

Penataan Reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang

Dwi Rahmat Nurhidayat¹, Mila Karmila², Bobby Rahman³

^{1, 2, 3} Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Islam Sultan Agung
¹dwirahmatnurhidayat@gmail.com

Abstrak – Sebuah pertumbuhan pembangunan yang pesat salah satunya dapat dilihat dari indikator seberapa besar peningkatan jumlah bangunan komersial. Reklame merupakan salah satu media promosi yang digunakan pada bangunan-bangunan komersial untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan. Koridor Jalan Prof. Soedarto merupakan salah satu jalan dengan fungsi sebagai jalan kolektor sekunder. Selain itu Koridor Jalan Prof. Soedarto merupakan salah satu akses utama menuju kawasan pendidikan Kecamatan Tembalang dan Banyumanik. Bangunan yang berada di sekitar koridor merupakan alih fungsi dari untuk permukiman menjadi komersial sehingga mengakibatkan banyak reklame yang ada di bangunan-bangunan tersebut. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini adalah penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang kurang baik.

Kata kunci: reklame, penataan reklame, koridor Jalan Prof. Soedarto

Abstract – A rapid growth of development can be seen from the indicator of how large the increase in the number of commercial buildings. Billboards are one of the promotional media used in commercial buildings to promote the goods or services offered. Prof. Soedarto Street Corridor is one of the roads with a function as a secondary collector road. In addition, Prof. Soedarto Street Corridor is one of the main accesses to the education area of Tembalang and Banyumanik subdistricts. The change of use of the building from settlement to commercial resulting in many billboards in these buildings. Therefore, the purpose of this research is to find out how the billboards are organized in the Corridor of Prof. Soedarto Street. The method used in this research is qualitative method with descriptive analysis technique. The result of this study is the arrangement of billboards in the Corridor of Prof. Soedarto Street Semarang city is not good.

Key words: billboards, billboards's arrangement, Prof. Soedarto street corridor

I. PENDAHULUAN

Salah satu indikator pertumbuhan pembangunan yang pesat utamanya ditandai dengan meningkatnya jumlah bangunan-bangunan komersial seperti supermarket, perkantoran dan mal atau pusat perbelanjaan [1]. Reklame merupakan media publik, media luar ruang atau media luar griya [2] yang digunakan untuk tujuan komersial dimana menampilkan barang atau jasa dalam bentuk dua dimensi [3]. Tingkat prioritas dalam penempatan reklame yang menghasilkan bahwa klasifikasi jalan merupakan yang paling utama [4]. Timbulnya reklame yang tidak terkendali tentu akan memberikan dampak negatif terhadap visual atau keindahan dari sebuah kota [5].

Di dalam RTRW Kota Semarang, Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Banyumanik ditetapkan sebagai kawasan pendidikan dengan fungsi kawasan primer. Hal ini berdampak pada pertumbuhan aktivitas baru yang bukan hanya untuk perumahan saja, namun transportasi dan perdagangan serta jasa ikut mengalami peningkatan. Perdagangan dan jasa menjadi salah satu sektor yang terdampak signifikan. Banyaknya retail dan jasa fotokopi dan juga PKL menjadi salah satu indikator yang langsung bisa dilihat dan dirasakan [6].

Jalan Prof. Soedarto merupakan salah satu ruas atau koridor jalan dengan fungsi jalan kolektor sekunder (RTBL Kota Semarang BWK VII, 2010). Selain itu, Jalan Prof. Sudarto merupakan akses utama menuju beberapa perguruan tinggi diantaranya Politeknik Kesehatan Kemenkes, Politeknik Negeri Semarang, Universitas Diponegoro, dan Universitas Pandanaran. Seiring dengan bertambahnya mahasiswa setiap tahunnya, intensitas lalu lintas juga bertambah menjadikan Jalan Prof. Soedarto sebagai tempat yang strategis untuk memasarkan produk, salah satunya melalui reklame. Melihat kondisi-kondisi tersebut, dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang.

Manfaat dari penelitian ini ada untuk bisa mengetahui bagaimana penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto. Selain itu juga dapat menjadi masukan Pemerintah Kota Semarang apakah penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto sudah sesuai atau belum.

