

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu indikator pertumbuhan pembangunan yang pesat utamanya ditandai dengan meningkatnya jumlah bangunan-bangunan komersial seperti supermarket, perkantoran dan mal atau pusat perbelanjaan (Mandaka 2015). *Signage* atau penanda sangat dibutuhkan untuk memberikan identitas bangunan. Reklame merupakan media publik, media luar ruang atau media luar griya (Yunanto 2013) yang digunakan untuk tujuan komersial dimana menampilkan barang atau jasa dalam bentuk dua dimensi (Wijaya 2013).

Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas reklame seperti Wijaya (2013), Setiawan (2009), Wicaksono (2008), Gitarus (2016), dan Dukic et al. (2013). Wijaya (2013) membahas tentang evaluasi tata reklame terhadap ruang terbuka, lokasi strategis reklame, dan estetika kota yang menghasilkan keberadaan reklame tidak terlalu mengganggu estetika meskipun masih ada beberapa reklame yang menyalahi aturan. Setiawan (2009) meneliti tingkat prioritas dalam penempatan reklame yang menghasilkan bahwa klasifikasi jalan merupakan yang paling utama. Wicaksono (2008) membandingkan apakah iklan luar ruang hanya untuk kepentingan ekonomi atau melihat kepentingan publik juga, hasilnya siklus penempatannya didominasi oleh kepentingan ekonomi. Gitarus (2016) mengevaluasi kebijakan penyelenggaraan reklame dimana hasilnya belum maksimalnya penyelenggaraan kebijakan tersebut dikarenakan kurangnya SDM yang berkompeten dan kurangnya dana. Sedangkan Dukic et al. (2013) membahas tentang apakah *billboard* elektronik mengganggu penglihatan pengendara yang dimana hasilnya *billboard* elektronik mempengaruhi pandangan.

Sebenarnya papan reklame memiliki 2 dampak yang berbeda, yaitu positif dan negatif. Dampak positifnya yaitu sebagai kontributor pendapatan daerah dan meningkatkan kualitas visual dari sebuah kota (Nurhadi, Purwantara, and Khotimah 2012), sedangkan dampak negatifnya yaitu bisa menyebabkan pencemaran visual (Tumangkeng 2017). Timbulnya reklame yang tidak terkendali

tentu akan memberikan dampak negatif terhadap visual atau keindahan dari sebuah kota (Wijaya 2013). Banyak ahli lingkungan menyoroti bahwa keberadaan reklame di sepanjang jalan kota yang tidak tertata strategis atau desain telah menimbulkan pencemaran visual (Gitarus 2016).

Penelitian-penelitian tentang kualitas visual yang telah dilakukan seperti Tumangkeng (2017), Mandaka (2015), dan Nusrat (2016). Tumangkeng (2017) membahas kualitas visual terhadap eksistensi *street furniture* yang hasilnya kualitas visual terkesan kurang menyatu antara papan reklame dengan kawasan. Mandaka (2015) membahas pengaruh *signage* di bangunan komersil terhadap estetika visual yang hasilnya *signage* yang terdapat pada bangunan-bangunan komersil memberikan pengaruh positif dalam kaitannya dengan estetika visual. Nusrat (2016) membahas tentang apakah *billboard* berdampak pada polusi visual dan hasilnya memang benar jika *billboard* menjadi salah satu penyebab polusi visual.

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 (Sinurat 2015).

Jalan Prof. Soedarto merupakan salah satu ruas atau koridor jalan dengan fungsi jalan kolektor sekunder (RTBL Kota Semarang BWK VII, 2010). Jalan kolektor sekunder berfungsi untuk menghubungkan kawasan sekunder kedua dengan kawasan sekunder lainnya atau menghubungkan kawasan sekunder kedua dengan kawasan sekunder ketiga (Nizar 2008). 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.

Adapun penelitian yang membahas Jalan Prof. Soedarto sebagai wilayah studi diantaranya dilakukan oleh Panduri & Suwardono (2015) dan Marina & Setyono (2012). Dimana Panduri & Suwardono (2015) membahas tentang perilaku pengguna pedestrian dan pola berjalan kaki yang menghasilkan PKL dan pejalan kaki mendominasi jalur pedestrian. Sedangkan Marina & Setyono (2012) membahas tentang perkembangan dan lokasi minimarket yang menghasilkan bahwa pada 2009 dan 2004 merupakan tahun-tahun dimana minimarket berkembang sangat pesat dan lokasinya berada di jalan linier dengan tujuan memudahkan pembeli untuk mencapainya.

Pemilihan Koridor Jalan Prof. Soedarto didasarkan pada fungsinya yaitu sebagai jalan kolektor sekunder dan termasuk ke dalam kawasan pendidikan. Pada penelitian-penelitian yang membahas tentang reklame hanya berfokus pada kawasan pusat perekonomian sehingga Koridor Prof. Soedarto bisa dijadikan salah satu contoh bagaimana kualitas visual koridornya yang didasarkan pada keberadaan reklame-reklame yang ada. Maka dari itu penelitian ini akan menganalisis kualitas visual berdasarkan keberadaan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan utama yang dibahas di penelitian ini adalah kualitas visual Jalan Prof. Soedarto yang didasarkan pada keberadaan reklame terletak di Kawasan Pendidikan Kota Semarang, menjadikannya salah satu jalan yang sibuk. perkembangan kawasan pendidikan tersebut berdampak pada tumbuhnya sektor perdagangan dan jasa yang merupakan sektor penyumbang terbesar keberadaan reklame di koridor Jalan Prof. Soedarto. Penempatan dan penataan reklame di koridor Jalan Prof. Soedarto bisa dikatakan berantakan.

