

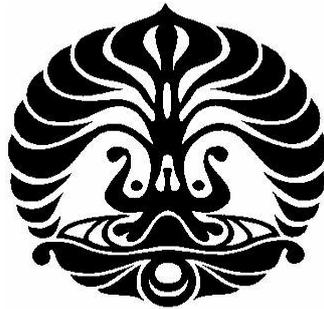
**KOMUNIKASI TEKSTUAL RUANG LUAR
DALAM DIMENSI SEMANTIK DAN RUANG**

SKRIPSI

Oleh :

Lusi Indah Wijayanti

0404050386



SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA ARSITEKTUR

**DEPARTEMEN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS INDONESIA
DEPOK
GENAP 2008**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

KOMUNIKASI TEKSTUAL RUANG LUAR, DALAM DIMENSI SEMANTIK DAN RUANG

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi sarjana arsitektur pada program studi Strata-1 Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Indonesia, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Universitas Indonesia, maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Depok, 16 Juli 2008

Lusi Indah Wijayanti

NPM. 0404050386

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini :

Judul : **KOMUNIKASI TEKSTUAL RUANG LUAR, DALAM
DIMENSI SEMANTIK DAN RUANG**

Nama Mahasiswa : Lusi Indah Wijayanti

telah dievaluasi kembali dan diperbaiki sesuai dengan pertimbangan dan komentar-komentar para Penguji dalam sidang skripsi yang berlangsung pada hari Rabu, tanggal 2 Juli 2008.

Depok, 16 Juli 2008

Dosen Pembimbing,

Ir. Herlily, M.UD

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya sehingga karya tulis (skripsi) ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Manusia diciptakan untuk hidup saling berdampingan satu sama lain. Oleh karenanya manusia tidak dapat hidup sendiri, pasti akan butuh orang lain dalam setiap kesempatan hidupnya, begitu pula dalam penulisan karya tulis ini. Penulis sadar benar bahwa karya tulis ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan pihak lain. Oleh karenanya, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses awal penyusunan karya tulis ini sampai selesai. Pihak-pihak tersebut diantaranya :

- Bapak Dr. Ir. Hendrajaya Isnaeni, M.Sc, selaku dosen koordinator mata kuliah Skripsi, atas segala waktu, bimbingan, dan masukan yang berguna.
- Ibu Ir. Herlily, M.UD. Ph.D, sebagai dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih atas segala ilmu, kritik dan saran yang membangun, serta semangat yang ibu berikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Bapak Emirhadi, selaku wali akademik saya, yang banyak membantu dalam hal pemilihan mata kuliah yang akan diambil.
- Pak Yandi dan Pak Gothi, terima kasih atas segala kritik dan saran saat sidang skripsi.
- Teman seperasuhan bu herlily dan teman seperjuanganku mengerjakan skripsi, mussa (mustika) dan fresti, thanks atas kritik, saran dan semangat yang kalian berikan. u/ fresti, jangan pernah putus semangat ya kawan...CAYO FRESTI...!! Kamu PASTI BISA...!!
- Teman-teman 2004. Rizki, teman menggila skripsi bareng,he2..thanks kawan atas segala kritik dan sarannya, mari kita raih double degree qi..he2, tapi sayang lo udah keburu pergi ke negara tetangga sih.. Mayang & Terry, trims atas masukannya. Novry, makasih bro' atas pinjaman bahan teori skripsinya. Irma, yang perhatian karna computer gw rusak n gw sakit,hiks2 jd trharu..(halahh). Gemblung, yg ikut bantuin pas computer gw rusak. Skarang ud ga rusak loh..thx ya. Lintang n anna, yg

jd tmn curhatan byk hal, termasuk skripsi. Yuk, jln2 bareng lg.. Utami, yang pengertian bgt ma' gw, n jd satu2nya org yg sering gw curhatin n slalu ksh gw smangat wktu tmn2 yg laen pd KP n ekskursi, hiks2..jd terharu..(halahh, lagi2). Ridho, likur, debil, anniz, terry, yang perhatian waktu nyokap gw sakit n masuk rs. Banchay, yg udah mnerima titipan tas gw di kamarnya. Masyijaw (masyi), tetap smangat ya bu! Asih, si wanita dewasa yg heboh n ga bisa diem. Fiqi n tasya, tmn sekelompok perkot, tmn spenderitaan bareng ngerjain perkot. Temen2 '04 yg pernah sama2 di IMA, n jd bphIMA (anna, tasya, damba, milla, musa, lianita, deceu, mirza, gibran, irma, rizki, roby, utami), gw seneng bgt py ksmpn kerja bareng klian di luar kuliah yg kdg ngbosenin (ups..). U/ para korban parodi'04, sbg saingan trbratnya parodi'03,hehhe...thx bgt krna ud mau "b'muka tembok" di dpn org byk krna hrs b'tingkah konyol, maaf yak klo jd trlalu m'malukan..hihi..peace. Tmn2 seper-PA-an, hayyo sypa yg inget pnh skmpok PA ma' gw ?! 'N pastinya untuk temen2 2004 lainnya yang blm ksbut namanya, yg jg udah smakin jarang kumpul bareng, thanks atas segala hal dan kejadian yang kita alami bersama, suka maupun duka. *Because of you guys, I learn many things...*

