalkan suatu objek.

- Fungsi simbol yaitu : Sebagai 'sign' yang secara tidak langsung mengindikasikan suatu denotatum yang artinya mengindikasikan adanya suatu objek tertentu sebagai tanda atau 'sign'.
- Sebagai 'sign' yang secara langsung berfungsi sebagai significantum yang artinya kehadiran objek mempunyai maksud-maksud tertentu ataupun objek tersebut berasosiasi kepada suatu hal tertentu (Broadbent, 1986)

Ungkapan simbolis dalam arsitektur erat kaitannya dengan fungsi arsitektur sendiri yang melayani dan memberikan suatu arti khusus dalam interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Ekspresi dalam arsitektur merupakan suatu hal yang mendasar di dalam tiap-tiap komunikasi arsitektur. Ekspresi selalu berhubungan dengan bentuk-bentuk. Makna dari simbol-simbol ini biasanya dipengaruhi oleh tata letak bangunan, organisasi dan karakter bangunan.

Ada 3 cara untuk mengenal simbol dalam arsitektur, yaitu :

1. Simbol sebagai tanda yang mengacu kepada suatu objek tertentu. Hal ini dimaksudkan dengan tujuan agar simbol dapat diinterpretasikan sesuai dengan maksud sesungguhnya.

2. Iconic sebagai simbol atau tanda yang menyerupai suatu objek yang diwakili oleh suatu karakter tertentu yang dimiliki oleh objek yang sama. Di sini rancangan bangunan dimulai dengan memperbaiki beberapa citra atau image tertentu yang mewakili suatu bangunan.
3. Indeks sebagai tanda dan representasi yang tidak selalu mengacu kepada suatu objek tertentu walaupun ada kesamaan atau analogi yang terdapat pada indeks tersebut. Indeks biasanya menghasilkan hubungan yang dinamis antara ruang dan objek di satu sisi dengan ingatan orang yang akan mempengaruhi tanda tersebut di sisi lainnya.

Simbol, tanda atau lambang merupakan metode ekspresi yang sangat langsung. Mereka digunakan dalam rancangan arsitektur untuk memfokuskan perhatian para pemakai bangunan dengan menyampaikan pemahaman fungsi bangunan atau ruang di dalam arsitektur.

Contoh-contoh tanda dan simbol hasil penelusuran dari Charles Jencks (Broadbent, 1980) berikut ini dapat memperjelas mengenai tanda dan simbol spasial di atas, yang pada kenyataannya sangat beragam. Charles Jencks bahkan mengelompokkannya dalam dua tingkatan baik kode-kode ekspresif maupun kode-kode lingkungan (Tabel 2.1).

Tabel 2.1
Kode-Kode Ekspresif Maupun Kode-Kode Lingkungan

	Tingkat Pertama		Tingkat Kedua
Signifiers atau penanda berupa kode-kode ekspresif	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk • Ruang • Permukaan • Volume 	<ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan • Irama • Warna • Tekstur 	<ul style="list-style-type: none"> • Suara • Rasa • Perabaan • Kualitas
Signifieds atau yang ditandakan berupa kode-kode lingkungan	Pemaknaan maksud Pemaknaan estetika Ide-ide arsitektural Konsep-konsep ruang Kepercayaan agama/sosial Fungsi fungsi kegiatan Cara hidup Tujuan tujuan komersil Sistem sistem teknis		Penyikapan pemaknaan Simbol simbol tersembunyi Data data antropologikal Proxemic Nilai tanah

Sumber : Broadbent, 1980

2. 3. 2. Sasaran dan Fungsi Signage

Di dalam arsitektur dikenal moda atau cara berkomunikasi. Seperti dalam komunikasi secara verbal, dikenal istilah “bahasa arsitektur” sebagai alat komunikasi yang lazim. Kata-kata dalam bahasa arsitektur lebih elastis dan memiliki banyak bentuk dibandingkan bahasa lisan atau tulisan. Bahasa arsitektur akan menjadi lebih berarti dalam hubungan fisik antara satu dengan lainnya yang berada di dalam suatu lingkungan. Seperti misalnya suatu bentuk pintu, jendela, partisi, kantilever, tangga, atap dapat berubah artinya atau memiliki makna yang lebih kuat bila berada didalam suatu gabungan dan susunan (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 didalam 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 di kemukakan oleh Rubenstein (1992). Ada empat fungsi utama *signage* yang menjadikan *signage* sebagai elemen yang makin penting dalam kota yaitu :

