

# Iklan ambient media sebagai ruang interaktif publik = Ambient media advertisement as interactive public space

Hatta Gusnadi Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20421635&lokasi=lokal>

---

Abstrak

## <b>ABSTRAK</b>

Saat ini sebagian besar iklan yang menggunakan media konvensional seperti poster dan baliho tumbuh pesat dan menjadi sangat ramai sehingga sering menimbulkan masalah visual dan menghalang pandangan di ruang publik. Iklan Ambient media kemudian menjadi salah satu solusi untuk menggantikan media konvensional.

Ambient media menggunakan beberapa bagian atau elemen dalam ruang publik sebagai medium untuk beriklan sehingga muncul di tempat yang tidak terduga. Dengan pengalaman baru dan interaksi menarik yang disediakan, media ambient selalu berhasil mendapatkan perhatian orang sehingga dapat menimbulkan beberapa dampak bagi orang-orang dan ruang publik.

Studi kasus yang dilakukan dengan membandingkan beberapa macam media ambient di tempat yang berbeda di Indonesia dan negara-negara lain; yang dilakukan dalam, ruang outdoor dan ruang transisi. Kemudian, juga dilakukan dengan menganalisis ruang yang digunakan sebelum dan sesudah media ambient diinstal. Kehadiran ambient media di lokasi yang berbeda mengakibatkan dampak yang berbeda untuk ruang tersebut.

Dampaknya tergantung pada interaksi yang terjadi dalam ruang yang berbeda di setiap kasus. Setelah mengetahui tentang interaksi antara orang dan media ambient dan efek setelah interaksi, para desainer, termasuk arsitek dan desainer perkotaan dapat mempertimbangkan kembali tentang penempatan dan desain media ambient, sehingga mereka dapat memaksimalkan.

---

## <i><b>ABSTRACT</b>

Most of the advertisements that use conventional media such as posters and billboards are growing rapidly and becoming more crowded, so these often create visual issues or block the views in the public space. The ambient media advertising then becomes one of the solutions to replace the conventional media.

It uses some parts or elements within the public space as the media, so it appears in an unexpected place. By the experience and interaction that are provided, the ambient media is always successful in getting people's attention, so it causes some impact for people and the public space where it is installed.

The case study has been done by comparing several kinds of ambient media in different places in Indonesia and other countries; which are located within indoor, outdoor and transition spaces. Then, by analyzing the space that is used within the space before and after the ambient media is installed, the success or effectiveness of the ambient media in different locations, gives different impacts to the space.

The impact depends on the interaction that happens within the space, which is different in each case. After knowing the about the interaction between people and ambient media and the effect after the interaction, the designers, including the architects and urban designers can reconsidering about the placement and the design of the ambient media, so they can maximize the utilization of the ambient media to give an intervention in the public place.</i>