Selain itu masih ada banyak reklame yang ditempatkan di pohon yang tentu saja melanggar peraturan. Masih banyak ditemukannya reklame yang tidak pada tempatnya menandakan bahwa kurang pedulinya para pemilik reklame terhadap penempatan reklame yang sebenarnya sudah diatur dalam peraturan daerah. Dari pihak pemerintah sendiri memiliki kendala dalam penerapan peraturan daerah tentang reklame dikarenakan anggota yang menangani reklame

kurang jumlahnya. Hal tersebut ikut berdampak pada pertumbuhan reklam yang kurang terkendali dan berdampak pada kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto. Berdasarkan permasalahan yang ada, dapat ditarik suatu pertanyaan penelitian yaitu **“Bagaimanan kualitas visual berdasarkan keberadaan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto”**. Maka, dalam penelitian ini akan mengkaji pengaruh reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto.

1.3 Tujuan dan Sasaran

Penelitian ini memiliki tujuan dan sasaran sebagai berikut.

1.3.1 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas visual berdasarkan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto.

1.3.2 Sasaran

Adapun sasaran untuk mencapai tujuan yang telah disebutkan yaitu sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi kondisi eksisting reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang
2. Menganalisis kesatuan reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang
3. Menganalisis proporsi dan reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang
4. Menganalisis keseimbangan reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang
5. Menganalisis ritme/irama reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang
6. Menganalisis warna reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang
7. Menganalisis urutan reklame terhadap kualitas visual Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian terkait analisis kualitas visual berdasarkan keberadaan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto ini memiliki manfaat bagi para *stakeholder* terkait, manfaat tersebut diantaranya adalah sebagai berikut ini.

1. Sebagai salah satu pertimbangan untuk mengetahui bagaimana penataan reklame yang tidak merusak visual koridor Jalan Prof. Soedarto kota Semarang.
2. Sebagai tambahan sumber informasi bagi yang membutuhkan terkait penelitian maupun perencanaan wilayah terkait maupun wilayah lainnya.

1.5 Ruang Lingkup

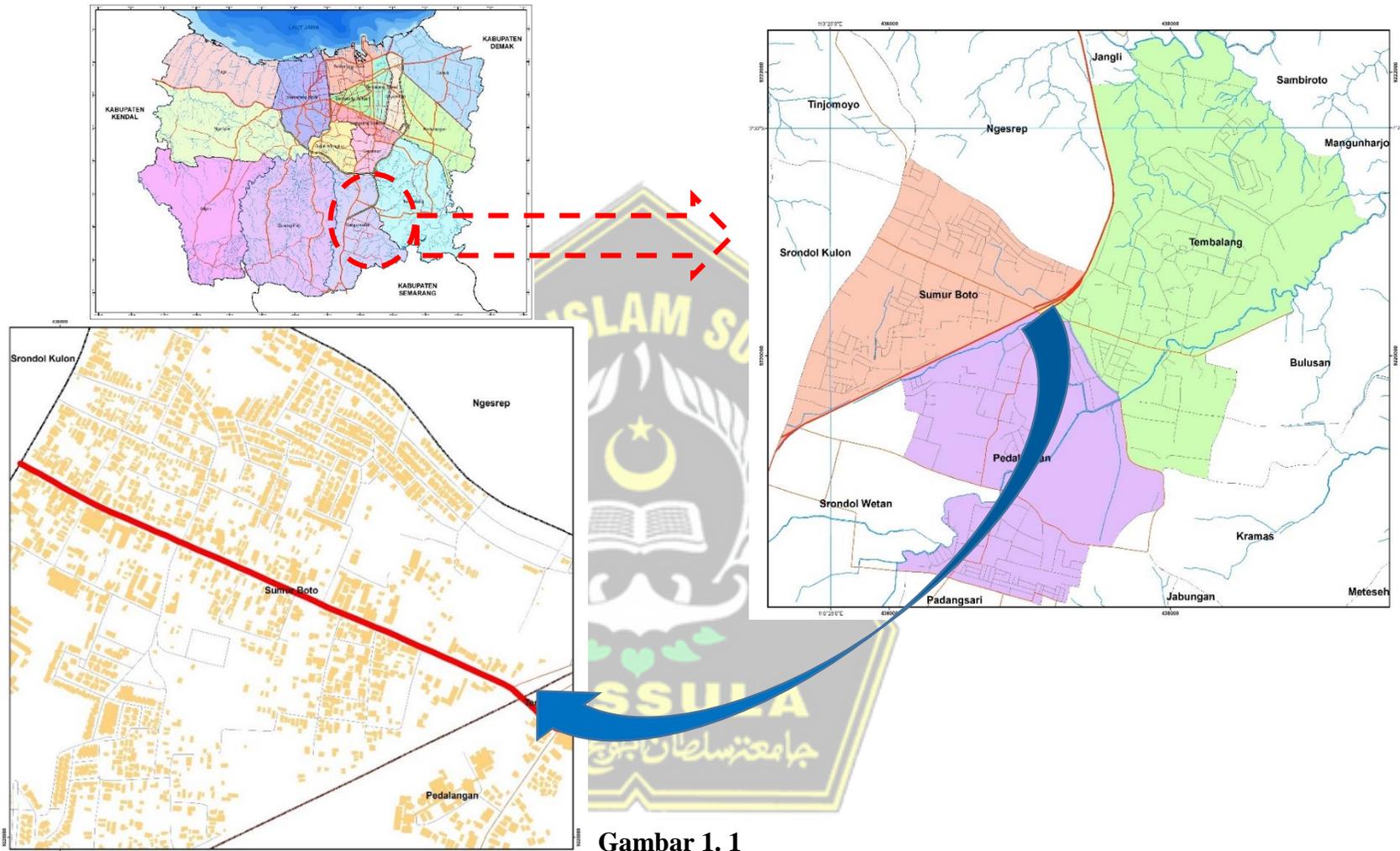
Ruang lingkup dari laporan ini membahas tentang ruang lingkup wilayah dan materi.

