

# Penataan Reklame Pada Koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani Kota Makassar

Nirmala Marzuki<sup>1)</sup>, Bambang Heryanto<sup>2)</sup>, Isfa Sastrawati<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Pengembangan Wilayah dan Kota, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin

<sup>2)</sup> Lab. Perencanaan dan Perancangan Wilayah, Pariwisata, dan Mitigasi Bencana, Program Studi Pengembangan Wilayah dan Kota, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin

<sup>3)</sup> Lab. Perencanaan dan Perancangan Wilayah, Pariwisata, dan Mitigasi Bencana, Program Studi Pengembangan Wilayah dan Kota, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin

---

## ABSTRACT

Advertising signs as one of the street furniture has its own characteristic and potential about the visual quality in an urban areas. Along with the growth of the information media in urban areas, the quantity of advertising signs especially commercial advertising may cause an impact to the arrangement of advertisement condition. Andi Pangeran Pettarani street as one of the main street in Makassar City being an objective place for advertisements, either commercial and social advertising. Along this street, we can find some advertisement with many kinds of type and shapes.

The aim of this research is to arrange the advertising signs at corridor based on the placement of advertising which can be found along the street. Based on the research, we can find the characteristic and an impact of the advertisement arrangement which caused by any deviation. By this analysis result, we can formed criteria of advertising arrangement and realize it to the corridor based on its land use.

**Keywords: Advertisement, Commercial Information, Visual Quality, Street Furniture**

---

## PENDAHULUAN

Daerah perkotaan merupakan ruang tempat manusia melakukan aktivitasnya, seperti aktivitas social dan ekonomi. Tingginya daya tarik daerah perkotaan semakin meningkatkan jumlah penduduk di daerah tersebut. Hal ini menjadikan daerah perkotaan berkembang menjadi daerah pusat/sumber informasi dan komunikasi karena kebutuhan akan pertukaran informasi antar pelaku kegiatan, baik informasi yang bersifat social seperti rambu/marka jalan maupun informasi yang bersifat komersial seperti reklame. Salah satu bentuk alat penyampaian komunikasi dan informasi yang bersifat komersial tersebut adalah media periklanan yang dikenal dengan Reklame.

Di beberapa kota besar di Indonesia, dapat ditemukan penataan reklame yang tidak sesuai dengan prinsip penataan reklame, seperti masalah penempatan reklame yang dapat mengganggu kenyamanan pengguna jalan salah satunya pada koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani Kota

Makassar. Koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani merupakan salah satu jalan protokol Kota Makassar yang memiliki tingkat pergerakan dan aktivitas yang cukup tinggi. Semakin padatnya aktivitas perkotaan dan tingginya mobilitas yang ada, memberikan dampak pada terjadinya peningkatan jumlah reklame di sepanjang koridor, sehingga menimbulkan penumpukan atau ketidakteraturan dalam penataan reklame. Permasalahan reklame pada koridor dapat menyebabkan terjadinya penurunan kualitas visual lingkungan di sekitar koridor. Oleh karena itu diperlukan perhatian dari segenap pihak yang terkait agar masalah ini dapat diatasi bersama.

## TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Perda Kota Makassar Nomor 4 Tahun 1998, reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun

untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

Reklame merupakan mediaperiklanan besar, yang biasa ditempatkan pada area yang sering dilalui, misalnya pada sisi persimpangan jalan raya yang padat. Reklame berisi iklan yang ditujukan untuk dilihat pejalan kaki maupun pengendara kendaraan bermotor yang melewatinya. Sebagai salah satu perangkat jalan (*street furniture*), reklame dapat dijadikan sebagai aksesoris kota yang dapat mempercantik wajah kota.