II. TINJAUAN PUSTAKA/ LANDASAN TEORI

A. Reklame

Asal kata reklame adalah *re* yang artinya berulang dan *clamare* yang artinya seruan dalam Bahasa Latin, Maka dari itu, makna dari kedua istilah tersebut yaitu suatu aktivitas atau kegiatan penyaluran atau penyampaian informasi kepada orang-orang atau khalayak yang menjadi sasaran pesan tersebut [7]. “Media luar ruang” atau “media luar griya merupakan contoh istilah-istilah yang sering digunakan dalam penyebutan reklame. Meskipun mempunyai arti yang sangat luas, kata reklame sendiri di Indonesia sering digunakan untuk menyebutkan media iklan yang menjadikan publik di luar ruang privat sebagai sasarannya [2].

Adapun karakteristik dari reklame pada umumnya dapat dilihat pada poin-poin berikut [8].

1. Ukurannya relatif besar sehingga sangat gampang menarik perhatian dan mendominasi penglihatan.
2. Memiliki warna yang bervariasi, isinya berupa gambar atau ilustrasi yang unik sehingga mudah untuk diingat oleh publik.
3. Isi pesan yang ingin disampaikan sangat singkat. Hal ini dikarenakan publik yang menjadi sasaran merupakan orang-orang yang bergerak sehingga harus menarik perhatian dari kejauhan. Biasanya berupa slogan singkat yang sengaja dibuat dengan menggunakan huruf-huruf besar dan mencolok.
4. Wajah dari suatu kawasan dapat ditentukan melalui penataan reklame yang terorganisir. Kesetategisan penataan reklame dapat menimbulkan ekonomisnya sebuah kampanye iklan.
5. Salah satu karakteristik reklame yang paling penting adalah bagaimana reklame tersebut dapat menimbulkan sebuah ingatan atau kesan dari pemirsa bisa melalui warna, pengulangan, penebalan, ataupun ukurannya.
6. Karakteristik selanjutnya adalah efek apa saja yang digunakan, efek-efek tersebut dapat berupa
 - a. Tata Cahaya
 - b. Lampu Latar
 - c. Bentuk
 - d. *Inflatables* (benda-benda yang memberikan efek tiga dimensi)
 - e. Gerakan

Pada dasarnya reklame memiliki banyak macam dan bentuk, adapun jenis-jenisnya adalah sebagai berikut [2].

1. Reklame Papan/*billboard*
2. Reklame *Megatron, Videotron, Large Electronic Display (LED)*
3. Reklame Kain
4. Reklame Melekat (stiker)
5. Reklame Selebaran
6. Reklame Berjalan/Kendaraan
7. Reklame Udara
8. Reklame Suara
9. Reklame slide
10. Reklame peragaan

Sebuah reklame dibuat untuk tujuan dapat diperhatikan oleh orang-orang yang sedang dalam perjalanan. Jenis-jenis reklame adalah sebagai berikut [8].

1. Poster Panel
2. *Kinetic Board/Mechanical Billboard*
3. *Premiere Billboard*
4. *Bulletin Billboard*
5. *Digital Billboard*
6. *Wallscape*
7. *Frame Board*
8. *Neon Box*
9. *Letter Timbul*
10. *Neon Sign*
11. *Standing Signage*
12. *Pylon/ Company Statue*
13. Spanduk/*Banner*
14. Umbul-Umbul
15. Mobile Panel

B. Penataan Reklame

Dalam penempatan sebuah reklame sering dikaitkan erat dengan beberapa pertimbangan yang harus diperhatikan, yaitu sebagai berikut [9].

1. Reklame yang digunakan harus sesuai dengan bagaimana karakteristik daerah tersebut.

2. Jarak yang digunakan antara satu reklame dengan reklame yang lain harus cukup. Hal ini bertujuan untuk memudahkan untuk dibaca dan menghindari ketidakteraturan.
3. Memiliki hubungan yang harmonis antara reklame dengan arsitektur bangunan dimana reklame-reklame tersebut ditempatkan.
4. Penggunaan pencahayaan yang bijaksana, efektif, dan efisien sesuai dengan dimana reklame-reklame tersebut akan ditempatkan.
5. Penempatan reklame yang memiliki ukuran besar tidak boleh sangat mendominasi pemandangan baik di ruang publik maupun pedestrian.