1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah

Adapun ruang lingkup wilayah pada laporan ini adalah koridor Jalan Prof. Soedarto. Jalan Prof. Soedarto merupakan jalan dengan fungsi kolektor sekunder. Memiliki 1 jalur 2 lajur dengan sebagaimana memiliki median jalan dan sebagian lagi tanpa median jalan. Begitu juga dengan pedestrian, sebagian memiliki jalur pedestrian sebagian lagi tidak memiliki. Koridor Jalan Prof. Soedarto berada pada 3 Kelurahan. Kelurahan Sumur Boto dan Pedalangan (Kecamatan Banyumanik) serta Kelurahan Tembalang (Kecamatan Tembalang). Adapun peta Jalan Prof. Soedarto adalah sebagai berikut.

1.5.2 Ruang Lingkup Materi

Penelitian ini akan membahas tentang analisis kualitas visual berdasarkan reklame sehingga substansi pemikirannya juga terkait dengan reklame dan kualitas visual. Diantaranya yaitu tentang pengertian reklame, jenis-jenis reklame, penataan reklame, dan kualitas visual sehingga akan dianalisis bagaimana kualitas visual berdasarkan keberadaan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto. Adapun reklame-reklame yang menjadi penelitian adalah reklame-reklame yang termasuk reklame komersial di ruang persil privat.



Gambar 1. 1

Peta Administrasi Ruang Lingkup Wilayah

Sumber: Hasil Analisis, 2020

1.6 Keaslian Penelitian

Tabel berikut merupakan memperlihatkan nama peneliti, judul, lokasi, tahun, tujuan, metode, serta hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu terkait dengan lokasi dan tema yang sama.

Tabel I. 1 Matriks Penelitian

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi dan Waktu Penelitian	Tujuan	Metode dan Analisis	Hasil Penelitian
Lokus Prof. Soedarto						
1.	Panduri & Suwardono	Perilaku Masyarakat Dalam Penggunaan Jalur Pedestrian di Koridor Jalan Prof. H. Soedarto, S.H.	Koridor Jalan Prof. H. Soedarto, S.H., 2015	Mengetahui perilaku penggunaan pedestrian dengan dan ketidakdisiplinan yang ditinjau dari fungsi lahan dan bangunan sehingga dapat diketahui pola berjalan kaki di koridor Jalan Prof. H. Soedarto, S.H. untuk kenyamanan dan keamanan.	Kuantitatif dengan analisis deskriptif naratif	Bentuk perilaku masyarakat dalam penggunaan jalur pedestrian didominasi oleh pejalan kaki dan PKL.
2.	Marina & Setyono	Kajian Perkembangan dan Lokasi Minimarket di Kawasan Tembalang	Koridor Jalan Prof Soedarto – Jalan Ngesrep Timur Semarang 2012	Mengidentifikasi sejauh mana ekspansi minimarket di Kawasan Tembalang	Kualitatif dengan analisis deskriptif kualitatif	Sebanyak 13 minimarket yang dibangun sejak 2001 hingga april 2012. Sebagian besar lokasi yang dipilih berada pada jalan linear untuk memudahkan akses konsumen ke minimarket.