Penataan reklame dapat berdampak terhadap kualitas visual ruang perkotaan, dimana reklame yang tertata baik dapat membantu menciptakan kesan yang indah, bahkan dapat menjadi penanda atau landmark suatu kawasan. Sebaliknya, penataan reklame yang kurang baik dapat menyebabkan timbulnya masalah estetika dan tata ruang seperti ketidakteraturan atau kesan kumuh pada ruang perkotaan. Seperti yang dinyatakan oleh Jane Jacobs (1961:29) dalam *The Death and Life of Great American Cities* bahwa kehidupan kota dapat direfleksikan dalam kehidupan di jalannya. Hal ini berarti bahwa penataan suatu ruang perkotaan yang merupakan ruang publik dapat menggambarkan keadaan kota secara keseluruhan.

Menurut teori "Citra Visual" Hamid Shirvani, ada lima pola penataan reklame yang dianggap ideal, yaitu mampu merefleksikan karakter visual kawasan; memiliki jarak antar reklame yang dapat menjamin pandangan dan menghindari terjadinya kekacauan visual; bentuknya sesuai dengan arsitektur bangunan di sekitarnya; merupakan elemen yang menyatu dengan bangunan dan bukan sebagai elemen tambahan; dan mampu menyatukan komunikasi langsung dan tidak langsung.

### **Kaidah Penataan Reklame**

Dalam desain perkotaan (*Shirvani, The Urban Design Process, 1985:7-8*) terdapat elemen-elemen fisik yang bersifat ekspresif dan suportif yang mendukung terbentuknya struktur visual kota serta

terciptanya citra lingkungan, elemen-elemen tersebut adalah :

1. Guna lahan
2. Bentuk dan massa bangunan
3. Sirkulasi dan perparkiran
4. Ruang terbuka
5. Jalur Pejalan
6. Pendukung kegiatan
7. Papan Petunjuk, baik papan informasi maupun papan reklame
8. Preservasi

Ditinjau dari sudut pandang perancangan kota, ukuran dan kualitas papan reklame harus diatur dalam rangka menciptakan keserasian dengan lingkungan dan bangunan di sekitarnya, mengurangi dampak negative visual, serta dapat mengurangi persaingan dan kekeliruan dengan kepentingan umum dan rambu atau marka jalan.

Penempatan media reklame pada sudut-sudut kota dengan mempertimbangkan sudut pandang penyampaian informasi memberi kesempatan kepada pengguna jalan untuk menerima informasi yang disampaikan oleh media reklame. Keberadaan reklame tidak hanya dapat berfungsi sebagai alat informasi bagi masyarakat perkotaan tetapi juga dapat memberi kontribusi positif bagi peningkatan pendapatan asli daerah.

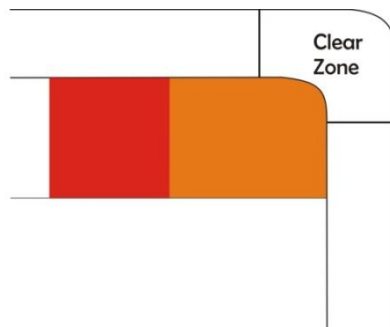
Adapun beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penataan dan penyelenggaraan reklame, dimanaukuran dan kualitas dari papan reklame diatur untuk: (*Hamid Shirvani, 1985 : 40*)

1. Menciptakan kesesuaian.
2. Mengurangi dampak negatif visual.
3. Dalam waktu bersamaan menghilangkan kebingungan serta persaingan dengan tanda lalu lintas atau tanda umum yang penting.
4. Tanda yang didesain dengan baik menyumbangkan karakter pada fasade bangunan dan menghidupkan ruang jalan dan memberikan informasi bisnis.

Dilihat dari sisi keefektifan penerimaan informasi oleh pengguna, penyelenggaraan papan reklame harus memperhatikan beberapa hal, antara lain kecepatan kendaraan bermotor, sudut pandang yang berbeda, jarak pandang.