Juniarko (2010) [10] menyebutkan penataan reklame harusnya didasarkan oleh beberapa hal, yaitu sebagai berikut.

1. Penempatan
 - a. Penempatan reklame pada sebuah koridor jalan harus menyesuaikan bagaimana batasan standar visual penempatan sebuah reklame.
 - b. Jika reklame ditempatkan pada pada koridor jalan dengan dua arah reklame dipasang dengan tegak lurus 900. Namun jika ditempatkan koridor jalan dengan satu arah, pemasangannya harus membentuk sudut 450-600 dengan arah kendaraan.
 - c. Penempatan atau peletakan reklame tidak boleh sampai menutup fasade dari bangunan tersebut. Untuk setiap persil bangunan hanya boleh terdapat 1 reklame. Jika akan diletakkan pada halaman persil, tidak boleh sampai merusak vegetasi di sekitarnya.
 - d. Jika reklame ingin dipasangkan bersatu dengan prasarana pelengkap jalan seperti halte, tiang lampu penerang jalang, bis surat, perkerasan jalur pedestrian, serta pos polisi diperbolehkan dengan dalih agar lebih efisien memanfaatkan ruang.
 - e. Peletakan atau penempatan reklame yang menggunakan jalur pedestrian dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) tidak diperbolehkan.
 - f. Pemasangan pada luar persil bangunan disesuaikan dengan kebutuhan ruang gerak pejalan kaki, yaitu pada ketinggian 2,7-4m di atas permukaan tanah. Untuk reklame melintas badan jalan pemasangannya pada ketinggian 6,5-8m di atas permukaan aspal.
 - g. Ketinggian pemasangan reklame pada persil (bangunan bertingkat) diletakkan pada lantai 1 atau 2.
 - h. Jarak pasang disesuaikan dengan kecepatan rata-rata koridor jalan, yaitu antara 21-43 m.
2. Ukuran
 - a. Ukuran reklame pada luar persil bangunan disesuaikan dengan kecepatan rata-rata tiap koridor jalan sehingga masih dapat terlihat jelas baik oleh pengendara ataupun pejalan kaki, yaitu 2-24 m²
 - b. Pemasangan reklame pada persil bangunan tidak diperbolehkan menutupi fasade bangunan dan melebihi pagar pembatas persil bangunan. Ukuran maksimum yang diperbolehkan adalah 25% dari luas fasade keseluruhan.
 - c. Ukuran minimum tulisan reklame disesuaikan dengan kecepatan rata-rata tiap koridor jalan, yaitu 0,14-0,28 m.
3. Pencahayaan
Penggunaan pencahayaan eksternal pada setiap pemasangan reklame dan variasi pencahayaan melalui penggunaan reklame bercahaya.
4. Konstruksi
 - a. 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.
 - b. Bentuk reklame, baik yang menempel pada persil maupun reklame yang berdiri sendiri harus disesuaikan dengan kondisi bangunan dan prasarana pelengkap jalan yang ada.
 - c. Untuk reklame yang berada di luar persil dengan ukuran 2-12m² menggunakan dua tiang penyangga, reklame dengan ukuran >12m² menggunakan tiga atau lebih tiang penyangga.

III. METODE PENELITIAN/EKSPERIMEN

Metode penelitian dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Teknik analisis deskriptif dikembangkan oleh Miller dan Hubberman dimana melalui pengelolaan data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah berupa observasi lapangan.

Adapun parameter parameter yang digunakan adalah parameter jenis reklame dan penataan reklame.

Tabel 1. Parameter Penelitian

Jenis Reklame	Penataan Reklame
1. Reklame Papan/ <i>billboard</i>	1. Jenis reklame
2. Reklame Melekat (stiker)	2. Jarak antar reklame
3. Reklame Berjalan/Kendaraan	3. Kesesuaian peraturan
4. <i>Neon Box</i>	4. Ukuran
5. <i>Wallscape</i>	
6. <i>Frame Board</i>	
7. Spanduk/ <i>Banner</i>	
8. <i>Standing Signage</i>	

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang melintasi 3 kelurahan di 2 kecamatan yaitu Kelurahan Sumurboto dan Kelurahan Pedalangan Kecamatan Banyumanik serta Kelurahan Tembalang Kecamatan Tembalang. Koridor Jalan Prof. Soedarto termasuk memiliki fungsi sebagai jalan kolektor sekunder (RTBL Kota Semarang BWK VII, 2010).