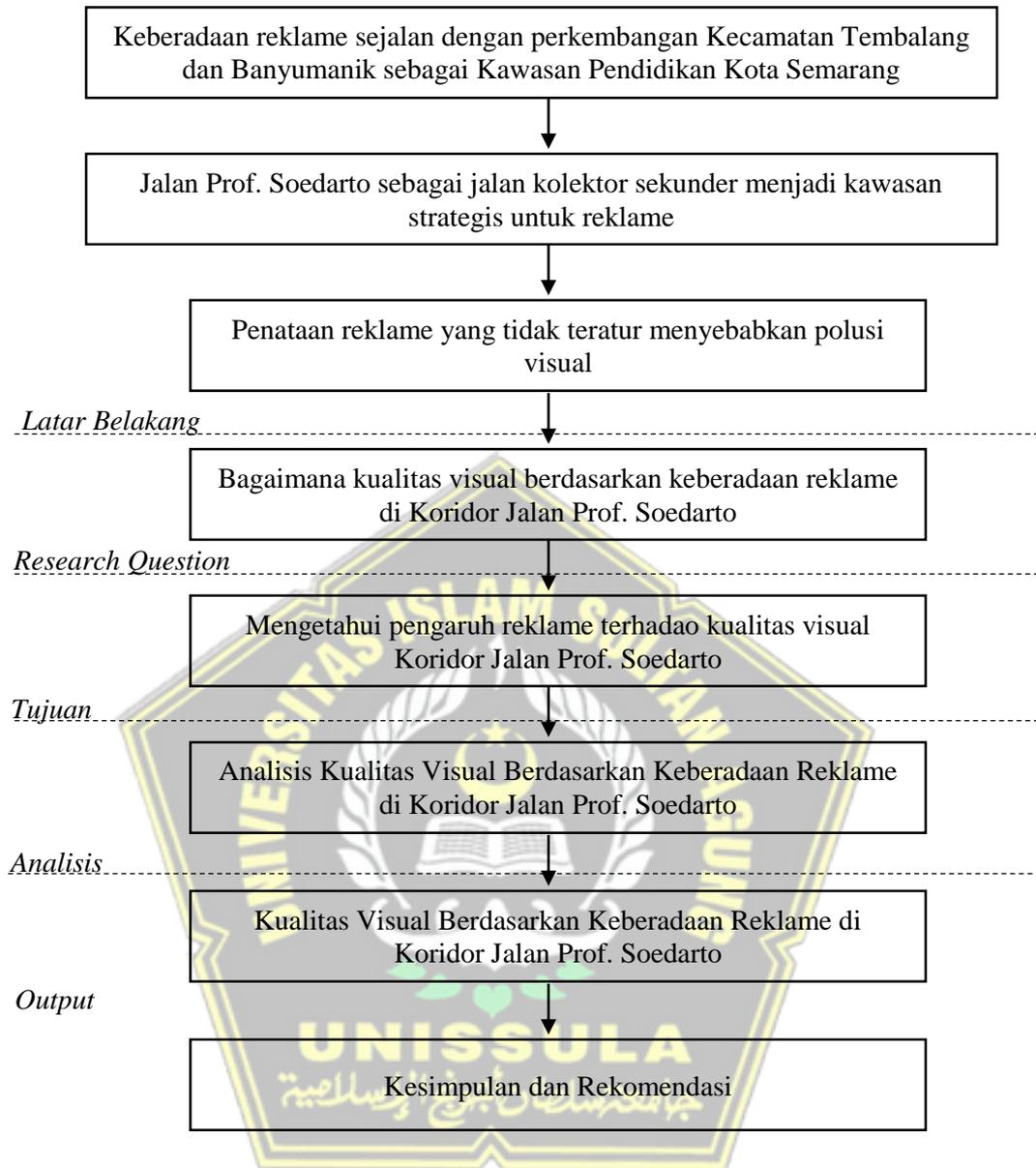
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi dan Waktu Penelitian	Tujuan	Metode dan Analisis	Hasil Penelitian
Solus Reklame						
3.	Wijaya	Evaluasi Tata Reklame Pada Koridor Utama Kota Magelang	Kota Magelang 2013	Evaluasi tata reklame pada koridor utama Kota Magelang	Kuantitatif dengan analisis deskriptif	Menurut padangan masyarakat keberadaan reklame di koridor utama Kota Magelang tidak terlalu mengganggu estetika meskipun ada beberapa reklame yang peletakannya menyalahi peraturan.
4.	Setiawan	Kajian Faktor Nilai Strategis Lokasi Dalam Penempatan Reklame Di Kota Palu	Kota Palu, 2009	Mengidentifikasi tingkat kepentingan dari masing-masing faktor dan kriteria nilai strategis lokasi sebagai salah satu dasar menghitung nilai sewa reklame dalam upaya meningkatkan PAD Kota Palu di sektor reklame.	Kuantitatif dengan analisis deskriptif	Klasifikasi jalan merupakan prioritas utama dalam tingkat kepentingan nilai strategis lokasi pemasangan reklame, urutan berikutnya adalah sudut pandang, ketinggian dan guna lahan.
5.	Wicaksono	Iklan Luar Ruang: Antara Kepentingan Ekonomi Dengan Kepentingan Publik	2008	Mengetahui kaitan antara kepentingan ekonomi dan kepentingan publik dalam hal iklan luar ruang	Kualitatif dengan analisis deskriptif	Kepentingan ekonomi masih mendominasi siklus penempatan iklan luar ruang dan peraturan yang ada masih menitik beratkan pada kepentingan ekonomi.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi dan Waktu Penelitian	Tujuan	Metode dan Analisis	Hasil Penelitian
6.	Gitarus	Evaluasi Kebijakan Penyelenggaraan reklame di Kota Semarang	Kota Semarang, 2016	Mengevaluasi kebijakan penyelenggaraan reklame	Kuantitatif dengan analisis deskriptif	Efektifitas belum maksimal dikarenakan masih ada yang melanggar penataan reklame yang sudah ditetapkan. Efisiensi masih belum optimal dikarenakan kurangnya SDM yang berkompeten di bidang reklame. Kecukupan belum terwujud sepenuhnya. Perataan belum sepenuhnya terapai. Responsivitas belum sepenuhnya memuaskan sebagian kelompok. Ketepatan belum berjalan optimal.
7.	Dukic et al.	<i>Effect of Electronic Billboards on Driver Distraction</i>	2014	Mengetahui efek billboard elektronik terhadap gangguan penglihatan pengemudi kendaraan	Kualitatif dengan analisis deskriptif	Billboard elektronik mempengaruhi pandangan karena lebih mencolok dan membuat pengemudi melihat lebih lama jika dibandingkan dengan reklame biasa
Solus Kualitas Visual						
8.	Hantono	Pengaruh Ruang Publik Terhadap Kualitas Visual	Jalan Kali Besar Jakarta 2017	Mengetahui pengaruh ruang publik terhadap kualitas visual Jalan	Analisis kuantitatif dengan pendekatan <i>post</i>	Ruang publik mempengaruhi kualitas visual