Penempatan reklame pada trotoar, utamanya di ujung trotoar harus memperhatikan "Zona Bebas Reklame" agar keberadaan reklame tidak mengganggu kenyamanan dan keamanan pengguna jalan, dimana reklame dapat ditempatkan pada jarak tertentu dari ujung trotoar, sebagai berikut:

1. Daerah pemukiman = 3 m
2. Persimpangan jalan = 6-9 m
3. Daerah komersial dan jalan kecil = 3-6 m



**Gambar 1.** Jarak Zona Bebas Reklame pada Ujung Trotoar  
Sumber: Steiner, 2007

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan tujuan yang ada, maka studi ini termasuk dalam Jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif bersifat menggambarkan secara umum mengenai masalah yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan

## PEMBAHASAN

### Karakteristik Penempatan Reklame pada Koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani

Di sepanjang koridor jalan Andi Pangeran Pettarani dapat dijumpai beragam jenis reklame yang tersebar di beberapa titik, seperti reklame papan/billboard dan spanduk yang terpasang di pinggir jalan, di persimpangan jalan, di depan bangunan, pada median jalan, maupun jenis reklame bando yang melintang di atas jalan atau yang terdapat pada jembatan penyeberangan. Beberapa jenis reklame yang terdapat pada koridor ini adalah :

1. Baligho

Berdasarkan hasil pengamatan di lokasi, diketahui bahwa reklame baligho yang terdapat di sepanjang koridor berjumlah 75 titik yang terdiri dari:

Reklame permanen berjumlah 29 titik, berupa reklame yang berisi informasi komersial mengenai pelayanan publik dan publikasi barang dan jasa dan informasi sosial mengenai pelayanan masyarakat. Reklame yang bersifat permanen merupakan reklame yang dipasang dengan menggunakan konstruksi yang ditanam secara permanen dengan jangka masa penyelenggaraan reklame paling lama 1 (satu) tahun. Reklame baligho yang bersifat permanen sebagian besar terdapat pada daerah sudut/persimpangan jalan, dimana pada daerah ini terjadi perlambatan kendaraan yang memungkinkan pengguna untuk menikmati reklame.

Reklame temporer berjumlah 46 titik yang memuat informasi komersial mengenai publikasi politik yang berhubungan dengan kampanye pemilihan kepala daerah. Reklame temporer merupakan reklame yang dapat diselenggarakan dengan bahan atau konstruksi yang mudah dipindahkan dengan jangka masa pelaksanaan minimal 1 (satu) minggu. Reklame baligho temporer dapat ditemukan dengan mudah di beberapa titik di sepanjang koridor karena dapat ditempatkan di mana saja, baik di atas trotoar maupun di depan bangunan dan di sudut/persimpangan jalan.

2. Reklame bando

Di sepanjang koridor jalan ini, terdapat 6 unit reklame bando dan salah satu diantaranya terdapat pada jembatan penyeberangan di depan Kompleks Ruko Ramayana, selain itu juga terdapat di depan Hotel Clarion and Convention yang melintang ke SMK Telkom, di depan Suzuki Megah Putra Sejahtera, dan di depan Kantor Departemen Agama RI.

3. Papan nama bangunan

Penempatan papan nama bangunan di sepanjang koridor beragam, juga terdapat beberapa bangunan yang memiliki papan nama yang terdapat di sekitar bahu jalan atau di sisi dalam trotoar

4. Spanduk

Reklame spanduk/umbul-umbul tersebar di beberapa titik di sepanjang koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani yang terpasang di antara pepohonan/lampu penerangan di depan bangunan

maupun pada median jalan. Reklame spanduk pada kawasan perdagangan dan jasa berisi informasi komersial mengenai barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku kegiatan, sedangkan pada kawasan pemerintahan berisi informasi non-komersial mengenai kegiatan pemerintahan yang ditempatkan pada halaman bangunan.

