

Semiotika struktur dan tata ruang kota melalui outdoor advertising: studi kasus: billboard pada kawasan Pancoran-Jalan Jendral Gatot Subroto, Jakarta Selatan = Semiotics structure and spatial city through outdoor advertising: case study: billboard on Pancoran area-Jalan Jendral Gatot Subroto, South Jakarta

Muhammad Rizaldi Kamil, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20472911&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRACT

Sistem tata bahasa merupakan salah satu cara untuk membaca sebuah ruang kota. Citra sebuah lingkungan dibaca melalui dua arah, pengamat selaku subjek dan lingkungan sebagai objek. Melalui cara ini kota dibaca melalui struktur ruang kota yang terjadi melalui pola-pola dan makna tertentu oleh pengamat. Letak papan reklame billboard merupakan salah satu elemen dalam ruang kota dan salah satu cara sebagai objek pengamatan yang dilakukan melihat sistem tata bahasa sebuah kota. Papan reklame yang berada di Kawasan Pancoran Jalan Jendral Gatot Subroto merupakan studi kasus ruang kota yang dapat diamati melalui cara identifikasi, struktur, dan makna dengan menggunakan prinsip konotasi oleh pengamat secara subjektif untuk membaca sistem tata bahasa ruang kota melalui letak papan reklame. Melalui metode ini, manusia tidak hanya memaknai semiotik melalui isi dari papan reklame, namun keberadaan reklame dapat dimaknai oleh manusia.

ABSTRACT

Grammar system is one of the ways to read a city space. An image of an environment is read through directions, with observers as the subjects and nature as the object. Through such spatial process, the city is read by assessing city space structure that consists of patterns, and thus, certain meanings. Billboards, as one of the elements in urban space, becomes one of the observed objects in reading the grammar of a city. The billboards in Kawasan Pancoran Jendral Gatot Subroto is chosen as a case study, assessed by ways of identification, structure, and meaning using the principle of connotation in the subjective eyes of the observers. Using this method, human is not only interpreting semiotics through the content of billboards, but the presence of billboard itself can be significant to people.