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Lokasi dan Waktu Penelitian	Tujuan	Metode dan Analisis	Hasil Penelitian
		Jalan Kali Besar Jakarta		Kali Besar Jakarta	<i>positivistic</i> <i>rasionalistik</i>	
9.	Tumangkeng	Kajian Kualitas Visual Terhadap Eksistensi Street Furniture Di Koridor Piere Tendeau Boulevard Manado	Koridor Piere Tendeau Boulevard Manado 2017	Menganalisis kualitas visual dari koridor Jalan Pierre Tendeau lewat keberadaan papan reklame lewat aspek-aspek dari kualitas litas visual	Kualitatif dengan analisis deskriptif	Kualitas visual terkesan kurang menyatu antara papan reklame dengan kawasan ini dan bahkan cenderung mengalami penurunan kualitas visual.
10.	Mandaka	Estetika Visual Koridor Pada Bangunan-Bangunan Komersil Di Jalan Pandanaran Semarang	Jalan Pandanaran Semarang 2015	Mengkaji mengenai pengaruh signage yang terdapat pada bangunan-bangunan komersil terhadap keindahan atau estetika visual koridor jalan Pandanaran Semarang	Kualitatif dengan analisis deskriptif	<i>Signage</i> pada bangunan-bangunan komersil di koridor jalan Pandanaran memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap estetika visual.
11.	Nusrat	<i>Is Billboard a Visual Pollution in Pakistan</i>	Pakistan, 2016	Mengetahui apakah billboard berdampak pada polusi visual	Kuantitatif dengan analisis deskriptif	Billboard berdampak pada polusi visual

