

TINJAUAN REKLAME SEBAGAI ELEMEN RUANG LUAR PERKOTAAN

Nazaruddin Khuluk
Staff pengajar prodi Arsitektur FT. UNKRIS.

ABSTRAK

Salah satu elemen penting dalam perencanaan wilayah dan kota adalah aspek penandaan atau signage. Diantara unsur penandaan yang cukup penting adalah penataan reklame. Penataan Reklame Ruang Luar (RRL) melibatkan banyak pihak, diantaranya pemerintah, pengusaha, biro iklan dan masyarakat. Motif bersaing menjadi jumlah tidak terkendali, terutama di lokasi yang strategis. Tujuan penting dalam kajian ini adalah adanya keseimbangan antara Keamanan meliputi struktur, mengacaukan rambu dan keselamatan pengamat, Penempatan meliputi sudut pandang/ medan penglihatan dan kejelasan visual. Estetika meliputi irama, sekuen dan keeimbangan. Fungsi, meliputi penonjolan, daya hidup dan keterbacaan serta yang paling penting adalah Peraturan, meliputi penempatan di suatu lokasi, memiliki ketinggian di atas 3.50 meter dan lain-lain. Berdasarkan kajian awal di lapangan diperoleh kondisi bahwa sangat banyak RRL yang tidak sesuai dengan lokasi bahkan merusak tatanan visual yang ada. Metode penelitian dititik beratkan pada penelaahan dan penganalisaan kualitas sosial. Mengingat pentingnya penandaan dalam perencanaan kota maka secara fisik harus mudah dibaca (*legible*), berkesan (*imageable*) dan indah (*estetis*). Hasil akhir kajian ini antara lain lebih menekankan penajaman variabel keterkaitannya dengan perabot jalan yang lain, pemasangan reklame untuk malam hari atau reklame yang bisa digerakkan secara elektronis, penentuan bentuk dan ukuran bagi setiap lokasi serta manajemen penataan iklan.

Kata kunci : reklame, aspek penandaan, perabot jalan, ruang luar, perencanaan wilayah kota

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan kota di Indonesia sangat pesat dengan penambahan jumlah penduduk dan perkembangan kegiatan kota itu sendiri. Secara ekonomis lokasi-lokasi strategis akan mengalami perkembangan yang lebih pesat dan tinggi dibanding lokasi lain dengan peruntukan yang cenderung lebih sulit dikendalikan. Wilayah perkotaan memiliki penandaan berupa rambu-rambu lalu lintas dan pengumuman dan lain-lain bentuk penandaan bersamaan dengan perabot jalan yang lain. Perabot jalan adalah objek yang dipasang di jalan untuk tujuan tertentu, termasuk kursi, trotoar, kotak pos, kotak telepon, lampu jalan, lampu lalu lintas, tanda jalan, halte bis, grit bin, halte trem, wc umum, air mancur, dan patung. Reklame biasa juga disebut dengan iklan atau advertensi, merupakan suatu bentuk promosi

kepada umum untuk mempengaruhi pengamat dengan tulisan atau kata-kata dengan atau tanpa gambar mengenai suatu jasa, produk, citra gaya hidup, impian serta nilai-nilai baru kepada masyarakat. Dari sisi bisnis 'tanda' merupakan aspek penting tanpa meninggalkan kualitas lingkungan. Sedangkan dari sisi perencanaan kota 'tanda' sebagai orientasi kota sehingga memudahkan mengenali kota. Dari sudut ekonomi 'tanda' menjadikan masukan pendapatan asli daerah. Pihak yang terkait antara lain: pengusaha, pemerintah daerah, biro pengusaha iklan.

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan kondisi dan pola penempatan reklame yang ada di sepanjang koridor Jalan Raya KH. Noer Ali kalimalang Kota bekasi, masalah yang timbul dapat diidentifikasi sebagai berikut : 1. Pemasangan RRL berlomba-

lomba saling menonjolkan diri. 2. Masing-masing reklame tersendiri kurang ada kesatuan/ pemersatu komposisi antar reklame maupun terhadap lingkungan sekitarnya 3. Penempatan RRL pada area dengan sudut-sudut yang strategis, dipasang secara bergerombol/ mengelompok, sehingga pengamat tidak bisa memperhatikan lebih seksama pada reklame-reklame yang terpasang tersebut. 4. Penempatan RRL di sela-sela pohon/ tanaman, mengakibatkan sebagian tampilan reklame tersebut hilang. 5. Penempatan reklame pada bagian ruang/ posisi diluar arah pengamat, sehingga pengamat harus bergeser arah pandang bila ingin mengamati dan keadaan ini mengganggu konsentrasi/ perhatian pengemudi. 6. Penempatan RRL tanpa memperhatikan tanaman-tanaman serta elemen lansekap lainnya, sehingga mengganggu estetika lingkungan yang ada. Tatanan visual dari RRL yang ada dapat dinyatakan antara lain sebagai berikut :