- a. Jatidiri (Identitas), dapat berupa simbol atau logo untuk memberikan identitas suatu mal, dan logo tersebut dapat digunakan untuk suatu informasi pada publik.
- b. Rambu-rambu lalu lintas (*traffic sign*), yang meliputi rambu-rambu pada *highway*, lampu-lampu lalu lintas, rute-rute perjalanan, tanda parkir, tanda berhenti, penyebrangan pejalan kaki dan tanda penunjuk arah.
- c. Jatidiri komersial (*Commercial identity*), dimana penempatan *sign* pada bangunan berfungsi sebagai jatidiri

pertokoan seperti papan nama (*name plate*), *sign advertising* (papan advertensi) di sepanjang jalan, atau blok bangunan.

- d. Tanda-tanda informasi (*Informational Sign*), merupakan tanda-tanda (*sign*) yang berfungsi untuk memberikan informasi seperti penunjuk arah, peta-peta, dan tanda-tanda (*signs*) khusus yang menunjukkan lokasi parkir, *subway*, atau halte bis. Dengan informasi tersebut akan menuntun tujuan tertentu.

Menurut Spreiregen (1979), banyak *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 furniture* lain dapat dikombinasikan dalam satu unit. *Signage design* untuk *downtown* Pittsburg, misalnya dalam satu tiang (*pole*) dibuat suatu sistem *traffic sign* terpadu, terdiri dari lampu lalu lintas, penerangan jalan, penunjuk arah dan sebagainya (Barnett, 1982).

2. 3. 3. Karakteristik *Signage*

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

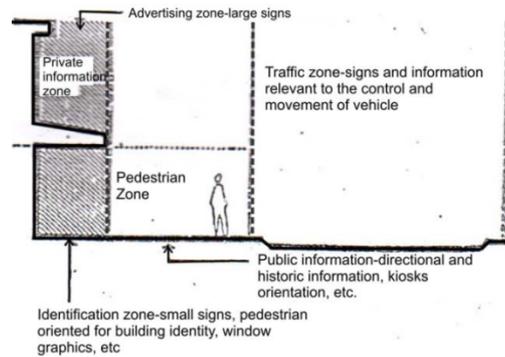
menjadi penanda bagi suatu kawasan atau bahkan kota. Oleh sebab itu diperlukan karakter tertentu dalam perencanaan penataan *signage*. Shirvani (1985), mengemukakan bahwa untuk meningkatkan estetika lingkungan kota maka dituntut karakteristik *signage* sebagai berikut:

1. Penggunaan *signage* harus dapat merefleksikan karakter suatu tempat;
2. Jarak *sign* yang satu dengan yang lainnya harus memadai dan menghindari kepadatan dan kekacauan balauan;
3. Penggunaan *sign* harus harmonis dengan bangunan arsitektur dimana *sign* tersebut berada;
4. Pembatas lampu dan *sign*, kecuali untuk teater dan *entertainment* lain.

2. 3. 4. Lokasi *Signage*

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

- a. Zona Pedestrian (identifikasi)
- b. Zona lalu lintas (*traffic zone*),
- c. Zona advertensi (*advertising zone*),



Gambar 2.10 : Lokasi Signage menurut zonanya
Sumber : Shirvani, 1985

2. 3. 5. Sifat Signage

Menurut sifatnya *signage* dibedakan menjadi 2, yaitu *signage* permanen dan sementara (Kelly dan Raso, 1991).

- a. *Permanent sign*, dapat berbentuk bangunan atau elemen sendiri maupun sebagai elemen dari satu bangunan yang sifatnya permanen. *Sign* yang merupakan elemen bangunan merupakan satu kesatuan dengan bangunan tersebut. *Permanent sign* yang berfungsi sebagai papan advertensi memiliki jangka waktu pasang tertentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- b. *Temporary sign*, bersifat tidak permanen atau temporer. *Sign* yang bersifat temporer dapat berbentuk bendera, umbul-umbul, spanduk pada bangunan, didepan toko atau dipinggir-pinggir jalan. Masa pemasangan *signage* temporer ini memiliki batas waktu sesuai dengan kebijakan dan perijinan setempat.