Sember: Hasil Analisis, 2020

1.7 Kerangka Pikir



Gambar 1. 2

Kerangka Pikir

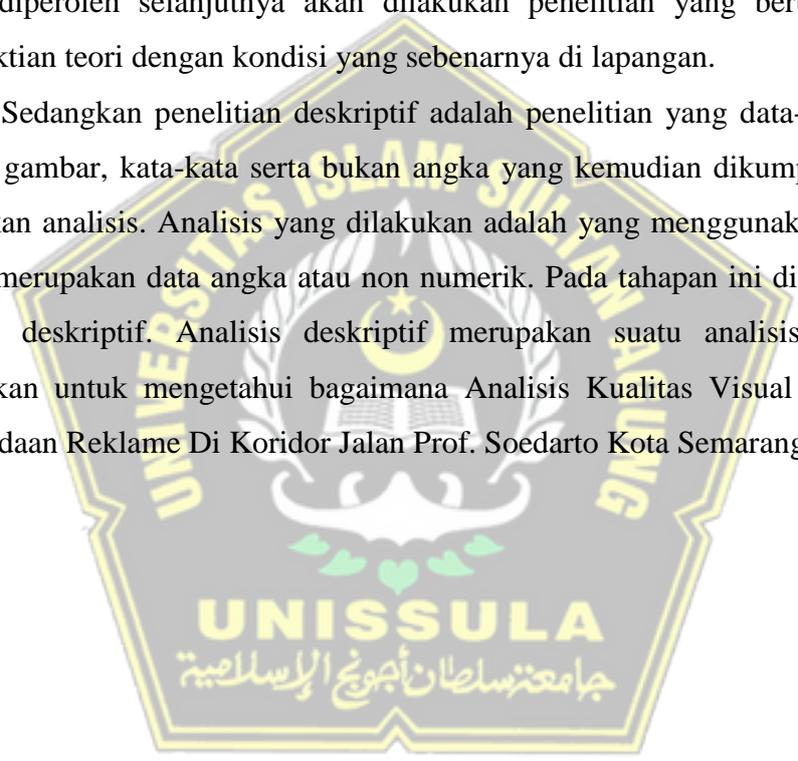
Sumber: Hasil Analisis,2020

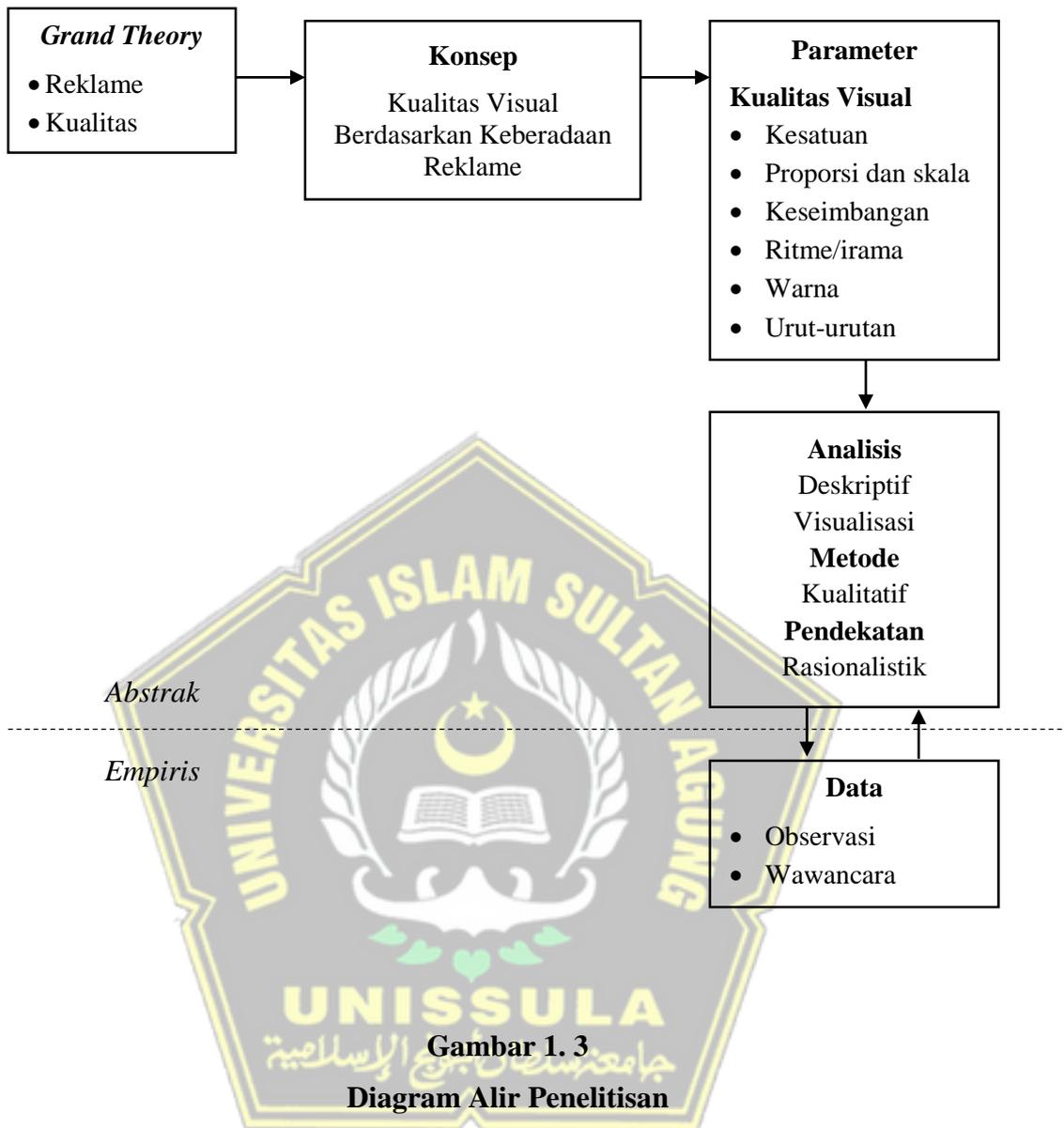
1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Metodologi Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam laporan yang berjudul “*Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame Di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang*” adalah metode deduktif yang dijelaskan melalui deskriptif kualitatif (*qualitative approach*). Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan secara rasionalistik. Penelitian yang menggunakan metode deduktif adalah penelitian yang dalam pengerjaannya diawali dari sebuah isu yang umum kemudian menjadi khusus (Muhadjir 1996). Teori-teori yang sudah diperoleh selanjutnya akan dilakukan penelitian yang bertujuan untuk pembuktian teori dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang data-datanya bisa berupa gambar, kata-kata serta bukan angka yang kemudian dikumpulkan untuk dilakukan analisis. Analisis yang dilakukan adalah yang menggunakan data yang bukan merupakan data angka atau non numerik. Pada tahapan ini disebut dengan metode deskriptif. Analisis deskriptif merupakan suatu analisis yang akan digunakan untuk mengetahui bagaimana Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame Di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang.





Gambar 1. 3
Diagram Alir Penelitian

Sumber: Hasil Analisis, 2020

1.8.2 Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan, semua kebutuhan awal untuk menyusun sebuah penelitian dilakukan. Untuk mendukung kegiatan penelitian, maka diperlukan tahapan persiapan dengan tujuan agar bisa mendapatkan data-data yang akurat di wilayah studi. Adapun tahapan persiapan dalam metodologi penelitian antara lain.

1. Memilih dan Merumuskan Masalah, Tujuan dan Sasaran

Langkah pertama dalam tahapan persiapan akan dengan memilih dan merumuskan permasalahan untuk meneliti “Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame Di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang”.

2. Studi Pendahuluan

Penentuan wilayah studi di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang yang memiliki potensi banyaknya penataan reklame yang tidak teratur.

3. Merumuskan Kerangka Dasar

Dalam kerangka besar ditentukan diantaranya adalah kerangka tujuan, pohon masalah, dan kerangka pikir sebagai dasar dalam penulisan sebuah penelitian.

4. Mengkaji Literatur dan Pengumpulan Penelitian Pustaka

Dalam langkah ini ditentukan teori-teori apa saja yang berkaitan dengan reklame dan kualitas visual. Langkah ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan dalam menentukan metodologi dan pemahaman tentang masalah yang akan diteliti.

5. Memilih Pendekatan, dan Variabel

Pada tahap metodologi penelitian dilakukan dengan dengan memilih pendekatan dan variabel. Dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame Di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang”, pendekatan yang digunakan yaitu metode deduktif yang dijelaskan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan menggunakan pendekatan rasionalistik.

6. Inventarisasi Data

Dalam langkah ini, data-data yang dibutuhkan didapatkan melalui kajian primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan observasi langsung pada lokasi yang menjadi fokus penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi yang menyediakan data spasial untuk kebutuhan peta yang akan digunakan untuk mendukung atau memperjelas analisis yang akan dilakukan.

7. Penyusunan Teknis Pelaksanaan Survei

Dalam langkah ini adalah berupa hal-hal teknis untuk pelaksanaan survey. Di dalamnya termasuk pengumpulan data, penentuan jumlah beserta sasaran dari

responden, teknik sampling yang akan digunakan, observasi serta daftar-daftar pertanyaan, rancangan pelaksanaan, dan penentuan teknik pengolahan dan penyajian data.

1.8.3 Tahap Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, adapun beberapa tahapan pengumpulan data yang dilakukan antara lain sebagai berikut.

1. Data Primer

a. Observasi

Observasi dalam kegiatan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi eksisting penataan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang.

b. Wawancara

Pada penelitian ini pengumpulan data melalui wawancara dengan tipe semi terstruktur dengan cara *depth interview*. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan panduan pertanyaan yang sudah tersusun, pedoman pertanyaan yang digunakan tersebut hanya berisi pokok-pokok atau garis besar permasalahan yang akan dianyakan.