5. Poster

Dari hasil identifikasi penempatan reklame, dapat diketahui beberapa permasalahan dalam penataan reklame tersebut, yaitu :

a. Zona 1

Poster ditempelkan berjejer di sepanjang dinding tersebut yang jumlahnya dapat mencapai belasan lembar. Reklame poster memuat reklame berupa iklan rokok maupun kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan rokok. Reklame ini dapat ditemukan pada lahan kosong di sekitar jalan Kompleks YPAC. Penempatan papan nama bangunan pada sisi bahu jalan dengan jarak yang saling rapat sehingga tampak saling bertumpuk antar reklame. Papan nama bangunan ini terdapat pada toko/kios di dekat jalan Abubakar Lambogo. Reklame spanduk pada pohon yang dapat merusak pohon tersebut. Spanduk ini dipasang pada pohon-pohon yang terdapat di depan kompleks ruko Pettarani.

b. Zona 2

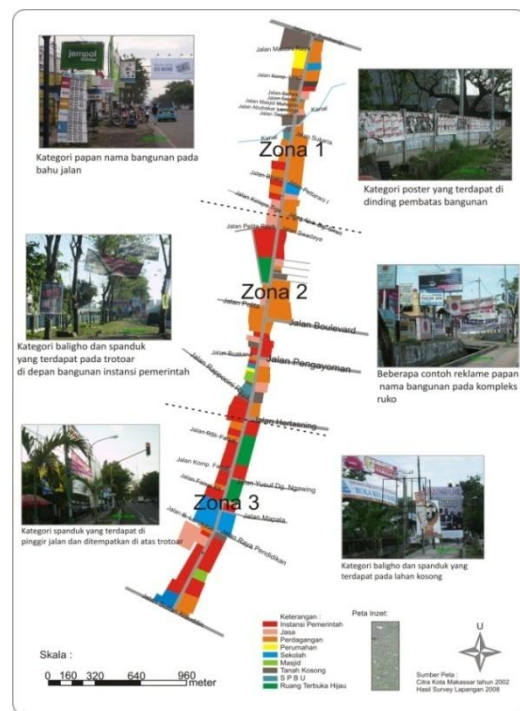
Baligho pada sudut/persimpangan jalan dan median jalan yang dipasang sejajar dengan median jalan secara permanen dapat menghalangi pandangan arus lalu lintas. Reklame ini dapat ditemukan di beberapa titik sudut jalan seperti pada jalan Pelita Raya, jalan Pelita, jalan Rappocini Raya, dan jalan Hertasing. Baligho di atas trotoar menghalangi arus pejalan.

c. Zona 3

Reklame center yang terdiri dari spanduk dan baligho publikasi politik menutupi trotoar di depan Kantor Badan Pemeriksa Keuangan yang menghalangi arus pejalan. Reklame bertumpuk di sudut jalan dan di depan bangunan secara permanen dan temporer. Pada sudut jalan Mapala dan jalan Raya Pendidikan dapat dilihat bahwa penempatan beberapa reklame pada satu titik dapat berdampak pada kurang efektifnya

penerimaan informasi oleh pembaca. Reklame spanduk yang melintang di depan jalan masuk pemukiman Jalan RSI. Faisal, sedangkan menurut Surat Keputusan Walikota Makassar No. 39 Tahun 2002, khusus untuk reklame spanduk, tidak diperkenankan dipasang dengan cara melintang badan jalan. Reklame pada pohon dapat merusak pohon. Surat Keputusan Walikota Makassar No. 39 Tahun 2002 menetapkan bahwa pepohonan dapat dijadikan sebagai titik penempatan reklame, namun penempatan reklame pada pohon dapat merusak ekosistem lingkungan tersebut.