1. Tidak sesuai dengan pergerakan pengendara kendaraan/ pemakai jalan sebagai pengamat.
2. Tidak memperhatikan kesesuaian cara penempatan, estetika dan fungsinya maupun kesesuaian dan keharmonisan dengan lingkungan sekitarnya. Pokok permasalahannya Penataan RRL secara visual tidak menghasilkan suatu keserasian antara cara penempatan, estetika, fungsional dengan lingkungan, tidak memudahkan orientasi dan mengganggu perhatian pemakai jalan sehingga berpengaruh terhadap perencanaan wilayah kota.

1.3. Tujuan dan Sasaran

Mengidentifikasi obyek-obyek RRL pada kawasab studi, membuat panduan perancangan (design guidelines) penataan reklame ruang luar ditinjau dari sisi lokasi, dan tata cara penempatan yang bersesuaian dengan kondisi di sekitarnya. Panduan perancangan ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pedoman penataan bagi pemasangan reklame ruang luar.

1.4. Kontribusi Kajian

1. Mempertajam pemahaman tentang penataan pertandaan yang terbentuk reklame ruang luar sebagai unsur perancangan kota

2. Memberikan masukan kedalam perancangan kota, yaitu sebagai pertimbangan dalam merancang elemenelemen kota.

1.5. Batasan Kajian

1. Berdasarkan amatan perencanaan kota, maka elemen-elemen peencanaan kota yang visual semrawut adalah di mulai dari perempatan pasar sumber artha kalimalang sampai perempatan jalan ahmad yani depan Mall Cyber Park, antara lain pada berm/jalur tepi jalan, median jalan, melintang jalan, daerah sempadan bangunan, taman dan pulau jalan.

2. Berdasarkan jenis reklame yang dikaji adalah sebagai berikut : papan reklame yang berdiri sendiri tidak menempel pada bangunan (reklame konstruksi/ billboard), Reklame dua dimensi yang berisi tulisan dan ilustrasi, Reklame terpasang permanen, Reklame dilengkapi lampu penetangan atau tidak akan tetapi dapat diamati dengan jelas pada siang hari, Reklame yang terpasang hanya ditinjau dari sisi kenampakan visualnya tanpa aspek teknis pemasangan (reklame putar dengan dengan gambar bergerak dan sebagainya).

1.6. Sistematika Pembahasan

1. Perencanaan Wilayah Kota yang distudi

2. Pengenalan Wilayah Studi

3. Membahas gambaran kondisi pemasangan RRL berikut elemen-elemen lansekap di sepanjang koridor jalan anatar lain di berm, median, pulau jalan dan jembatan penyeberangan.

4. Membuat metode pembahasan : metode pendataan dan metode penganalisaan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Kota sebagai pusat kegiatan manusia, yang di dalamnya terbentuk tatanan hingga membentuk struktur kota. Pendekatan identifikasi stuktur kota dengan pendekatan ekologis, ekonomis, morfologi kota dan

faktorial. Pendekatan ekonomis lebih berpengaruh terhadap nilai akses suatu perencanaan wilayah kota memiliki arti yang penting dalam memberikan daya saing suatu aktifitas. Keberadaan jaringan jalan utama kota akan mengubah pola aktifitas dari konsentrik menjadi pola sektoral atau yang lain tergantung pada pola jalan yang terbentuk. Pada gilirannya lokasi sepanjang jalan itulah yang akan lebih bernilai strategis dan diperebutkan banyak pihak. Sesuai dengan perkembangan kota, maka warga kota memerlukan suatu orientasi terhadap ruang tertentu. Orientasi dalam kaitannya dengan informasi suatu kawasan membutuhkan land mark, sedangkan sebagai ruang komunikasi membutuhkan pertandaan atau signage. Secara umum pertandaan ini adalah merupakan sesuatu secara fisik memberikan informasi pada masyarakat perkotaan melalui media yang ditampilkan. Bentuk pertandaan bisa berupa tulisan (huruf, angka), gambar (ilustrasi, dekorasi), lambang (simbol, merk) dan bendera (umbul-umbul). Aspek spasial dirancang khusus sesuai pesan dan kesan membentuk komunikasi visual bersifat informatif dan komersial menjadikan ruang terbuka kota.