A. Jenis Reklame

Terdapat beberapa jenis reklame di sepanjang Jalan Prof. Soedarto. Adapun jenis dan jumlahnya serta persebaran reklame-reklame tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Jumlah Reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto

No	Jenis Reklame	Jumlah
1.	Reklame Papan/ <i>billboard</i>	68
2.	Reklame Melekat (stiker)	137
3.	Reklame Berjalan/Kendaraan	3
4.	<i>Neon Box</i>	139
5.	<i>Wallscape</i>	3
6.	<i>Frame Board</i>	35
7.	Spanduk/ <i>Banner</i>	291
8.	<i>Standing Signage</i>	4



Gambar 1. Peta Persebaran Reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto

B. Jarak Reklame

Dalam hal jarak, penataan reklame di Jalan Prof. Soedarto terbilang sangat berdekatan, baik antara satu jenis reklame maupun dengan jenis reklame lain. Bahkan tidak sedikit reklame yang saling menutupi satu dengan yang lain sehingga membuat pesan dai reklame-reklame tersebut tidak tersampaikan. Dengan keadaan tersebut berpengaruh juga dengan kepadatan dari reklame. Ada beberapa titik yang terlihat sangat padat akan reklame diantaranya di persimpangan antara Jalan Prof. Soedarto dengan Jalan Tirtoagung, di depan PHD dan pertigaan masuk tol. Jumlah reklame yang banyak memberikan kesan padat dan tidak teratur.



Gambar 2. Kepadatan Reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto

Selain itu, ada beberapa reklame yang diletakkan diantara pepohonan sehingga pesan yang terpampang tidak terlihat, hanya pepohonan yang terlihat. Begitu juga dengan jenis reklame melekat yang ditempelkan dengan sembarangan. Hampir di setiap tiang listrik ditempli dengan reklame jenis ini. Tidak hanya tiang listrik saja, namun pohon juga dijadikan media dijadikan sebagai media penempatan reklame. Tak jarang pula reklame *frame board* di letakkan tepat di jalur pejalan kaki.



Gambar 3. a. Reklame tertutupi pohon, b. Reklame di tiang listrik, c. Reklame di poho, d. Reklame di jalur pejalan kaki

C. Kesesuaian dengan Peraturan

Karena jalur hijau hanya ada di Jalan Prof. Soedarto dari Patung Diponegoro-Tol, maka banyak yang melanggar peraturan dengan tetap memasang reklame yang menempel pada pohon. Jumlahnya tidak banyak, namun tetap menyalahi aturan. Selain di pohon, reklame reklame banyak dipasang di tiang listrik, bahkan tidak sedikit reklame yang menempel di tiang listrik sudah luntur tulisan dan warnanya sehingga menimbulkan kesan kotor pada tiang listriknya.

Selain pemasangan atau peletakkan reklame di pohon ataupun di tiang listrik, masih ada beberapa reklame yang sampai sekarang belum membayar pajak reklame. Reklame merupakan salah satu sumber pemasukan pendapatan daerah yang tinggi. Reklame-reklame tersebut belum membayar pajak meskipun sudah dipasang tanda belum lunas pajak pada setiap reklamennya. Semua reklame yang belum melunasi pembaayaran pajak tersebut merupakan reklame billboard dimana ukurannya besar dan mudah dilihat.



Gambar 4. a. Reklame menempel di pohon, b. reklame menempel di tiang listrik, c&d. Reklame belum lunas pajak