2. 3. 6. Klasifikasi *Signage*

Secara umum klasifikasi *signage* dapat berdasarkan isi pesan, bahan, dan sifat informasi. Berdasarkan hal tersebut, klasifikasi *signage* ini akan dipaparkan sebagai berikut di bawah ini.

1. Berdasarkan isi pesannya, *signage* dibedakan atas (Mandelker, 1982):

- a. Komersial, menyangkut *signage* yang memberikan informasi suatu barang atau jasa untuk kepentingan dagang (*private sign*).
- b. Non-komersial, merupakan *signage* yang mengandung informasi pelayanan kepada masyarakat (*public sign*).

2. Berdasarkan bahan dan periode waktu yang digunakan, *signage* dibedakan atas (Gray, 1989):

- a. *signage* permanen. Umumnya media ini ditempatkan atau dibuat pada pondasi sendiri, dimasukkan ke dalam tanah, dipasang atau digambar pada struktur yang permanen. Kebanyakan jenis tanda-tanda (*Signage*) ini yang diijinkan untuk dipasang.
- b. *signage* temporer. *Signage* ini digunakan pada suatu waktu yang tertentu saja ketika ada suatu acara/pertunjukan dan sejenisnya, dan sesudahnya tidak digunakan lagi. *signage* jenis ini mempunyai ciri

mudah untuk dipindahkan atau dibongkar secara tidak terbuat dari bahan yang mahal.

3. Berdasarkan sifat penyampaian informasi, terdiri atas (Shirvani, 1982):

a. *signage* yang bersifat langsung. *signage* ini berkaitan dengan kegiatan pada suatu bangunan atau lingkungan, seperti *signage* yang menunjukkan identitas usaha atau bangunan.

b. *signage* yang bersifat tidak langsung. *signage* jenis ini berisi pesan-pesan yang tidak mempunyai keterkaitan langsung dengan kegiatan dalam bangunan atau lingkungan dimana *signage* tersebut berada.

4. Secara teknis pemasangannya, *signage* dibedakan atas (Kelly dan Raso, 1991):

a. *Signage* yang berdiri sendiri (*free standing signs*), memiliki dua bentuk yaitu:

- *Signage* dengan tiang (*pole signs*).

signage ini didukung oleh tiang, kadang-kadang lebih dari satu, terpisah dari tanah oleh udara dan terpisah dari bangunan dan struktur yang lain.

- *Signage* yang terleta di tanah (*ground sign*).

Dasar dari *signage* ini terletak di tana atau tertutup oleh tanah dan terpisah dari bangunan atau struktur sejenis yang lain.

b. *Signage* pada atap bangunan (*roof signs*) yang terdiri atas:

- *Signage* yang tidak menyatu dengan atap. *Signage* ini dibangun di atas atap bangunan, disangga oleh struktur atap dan berada tinggi di atas atap.
- *Signage* yang menyatu dengan atap. *Signage* yang menyatu dengan atap ini dicirikan dengan tidak adanya bagian *signage* yang melebihi ketinggian atap dan terpasang paralel tidak lebih dari 21 cm.

c. *Signage* dari tenda maupun *awning* (*canopy and awning sigs*) yang meliputi:

- *Signage* pada tenda maupun *awning* yang permanen.
- *Signage* pada tenda maupun *awning* yang dapat dilihat.

d. *Projected sign*. *Signage* ini diletakkan pada bangunan atau dinding bangunan dengan sedemikian rupa menghadapi arus kendaraan dan jarak tidak lebih dari

15 cm dari dinding bangunan dan dipasang tegak lurus dari bangunan.

- e. *Signage* yang ditempatkan pada dinding (*wall signs*). *Signage* yang masuk dalam kategori ini adalah *signage* yang dipasang secara paralel dalam jarak maksimum 15 cm dari dinding bangunan, *signage* yang dicat pada permukaan dinding atau struktur bangunan yang lain.
- f. *Signage* yang digantung (*suspended signs*). *Signage* ini digantung pada bagian bawah bidang horisontal (langit-langit) pada serambi bangunan. Umumnya tanda-tanda (*signage*) ini berukuran lebih kecil dari papan nama atau alamat untuk memberitahukan pada pejalan kaki yang tidak dapat melihat tanda-tanda (*signage*) yang lebih besar yang diletakkan pada dinding di atas serambi di bagian depan bangunan.
- g. *Signage* di atas pintu keluar masuk bangunan (*marquee signs*). *Signage* ini diletakkan pada struktur bangunan seperti atap di atas pintu keluar masuk bangunan.