Penelitian yang menggunakan analisis kualitatif sebagai teknik analisisnya, banyaknya sampel tidak menjadi hal pokok yang harus diperhatikan namun kedalaman dari informasi mengenai masalah yang sedang diteliti menjadi patokan. Jadi, pemilihan sampel harus sesuai dan tepat sehingga penelitian yang dilakukan berhasil dan hasil penelitiannya baik. Adapun informan pada penelitian ini, antara lain.

- 1) Prof. Dr. Ir. Nany Yulastuti, MSP Staf Dewan Pertimbangan Pembangunan Kota (DP2K) Kota Semarang
- 2) Godham Eko Saputro, S.Sn., M.Ds. Dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Dian Nuswantoro Semarang
- 3) Bayu Widianoro, S.T., M.Sn. Dosen Desain Komunikasi Visual Dosen Universitas Khatolik Soegijapranata Semarang

- 4) Agustinus Dicky Prastomo, S.IP., M.A. Dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Khatolik Soegijapranata Semarang
- 5) Ir. Sri Hartuti Wahyuningrum, M.T. Dosen Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro Semarang

Untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk responden DP2K dan akademisi. Teknik penentuan narasumber berdasarkan orang terpilih yang mengerti terkait data yang dibutuhkan peneliti berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu. Penentuan responden didasarkan pada latar belakang dari responden. Latar belakang yang bisa dijadikan sebagai dasar adalah berupa akademisi dan perangkat lembaga yang dekat dengan isu reklame dan visual.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan berasal dari Bappeda Kota Semarang dalam bentuk SHP deliniasi batas-batas wilayah dan bangunan di Kota Semarang. SHP tersebut akan digunakan untuk menggambarkan wilayah studi dalam bentuk peta sehingga lebih mudah untuk dipahami. Penggunaan peta tersebut juga terdapat pada bab analisis yang digunakan untuk menunjukkan letak dari reklame yang dibahas.

1.8.4 Tahap Pengolahan dan Penyajian Data

Di tahap ini, semua kebutuhan data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah dan disajikan supaya data-data tersebut mudah disusun rapi dan sistematis. Berikut teknik pengolahan dan penyajian data di laporan ini.

a. Pengolahan Data

- a. *Sorting*, pada proses ini data dikelompokkan dan diurutkan berdasarkan informasi yang dibutuhkan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan selanjutnya.
- b. Analisis, proses ini dilakukan dengan mengolah data yang sudah disortir dengan teori yang sudah didapatkan sehingga mampu menjawab tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

b. Penyajian Data

Data-data yang sudah terkumpul kemudian dapat disajikan ke dalam beberapa bentuk. Adapun bentuk-bentuk tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Deskriptif, digunakan sebagai penjelasan atau penjabaran data dengan sifat kualitatif.
- b. Tabel, digunakan sebagai penjelasan data yang biasanya terdiri atas data yang numerik atau angka dengan sederhana sehingga lebih mudah untuk dipahami.
- c. Peta, digunakan untuk memberikan informasi secara spasial yang berupa gambaran wilayah studi yang sebenarnya sesuai dengan di lapangan.
- d. Foto, digunakan untuk memberikan gambaran dari kondisi yang sebenarnya di lapangan.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis berisi tentang bagaimana langkah dalam analisis di penelitian. Pada metode analisis ini membahas teknik analisis apa yang dipakai dalam menganalisa Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame Di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang. Adapun penelitian ini metode penelitian kualitatif digunakan. Sedangkan teknik analisis yang dipakai yaitu teknik analisis deskriptif beserta visualisasi. Analisis deskriptif interaktif sesuai dengan yang dikembangkan oleh Miller dan Hubberman dimana melalui langkah pengelolaan data sebagai berikut (Prastowo 2011).

- a. Reduksi Data
Pada langkah reduksi data dilakukan pemilihan data agar sesuai dengan fokus isu yang dibahas dalam penelitian. Data-data tersebut diklasifikasi kemudian diorganisir sehingga didapatkan data yang valid serta mudah untuk diinterpretasikan (Suwandi 2008).
- b. Penyajian Data
Dalam langkah penyajian data, data disajikan atau ditampilkan bisa dalam bentuk matriks, naratif, grafik, atau bentuk yang lain sehingga memudahkan untuk dipahami dan sesuai dengan klasifikasinya (Suwandi 2008). Peneliti harus bisa mengetahui dengan tepat bagaimana penyajian yang cocok

sehingga sesuai dengan data yang didapatkan. Langkah ini juga akan memudahkan dalam penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada langkah penarikan kesimpulan validitas data harus diperiksa. Validitas tersebut dapat dilakukan dengan melakukan pengkajian berulang-ulang pada data yang telah disajikan (Suwandi 2008). Kesimpulan yang didapatkan diharapkan bisa menjawab suatu rumusan masalah yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Tetapi penarikan kesimpulan tersebut juga bisa dilakukan pengembangan berdasarkan pada hasil temuan di lapangan.

Jika dilihat secara keseluruhan, langkah-langkah yang telah dijelaskan memiliki hubungan satu dengan yang lain mulai dari pengumpulan data dilakukan sampai setelah pengumpulan data dilakukan. Oleh sebab itu model tersebut disebut Model Interaktif. Sedangkan untuk analisis deskriptif yang akan dipakai adalah sebagai berikut.

a. Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Segmen 1

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas visual berdasarkan keberadaan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Segmen 1. Pada analisis ini digunakan teknik deskriptif dengan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Hasil yang diperoleh dari analisis ini adalah berupa bagaimana kualitas visual berdasarkan reklame yang ada di Koridor Jalan Prof. Soedarto Segmen 1.