Berdasarkan karakteristik dan permasalahan dalam penataan reklame pada koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani, dapat disusun kriteria penataan reklame yang disesuaikan dengan karakteristik koridor dan beberapa kriteria atau pedoman yang diperoleh dari hasil referensi penelitian maupun hasil kajian literature. Selain itu, kriteria penataan reklame koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani didasarkan pada kebijakan atau peraturan perundangan yang berlaku di Kota Makassar antara lain Surat Keputusan Walikota Makassar No.39 Tahun 2002 tentang Perencanaan Penataan dan Pola Penyebaran Reklame dalam Wilayah Kota Makassar.



**Gambar 2.** Permasalahan penempatan reklame berdasarkan zona pemanfaatan ruang pada koridor Jl. Andi Pangeran Pettarani Kota Makassar

Sumber: Penulis

**Tabel 1.** Penataan Reklame pada Koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani Makassar

No	Jenis reklame	Ukuran Reklame	Penempatan	Bahan	Isi/Informasi	Ilustrasi
	Billboard					
	• Reklame bando	25-35 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklame ini dipasang melintang di atas badan jalan, utamanya di depan kawasan perdagangan dan jasa</li> <li>• Reklame bando ditempatkan menyatu dengan jembatan penyeberangan, namun tidak menutupi jembatan tersebut</li> </ul>	Aluminium, Neon Box (permanen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi komersial suatu barang dan jasa berupa publikasi produk</li> </ul>	
1	• Baligho	6-25 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada kawasan perdagangan, reklame baligho yang bersifat komersial ditempatkan di depan bangunan</li> <li>• Reklame dapat diselenggarakan menyatu dengan bangunan fasilitas umum, seperti pada halte, kios telepon umum, dan lampu penerangan</li> <li>• Penempatan baligho pada trotoar dapat ditempatkan di sisi dalam trotoar dari bahu jalan</li> <li>• Pada kawasan jasa dan pemerintahan, reklame baligho yang bersifat non-komersial atau pelayanan pemerintah ditempatkan pada halaman bangunan</li> </ul>	Papan, Neon Box (permanen / temporer)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi komersial suatu barang dan jasa</li> <li>• Informasi non-komersial pelayanan masyarakat</li> </ul>	
	• Papan nama toko	4-8 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pada kawasan perdagangan, dipasang dengan cara melintang atau sejajar pada bangunan</li> <li>• Bentuk dan ukuran reklame disesuaikan dengan ruang yang tersedia agar tidak menutupi seluruh bangunan</li> <li>• Untuk kompleks ruko, papan nama toko di depan kompleks ruko dibuat menyatu berbentuk papan reklame bersama</li> <li>• Pada kawasan jasa seperti perkantoran, papan nama bangunan dipasang pada halaman atau menempel pada gedung/bangunan</li> </ul>	Papan, Neon Box (permanen)	<p>Reklame berisi keterangan mengenai nama dan jenis bangunan usaha</p>	
2	Reklame Spanduk/Umbul-umbul	2-4 m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spanduk/umbul-umbul pada kawasan pemerintahan yang diperuntukkan untuk kegiatan non komersial atau kegiatan pelayanan pemerintah ditempatkan pada depan/halaman bangunan</li> <li>• Spanduk tidak diperkenankan dipasang melintang di atas badan jalan dan persimpangan jalan yang dapat mengganggu pengguna jalan</li> <li>• Spanduk/umbul-umbul dipasang pada bang. lampu penerangan dan pada reklame center yang ditempatkan di sekitar kawasan perdagangan</li> </ul>	Kain, banner (temporer)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi komersial suatu barang dan jasa</li> <li>• Informasi non-komersial pelayanan masyarakat</li> </ul>	
3	Poster	• Folio • Dobel • Folio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklame poster ditempatkan pada satu titik sebagai reklame center, dimana beberapa reklame poster akan dipasang pada titik tersebut</li> <li>• Penempatan reklame center ini ditempatkan pada sisi trotoar</li> </ul>	Kertas (temporer)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi komersial berupa pelayanan rumah tangga dan publikasi perdagangan</li> </ul>	

Sumber : Hasil analisis, 2008

Penataan reklame pada koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani dilakukan berdasarkan kriteria penataan reklame yang telah disusun. Penataan reklame meliputi ukuran dan bentuk, penempatan, dan isi/informasi dari reklame. Penataan reklame dapat diselenggarakan berdasarkan pemanfaatan ruang di sepanjang koridor yang dapat berfungsi sebagai penanda atau landmark bagi kawasan tersebut.