2. 3. 7. Klasifikasi Berdasarkan Peraturan

Perkembangan tuntutan peningkatan pendapatan asli daerah untuk dapat menjalankan kegiatan ekonomi pemerintahan

daerah dan dalam mengantisipasi kompetensi perusahaan dalam memasarkan produknya lewat media reklame. Pemerintah Kota Palangka Raya mengeluarkan peraturan melalui Keputusan Walikota No.03/DRT/2012 tentang pedoman pelaksanaan reklame. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan dan memujikan suatu barang, jasa atau orang ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah. Penataan reklame adalah kegiatan untuk mengatur tata cara pemasangan reklame di wilayah Palangka Raya guna mencapai optimalisasi ruang kota untuk pemanfaatan pemasangan reklame yang dapat menunjang estetika kota. Menentukan standar reklame yaitu meliputi bentuk, bahan dan ukuran reklame, termasuk ornamen-ornamennya yang dapat dipasang di masing-masing titik lokasi reklame

Dalam Peraturan Daerah No.4 tahun 2012 tentang Pajak Reklame dan Keputusan Walikota Palangka Raya No. 5 tahun 2014 tentang Perubahan Keputusan Walikota No. 03/DRT//2012 tentang Pedoman Pelaksanaan Reklame juga menentukan titik-titik

lokasi pemasangan reklame sesuai dengan standarisasi reklame yang ditentukan dengan pemancangan patok reklame.

2. 3. 8. Kriteria Penataan *Signage*

Model-model pengaturan *signage* mengandung beberapa elemen. Elemen-elemen yang dikandung selain peraturan yang menyangkut atas *signage* yang dibutuhkan atau yang, peraturan menyangkut *signage* yang sifatnya khusus, pelanggaran maupun administrasi juga mengatur persoalan teknis pemasangan tanda-tanda (*Signage*), yaitu sebagai berikut:

a. Penempatan

- Peletakan *signage* pada ruang koridor jalan mengikuti batasan ruang standar saluran visual penempatan *signage*.
- Untuk koridor jalan satu arah, pemasangan membentuk sudut 45° - 60° , koridor jalan dengan dua arah pemasangannya sejajar ataupun tegak lurus 90° dengan arah pergerakan pengendara kendaraan.
- Pemasangan *signage* pada persil bangunan tidak boleh menutupi fasade bangunan dan hanya boleh memuat satu unit *signage* untuk setiap persil.
- Untuk pemasangan pada halaman persil tidak diperbolehkan mengganggu vegetasi yang ada disekitarnya.

- Penempatan *signage* diperbolehkan menyatu dengan prasarana pelengkap jalan seperti tiang lampu penerang jalan/taman, halte, pos polisi, bus surat ataupun perkerasan jalur pedestrian sehingga lebih efisien dalam pemanfaatan ruang.
- Tidak diperbolehkan pemasangan *signage* pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dan jalur pedestrian (kecuali jenis reklame lukis).
- Berdasarkan standar ketinggian pemasangan *signage* (Schwab 1998), pemasangan pada luar persil bangunan disesuaikan dengan kebutuhan ruang gerak pejalan kaki, yaitu pada ketinggian 2,72-4 m di atas permukaan tanah.
- Untuk *signage* melintas badan jalan pemasangannya pada ketinggian 6,5-8 m di atas permukaan aspal.
- Ketinggian pemasangan *signage* pada persil (bangunan bertingkat) diletakkan pada lantai 1 – 2.
- Jarak pasang disesuaikan dengan kecepatan rata-rata koridor jalan, yaitu antara 21-43 m.

b. Ukuran

- Berdasarkan standar ukuran pemasangan *signage* (Schwab 1998), ukuran *signage* pada luar persil bangunan disesuaikan dengan kecepatan rata-rata tiap

koridor jalan sehingga masih dapat terlihat jelas baik oleh pengendara ataupun pejalan kaki, yaitu 2,0-24 m².