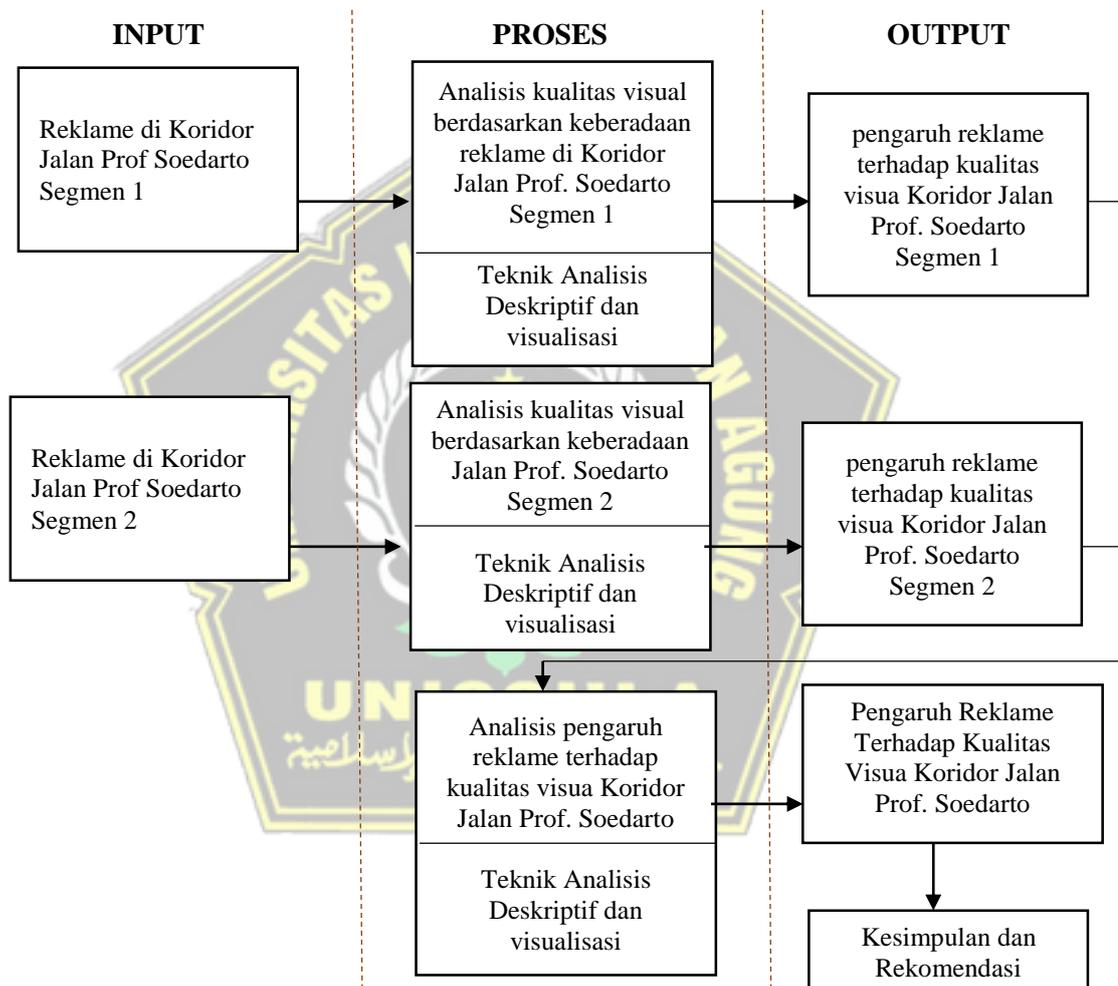
b. Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Segmen 2

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas visual berdasarkan keberadaan reklame di Koridor Jalan Prof. Soedarto Segmen 2. Pada analisis ini digunakan juga teknik deskriptif dimana data yang didapatkan seperti pada analisis sebelumnya yaitu dari observasi lapangan dan wawancara. Hasil yang diperoleh dari analisis ini adalah berupa bagaimana kualitas visual berdasarkan reklame yang ada di Koridor Jalan Prof. Soedarto Segmen 2.

Sedangkan analisis menggunakan data hasil observasi lapangan yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari observasi lapangan. Analisis ini didukung dengan foto dan peta yang menggambarkan kondisi lapangan kemudian divisualisasikan dengan gambar untuk memperjelas maksud dari foto-foto yang ada. Analisis visual ini digunakan untuk menjelaskan pendapat dari ahli tentang pengaruh reklame terhadap kualitas visual.

1.8.7 Kerangka Analisis

Berikut merupakan kerangka analisis pada studi penelitian ini.



Gambar 1. 4

Kerangka Analisis

Sumber: Hasil Analisis, 2020

1.9 Sistematika Pemahasan

Sistematika pembahasan pada penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, manfaat peneelitan, ruang lingkup, keaslian penelitian, kerangka pikir penelitian, metodologi dan sistematika penulisan.

BAB 2 Kajian Teori Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame

Pada bab ini mencakup kajian literatur atau teori terkait dengan penulisan laporan penelitian.

BAB 3 Gambaran Umum Koridor Jalan Prof. Sedarto Kota Semarang

Pada bab ini mencakup gambaran umum wilayah studi terkait penelitian yaitu di Koridor Jalan Prof. Sedarto Kota Semarang.

BAB 4 Analisis Kualitas Visual Berdasarkan Keberadaan Reklame Di Koridor Jalan Prof. Soedarto Kota Semarang

Pada bab ini mencakup tahapan analisis terkait penulisan laporan penelitian ini

BAB 5 Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab ini mencakup kesimpulan dan rekomendasi dari hasil penelitian