2.1. Reklame Ruang Luar /RRL

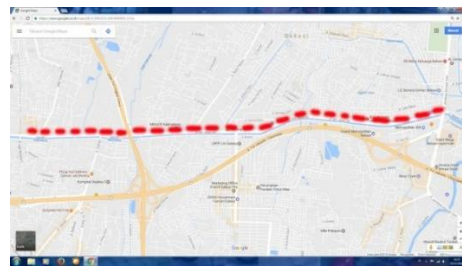
Merupakan suatu bentuk promosi kepada umum produk barang dagangannya disamping laris juga menawarkan citra impian, gaya hidup ideal disertai nilai-nilai baru kepada masyarakat.

1. Reklame bersifat sementara: selebaran, poster, umbul-umbul, baliho, balon udara.
2. Reklame bersifat tetap: reklame temple, neon sign, reklame konstruksi/ blackboard
3. RRL bisa disebut cara mengiklankan sesuatu di ruang terbuka: media luar, papan reklame, panel bus, perhentian bus (halte), jembatan penyeberangan, neon sign dll.
4. RRL terpasang ataupun di atas bangunan).
5. Penentuan lokasi papan RRL: menyangkut efektifitas media ruang luar sangat mempengaruhi efek penerimaan konsumen.

Terdiri dari : Arah Perjalanan, Jenis Produk, Jangkauan, Kecepatan arus lalu lintas, Persepsi terhadap secara: menempel/ menjadi satu dengan bangunan, berdiri sendiri dengan tiang konstruksi yang ditempatkan pada ruang luar bangunan (di pinggir jalan, di atas trotoar, pada taman, jalur hijau lokasi, Keserasian dengan bangunan sekitar

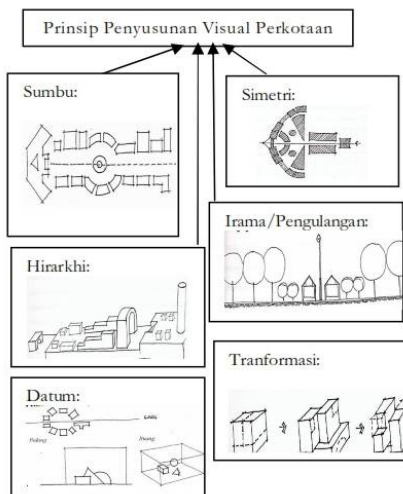
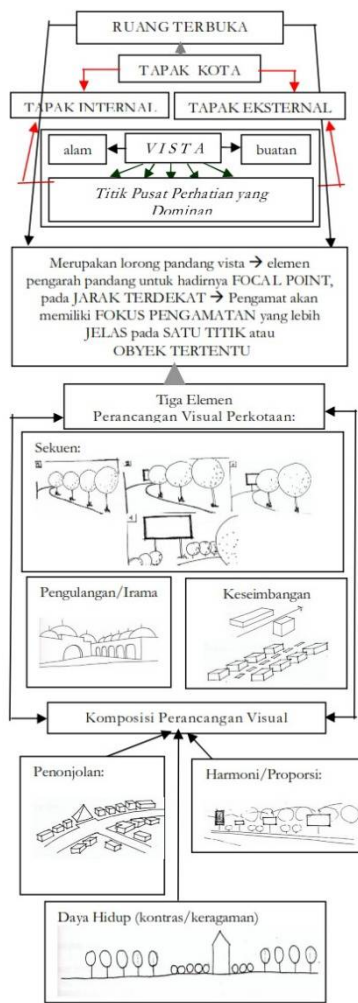
6. Penataan Reklame bukan atas bisnis/ ekonomi semata, namun atas karakter wilayah perkotaan. Sebagai elemen kota ukuran dan kualitas rancangan dari tandatanda reklame harus sesuai tanpa mengurangi efek negatif visual, yaitu : Papan RRL mencerminkan sifat khas kota. Jarak papan RRL yang visibel.

2.2. Perancangan Visual



Hubungan manusia dengan apa yang ia pandang sewaktu bergerak secara teratur berurutan (serial vision). Pemandangan pada tapak kota/city site dapat menyenangkan

atau sebaliknya.



Gambar 4.1 Peta survei (Garis merah putus-putus)
Sumber: Google

ANALISA PEMASANGAN REKLAME

5.1. Dasar Pemikiran

Penilaian penataan RRL dipengaruhi oleh estetika kawasan dan tata cara penempatannya pada wilayah kota sesuai lingkup bahasan penelitian sudah dibatasi oleh aspek keamanan dengan variabel amatan, struktur konstruksi dan usia pemasangannya, penempatan dengan variabel amatan sudut pandang/medan penglihatan, kejelasan visual, estetika dengan variabel amatan irama, sekun dan keseimbangan, fungsi dengan variabel amatan penonjolan, daya hidup dan keterbacaan dan peraturan (yang tidak dibahas lebih lanjut).