- Pemasangan *signage* pada persil bangunan tidak diperbolehkan menutupi fasade bangunan dan melebihi pagar pembatas persil bangunan. Ukuran maksimum yang diperbolehkan adalah 25% dari luas fasade keseluruhan.
- Berdasarkan standar pemasangan *signage* (Claus 2001), ukuran minimum tulisan reklame disesuaikan dengan kecepatan rata-rata tiap koridor jalan, yaitu 0,14–0,28 m.

c. Pencahayaan

- Arahan yang diberikan berupa penggunaan pencahayaan eksternal pada setiap pemasangan *signage* dan variasi pencahayaan melalui penggunaan *signage* bercahaya.

d. Konstruksi

- Pemilihan jenis bahan konstruksi yang kuat seperti baja tahan karat agar konstruksi lebih kokoh, tahan lama dan aman bagi pengendara kendaraan dan pejalan kaki yang melintas.
- Bentuk *signage*, baik yang menempel pada persil maupun *signage* yang berdiri sendiri harus disesuaikan

dengan kondisi bangunan dan prasarana pelengkap jalan yang ada.

- Untuk reklame yang berada di luar persil dengan ukuran 2-12 m² menggunakan dua tiang penyangga, *signage* dengan ukuran > 12 m² menggunakan tiga atau lebih tiang penyangga.

Model pengaturan harus bersifat netral (Kelly dan Raso, 1991), perlu dipahami bahwa dalam aturan-aturan ada beberapa bagian yang sifatnya komersil dilarang dan lainnya diijinkan dan dirancang untuk keefektifan pelaksanaan administrasi. Aspek-aspek yang diatur meliputi:

1. Penggunaan peraturan
2. Metode perhitungan yang digunakan
3. Peraturan *signage* pada milik pribadi dengan dan tanpa ijin,
4. Peraturan yang menyangkut ijin yang dibutuhkan
5. Peraturan atas desain, konstruksi dan pemeliharaan
6. Rencana induk kota.
7. Peraturan atas *signage* yang berada di jalan umum.
8. Tata informasi yang dikecualikan dan dilarang dalam peraturan
9. Prosedur perijinan secara umum termasuk ijin untuk membangun maupun memodifikasi *signage* serta

perpanjangan ijin.

10. Waktu berlakunya peraturan serta pelanggaran.

11. Upaya pelaksanaan dan perbaikan.

Dalam penataan signage secara teknis, elemen-elemen yang diatur bertitik tolak pada persoalan-persoalan pemasangan *signage* yang berkaitan dengan kualitas lingkungan kota dan beracuan kepada kebutuhan masyarakat atas lingkungannya sendiri. Elemen-elemen teknis yang perlu ditata dalam hal ini seperti yang tersebut diatas antara lain jumlah, lokasi, luas dan ukuran, penerangan dan penempatannya.

Menurut panduan rancang kota (Shirvani, 1985), ukuran dan kualitas dirancang harus diatur supaya harmonis mengurangi dampak visual yang negatif, mengurangi kesemrawutan dan persaingan antara *signage* yang sifatnya komersial dengan yang sifatnya non-komersial untuk masyarakat serta *signage* lalu-lintas. Perancangan kota yang baik memberikan kontribusi pada karakteristik bentuk bangunan dan jalan dengan memberikan informasi barang dan jasa. Pengklasifikasian *signage* menurut kemudahan pengaturan terdapat dua tingkatan, yaitu:

1. *Signage* yang bersifat langsung

Signage ini berkaitan dengan kegiatan pada suatu bangunan dimana *signage* tersebut diletakan.

2. *Signage* yang bersifat tidak langsung

Signage ini mengandung pesan-pesan yang tidak mempunyai kaitan langsung dengan kegiatan dalam bangunan atau lingkungan dimana *signage* tersebut diletakan.