D. Ukuran Reklame

Reklame-reklame yang ada di Jalan Prof. Soedarto memiliki ukuran-ukuran yang bermacam-macam sesuai dengan jenisnya. Ukuran setiap reklame didasarkan pada jenis reklame. Untuk ukuran yang paling besar yaitu reklame papan yang bisa berukuran 2x3m. reklame melekat/stiker memiliki ukuran yang relatif kecil karena letaknya yang menempel pada pohon atau tiang listrik. Khusus untuk reklame berjalan yang contohnya berupa mobil jasa angkut

ukurannya bisa sebesar 1x0,5m. Hampir semua *neon box* memiliki ukuran yang hamper sama dengan ukuran sekitar 1x0,5m. Untuk *wallscape* ukurannya mengikuti besar dari media yang digambar. *Frame board* memiliki rata-rata ukuran sebesar 1,5x0,5m. Standing signage memiliki ukuran yang memiliki tinggi yang dominan dibandingkan dengan lebarnya yaitu rata rata tingginya 3,5m dan lebarnya hanya 0,5m saja. Ukuran spanduk juga menyesuaikan media untuk meletakkannya. Ukuran banner hamper sama dengan standing signage dimana diutamakan ketinggiannya, ukuran rata rata tingginya yaitu 2m dan lebarnya 1m. Maka dari itu dari beberapa jenis reklame yang sudah sesuai dengan yang dianjurkan yaitu antara 2-24m² adalah reklame *billboard* dan spanduk saja.

V. SIMPULAN

Penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto didasarkan pada jenis reklame, jarak reklame, kesesuaian dengan aturan, dan ukuran reklame.

- Reklame-reklame yang terdapat di Koridor Jalan Prof. Soedarto terdiri dari reklame dengan jenis *billboard*, stiker, berjalan, *neon box*, *wallscape*, *frame board*, spanduk/*banner*, dan *standing signage*.
- Jarak pada reklame-reklame yang ada di Koridor Jalan Prof. Soedarto termasuk terlalu berdekatan karena ada beberapa reklame yang malah menutupi reklame lain.
- Selain jaraknya yang terlalu berdekatan, masih ditemukan beberapa reklame yang belum melunasi pajak kepada pemerintah. Hal tersebut menandakan masih ada reklame yang tidak sesuai dengan peraturan yang ada.
- Hanya reklame jenis *billboard* dan spanduk/*banner* saja yang memiliki ukuran sesuai dengan yang dianjurkan. Reklame-reklame lain belum memenuhi hal tersebut.

Berdasarkan kondisi-kondisi di atas, penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang masih kurang baik karena ada beberapa reklame yang tidak sesuai dengan aturan sehingga mengakibatkan fungsi dari reklame dan di sekitarnya menjadi terganggu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada kedua orang tua dan teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan laporan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mandaka, Mutiawat, Estetika Visual Koridor Pada Bangunan-Bangunan Komersil Di Jalan Pandanaran Semarang, *Neo Teknika*, Vol.1, No. 2, 2015
- [2] Yunanto, Ardi, dkk. 2013, Publik dan Reklame di Ruang Kota Jakarta, Jakarta, Ruang Rupa
- [3] Wijaya, Monang, Evaluasi Tata Reklame Pada Koridor Utama Kota Magelang, *Ruang*, Vol. 1, No.1, Hal. 131-140, 2013
- [4] Setiawan, Altim, Kajian Faktor Nilai Strategis Lokasi Dalam Penempatan Reklame Di Kota Palu, *Ruang*, Vol. 1, No. 1, 2009
- [5] Nurhadi, dkk. Kajian Spasial Keberadaan Reklame Luar Ruang Terhadap Etika dan Estetika Ruang Publik di Kota Yogyakarta, *Informasi*, Vol. 38, No. 2, 2012
- [6] Sinurat, Fransinata, Perubahan Fungsi Bangunan Di Koridor Jalan Sirajudin-Banjarsari Akibat Keberadaan Kawasan Pendidikan Di Kelurahan Tembalang Semarang Jawa Tengah, *Ruang*, Vol. I, No. 4, 2015
- [7] Wiranggani, Panjalu. 2015, Membangun Usaha Las dan Reklame, Yogyakarta. Istana Media Supriyanto
- [8] Supriyanto, Aresta. 2008. Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard. Jakarta. PT Buku Kita
- [9] Pramono, Eddy, Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Reklame Dan Aspek Legal Hukumnya Di Jalan Slamet Riyadi Kota Surakarta, 2006. Website: <http://eprints.undip.ac.id>, diakses pada 23 November 2018
- [10] Juniarko, Oky. dkk, Penataan Reklame Pada Koridor Jalan Utama Kota Maratam. *Tata Kota dan Daerah*, Vol. 1, No.2, 2010