Gambar 4.3 Reklame permanen
Sumber: survei langsung

Penilaian obyek Amatan

Penilaian penataan RRL dalam penelitian ini didasarkan pada pemasangan RRL pada penggal jalanyang akan dianalisa.

1. Keamanan

a. Struktur Konstruksi, Baik : Konstruksi Kuat menopang dalam jangka panjang, Sedang: Konstruksi kuat menopang tetapi ada kemungkinan timbul gangguan bila terjadi perubahan cuaca/angin, Kurang: Konstruksi rawan terhadap gangguan

b. Mengacaukan Rambu, Baik: Keberadaan reklame tidak mengacaukan rambu, Sedang: Keberadaan Reklame mulai dirasakan mengganggu rambu, Kurang : Keberadaan Reklame sudah tidak teramati oleh pengamat

c. Keselamatan Pengamat, Baik: Pesan reklame terbaca kurang dari 7 detik, Sedang: Pesan

reklame terbaca dalam 7 detik, Kurang : Pesan yang reklame terbaca lebih dari 7 detik

2. Estetika

a. Irama : pembentukan yang tidak menimbulkan efek membosankan, Baik: Penempatan RRL menciptakan irama, Sedang: Penempatan RRL kurang menciptakan irama, Kurang: Penempatan RRL tidak menciptakan irama

b. Sekuen: Pengamatan serangkaian pemandangan pada satu segmen yang memberikan efek pengarah atau petunjuk suatu keterurutan tertentu Baik: Keterurutan pemasangan menimbulkan pengarah, Sedang: Keterurutan pemasangan kurang menimbulkan pengarah, Kurang: Keterurutan pemasangan tidak menimbulkan pengarah

c. Keseimbangan, menciptakan harmoni, Baik: Keseimbangan menciptakan kesatuan, Sedang: Keseimbangan kurang menciptakan kesatuan, Kurang: Keseimbangan tidak menciptakan kesatuan

3. Fungsi

a. Penonjolan, Baik: Penonjolan menghasilkan kesatuan, Sedang: Penonjolan kurang menghasilkan kesatuan, Kurang: Penonjolan tidak menghasilkan kesatuan

b. Daya Hidup, Baik: Kontras yang menimbulkan kesatuan Kontras kurang menimbulkan kesatuan, Kontras tidak menimbulkan kesatuan

c. Keterbacaan, Baik: Seluruhnya terbaca, Sedang: Sebagian terbaca Kurang: Sebagian kecil terbaca

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Kesimpulan

Pemasangan RRL di berm jalan ternyata paling banyak dimanfaatkan oleh pemasang iklan, justru pemasangan ini tidak bersesuaian. Potensi pemasangan reklame di berm jalan yang berbatasan dengan rel KA memiliki potensi tinggi tetapi justru dimanfaatkan dengan ukuran yang tidak sesuai dengan lingkungan dan tidak harmoni dengan

elemen perkotaan. Pemasangan di median jalan, sebaiknya berukuran kecil selang seling dengan perdu. Pemasangan pada jembatan penyeberangan yang memiliki potensi dengan penataan yang disesuaikan dengan lingkungan melalui pembentukan elemen lansekap yang dapat menghasilkan pelembut pandang lebih baik. Penetaan pada pulau jalan, ternyata harus dibatasi dan disesuaikan dengan lokasi sekitar dengan jumlah reklame yang dibatasi menambah perdu untuk kesan menonjol. Pada pertigaan Jalan, reklame perlu dibatasi, reklame dibuat tegak lurus arahpandang sekaligus memberi pengarah pergerakan

Rekomendasi

Masih diperlukan penelitian lanjut untuk perencanaan kota demi mempertajam aspek peraturan, elemen perabot jalan, segi warna iklan siang/malam, aspek bisnis dalam lokasi usuran dan tampilan. Perancangan Kota perlu menata elemen perkotaan tersebut.

6. DAFTAR PUSTAKA

a. Follis, John and Hammer, Dave (1979), "The Architectural Signing and Graphics" Whitney Library of Design

b. Haryadi, B. Setiawan (1995), "Arsitektur Lingkungan dan Perilaku" Dirjen Dikti/Depdikbud Jakarta

c. Kasali, Rhenald (1985), "Manajemen Periklanan-Konsep dan Aplikasinya di Indonesia" Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

d. Moleong, Lexy J (1995), "Metode Penelitian Kualitatif" Remaja Karya Rosda Bandung.

e. Rapoport, Amos (1997), "Human Aspect of Urban Form" Pergamon Press, Oxford f. Yunus, Hadi Sabari (1994), "Teori dan Model Struktur Keruangan Kota" Universitas Gajahmada, Yogyakarta.