Dalam pedoman perancangan kota masih (Shirvani, 1985) juga memperhatikan tiga aspek dalam penataan *signage*. Pemasangan *signage* erat kaitanya dengan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

1. Keindahan dalam penataan *signage* dapat menjadi elemen visual yang penting bagi suatu kawasan. Oleh sebab itu diperlukan karakter tertentu dalam perencanaan penataan *signage* untuk meningkatkan estetikan suatu kawasan.
2. Keselamatan, dalam penataan *signage* sangatlah penting karena ini berhubungan dengan penempatan tanda-tanda sehingga menimbulkan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat yang melewati lingkungan tersebut dimana penempatan tanda-tanda (*signage*) dibagi kedalam tiga zona yaitu zona pedestrian, zona lalu lintas, dan zona advertensi.
3. Efektivitas yang dimaksud adalah *signage* harus diatur supaya harmonis antara *signage* lainnya agar tidak

terjadi kesemrawutan dan persaingan antara *signage*. Pada penelitian ini didapat bahwa keberadaan tanda-tanda (*signage*) pada jalan Tjilik Riwut dirasa masih kurang efektif dimana pada titik-titik tertentu terjadi penumpukan *signage* sehingga masyarakat tidak mendapat informasi yang disampaikan dari *signage* tersebut. Dimana *signage* pada zona pedestrian maupun advertensi paling banyak ditemui *signage* sehingga pada satu titik terjadinya tumpang tindih antara satu *signage* dengan *signage* lainnya.

Dari kajian-kajian beberapa literatur diatas, untuk dapat merepresentasikan kepentingan masyarakat dan keperluan proses pelaksanaan studi ini secara keseluruhan, elemen-elemen yang diatur dapat bersifat teknis dalam penataan *signage*. Penyusunan pemasangan tersebut berdasarkan aspek keindahan, keselamatan dan keefektifan penyampaian informasi melalui *signage* tersebut. Elemen-elemen dan aspek yang diatur serta kriteria yang menjadi pertimbangan dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini:

Tabel 2.2
Elemen/ aspek tanda-tanda (*signage*) menurut Shirvani

Elemen (Aspek)	Konstruksi	Bentuk (ukuran)	Penempatan	Jumlah	Orientasi	Pencahayaan
Keindahan	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Keselamatan	✓	✓	✓	-	-	-
Keefektifan	-	✓	✓	✓	✓	✓