## KESIMPULAN

1. Kecenderungan penataan reklame dipengaruhi oleh fungsi pemanfaatan ruang kawasan di sekitarnya, dimana pelaku kegiatan memilih lokasi penempatan reklame pada daerah yang sering dilalui oleh masyarakat pengguna jalan maupun pada daerah yang dekat dengan kawasan pemukiman. Selain itu, kecenderungan penyelenggaraan reklame di sepanjang koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani merupakan reklame komersial yang bersifat temporer, yang didominasi oleh informasi mengenai publikasi politik dan pelayanan publik.
2. Penataan reklame disepanjang koridor Jalan Andi Pangeran Pettarani menunjukkan beberapa ketidakteraturan yang disebabkan oleh permasalahan penataan reklame sebagai berikut: a) Penempatannya yang tidak teratur, dimana terdapat beberapa reklame yang penempatannya tidak sesuai dengan aturan seperti yang terdapat pada median jalan dan di atas trotoar, b) Jarak antar reklame saling tumpang tindih, dikarenakan penempatan reklame yang terlalu dekat sehingga mengurangi keefektifan penerimaan informasi reklame, c) Ukuran atau dimensi reklame yang tidak proporsional, dimana penempatan reklame yang saling bertumpuk dengan ukuran yang beragam sehingga penataan reklame menjadi tidak teratur, d) Tidak ada keseragaman reklame, dimana pada satu titik

reklame ukurannya tidak seragam sehingga tampak tidak rapi.

3. Adanya beberapa permasalahan dalam penataan reklame dapat berdampak pada bangunan dan pengguna jalan di sekitar koridor. Dampak yang ditimbulkan oleh penyimpangan penataan reklame antara lain : a) Reklame yang terdapat di depan bangunan dengan ukuran yang besar dapat menutupi atau menghalangi pandangan terhadap bangunan yang ada di belakangnya, seperti baligho dan papan nama bangunan, b) Reklame yang terdapat di atas trotoar dapat mengganggu kenyamanan pejalan dan mengganggu arus sirkulasi pejalan, serta dapat berdampak pada kurang efektifnya penerimaan informasi bagi pejalan, c) Reklame yang melintang di atas badan jalan dapat mengganggu pandangan arus lalu lintas, meskipun di sisi lain dapat berfungsi sebagai penanda akan adanya bukaan jalan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Natalivan, Petrus. 1997. *Pedoman Teknis Penataan Media Reklame Luar Ruangan (Contoh Kasus Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung)*. Tugas Akhir. ITB Press
- Peraturan Walikota Makassar No. 80 Tahun 2005 Tentang Penetapan Titik Reklame dan Kelas Jalan serta Jaminan Pembongkaran Reklame di Atas Tanah dan atau Bangunan yang Dikuasai oleh Pemerintah Kota Makassar
- Shirvani, Hamid. 1985. *The Urban Design Process*. New York : Van Nostrand Reinhold Company
- Steiner, Frederick and Butler, Kent. 2007. *Planning and Urban Design Standards*. New Jersey : American Planning Association
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 1980 Tentang Jalan
- Surat Keputusan Walikota Makassar No. 39 Tahun 2002 Tentang Perencanaan Penataan dan Pola Penyebaran Reklame dalam Wilayah Kota Makassar
- Zahnd, Markus. 2006. *Perancangan Kota Secara Terpadu : Teori Perancangan Kota dan Penerapannya*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius. Soegijapranata University Press. Edisi 2 (Revisi)