Ket :
 ✓ dipertimbangkan
 - tidak dipertimbangkan

Sumber : Hasil Analisa, 2014

2. 4. Landasan Teori Sebagai *Grand Concept*

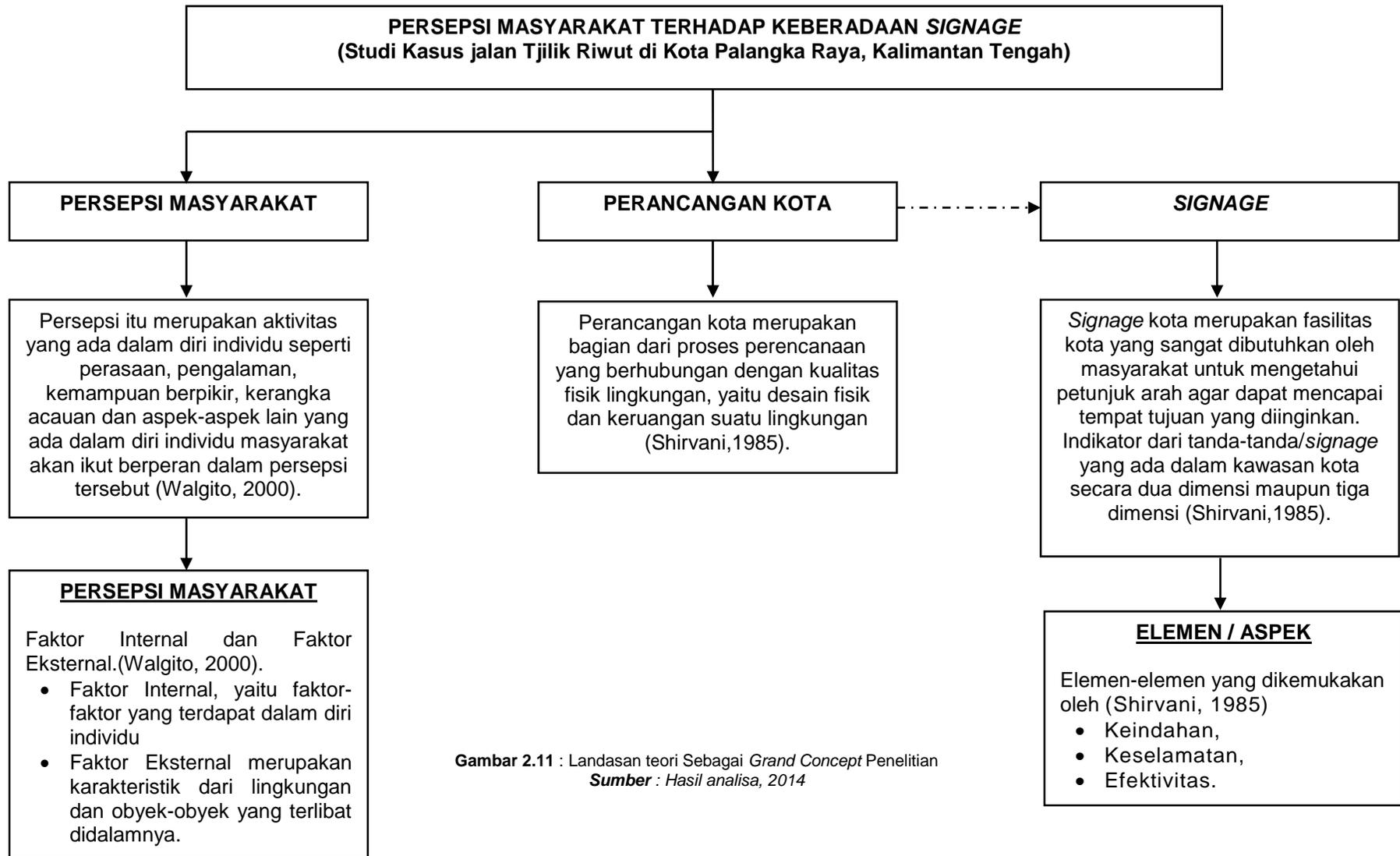
Setiap penelitian dimulai dengan menjelaskan konsep penelitian yang digunakan, karena konsep penelitian ini merupakan kerangka acuan peneliti di dalam mendesain instrumen penelitian (Bungin, 2005). Konsep juga dibangun dengan maksud agar masyarakat akademik atau masyarakat ilmiah maupun konsumen penelitian atau pembaca laporan penelitian memahami apa yang dimaksud dengan pengertian variabel, indikator, parameter, maupun skala pengukuran dalam penelitian.

Sebagai hal yang umum, konsep dibangun dari teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Pada umumnya konsep dalam pengertian sehari-hari digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan, tetapi dalam pengertian ilmiah, konsep harus memiliki kriteria yang tepat dalam menjelaskan variabel penelitian. Oleh karena itu, konsep yang bermanfaat adalah konsep yang dibentuk dengan kebutuhan untuk menguji hipotesis dan penyusunan teori yang masuk akal, serta dapat diuji regularitasnya.

Tujuan dari konsep penelitian adalah memberi batasan pemahaman terhadap variabel penelitian, yang terpenting nantinya peneliti harus mendesain konsep interaksi antar variabel-variabel penelitiannya. Konseptualisasi dalam penelitian hanya dapat dilakukan setelah peneliti membaca teori yang digunakan dalam penelitian. Dengan kata lain, konsep penelitian dilahirkan dari teori yang digunakan oleh peneliti dalam sebuah penelitian dan teori yang telah menghasilkan

konsep penelitian itu akan mengarahkan penelii kepada metode yang digunakan untuk menguji data yang diperoleh di lapangan.

Landasan teori yang merupakan *grand concept* yang disusun dari teori-teori yang berkaitan dengan keberadaan *signage* yang berada pada sebuah koridor yang dihubungkan terhadap persepsi masyarakat dan kedua aspek tersebut dapat dinilai performanya. Prinsip-prinsip mengenai keberadaan *signage* dapat dilakukan dengan menggunakan elemen-elemen atau aspek-aspek yang dikemukakan oleh (Shirvani, 1985) antara lain : Keselamatan, Keindahan, Efektivitas. Elemen-elemen atau aspek-aspek terhadap keberadaan tanda-tanda (*signage*) dapat di ukur pengaruhnya terhadap aspek persepsi masyarakat pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu Faktor Internal dan Faktor Eksternal (Walgito, 2000).



Gambar 2.11 : Landasan teori Sebagai *Grand Concept* Penelitian
Sumber : Hasil analisa, 2014