- Temen-temen 2002. Abe, yg akhirnya lulus juga tahun ini. Rhino, meskipun jarang ketemu tapi mau jadi tmn curhat, berbagi pengalaman n byk kasih saran yang membangun.
- Temen-temen 2003, yang udah semakin jarang keliatan karna banyak yang hijrah ke Negara tetangga.
- Temen-temen 2005. dhestri, adik asuhku yg sering kutelantarkan. maaf yah adikkuw..smoga kmu sukses di ars. CAYO adikkuw..!! Dillo, si 'rayu aku tiga kali' (dilla), si penghibur setiaku, thx atas smua bantuan dan kebaikanmu. Najjah, dewi, channing, santo, tezza, n 05 lainnya, tetep smangat yah di ars, tinggal dkit lagi koq perjuangan klian. u/ tmn2 '05 yg pnh jd BPH/BP IMA, thx atas sgala bantuannya.
- Temen-temen 2006. si 'diam-diam menghanyutkan'. Banyak2lah tw2, mumpung yg tua2 msh ad d kmpus..(siapa tuh yg tua2..?!he2..), sering2 jg nongkrong bareng ma' angk laen, biar akrabb gtu.. Mutia, adik asuhkuw yg hebat, tetap smangat adikkuw, kamu pasti bisa lebih dari yg lain..!!
- Adik2kuw 2007. Smga klian sukses di ars n eksis di teknik...CAYO...!!

- Alumni-alumni arsitektur ui yg banyak memberi saran dan kritik membangun di luar kampus. Mas irianto, mas nurzaman, dkk, thanks atas smuanya.
- Sesama wiradha perpusjur. Hey..perpus kita udah beda ya skrg..hihiyy..seneng deh..
- Orang2 jurusan dan teknik, trima kasih atas bantuannya slama ini.
- Almarhum pak Iik. Trima kasih byk atas kesempatan dan kepercayaan yg bpk berikan kpd saya dan tmn2 tim sayembara stasiun UI. Smoga amal ibadah bapak diterima oleh-Nya.amin
- Spesial untuk orang tua dan adik-adikku .. mama & papa, yg udah mensupport dlm banyak hal, esp dana, he2.. Ica & fauzi, adik skaligus tmn curhat n hedon klo lg stres. Tanpa klian, mungkin aku ga akan bisa menjadi seperti ini.
- Semua pihak yang telah membantu, tapi tidak tertulis namanya, terima kasih atas bantuannya
semoga segala kebaikan kalian mendapat balasan yang setimpal dari-Nya.amin
Saya memohon maaf bila dalam proses pengerjaan karya tulis ini, penulis sering melakukan kesalahan dan kelalaian. Harapan penulis, karya tulis ini dapat berguna.

Penulis

ABSTRAK

Ruang publik merupakan ruang yang dapat digunakan oleh siapa saja dengan berbagai aktivitas. Namun meskipun demikian, ruang publik tetap memiliki batasan bagi penggunaannya, yaitu berupa batasan akan hak dan kewajiban bagi tiap individu dalam beraktivitas di dalamnya. Ruang publik pada suatu ruang kota dibentuk oleh berbagai elemen, salah satunya yang sering ditemukan adalah *signage*. *Sign* yang sering ditemukan di ruang publik kota adalah berupa papan reklame ataupun *billboard*, yang merupakan bagian dari komunikasi massa. Ada berbagai jenis *sign* yang ditemui di ruang publik kota, salah satunya adalah yang bersifat non komersil dengan disajikan dalam bentuk tulisan tekstual. Namun bagaimanapun penyajiannya, *Sign* sebagai suatu elemen visual ruang kota tetap merupakan sesuatu yang dapat menarik pandangan manusia yang beraktivitas di ruang publik kota. Hal tersebut akan mempengaruhi pengalaman ruang masyarakat kota, yang disebabkan oleh sensasi, persepsi, dan pemaknaan atas apa yang mereka lihat dan melekat pada pikiran serta perasaan mereka.

Dalam karya tulis ini dibahas dan dikaji mengenai keterkaitan antara sensasi, persepsi, makna dan pengalaman ruang masyarakat dengan pendekatan semantik dan ruang. Pertanyaan tentang bagaimana saling keterkaitan tersebut terjadi, dan unsur-unsur apa saja yang mempengaruhi terbentuknya sensasi, persepsi, makna dan pengalaman ruang yang berbeda pada masyarakat, menjadi pertanyaan-pertanyaan yang melatarbelakangi penyusunan karya tulis ini. Pengkajian kasus akan mengamati dan menganalisis suatu objek fisik yang ada di sekitar lokasi penempatan media komunikasi tekstual ruang luar, sebagai suatu bentuk perwujudan pemaknaan seseorang akan proses persepsi yang dialaminya, dari suatu stimuli berupa pesan tekstual ruang luar.

ABSTRACT

Public space is a space used by everyone through their activities. Public spaces; however, have a boundary of right and obligation for its users. In urban space, public space is formed by various elements such as signage that is the easiest element to find. Billboard and other public advertisements are the two signs that are usually founded in public space. Those signs belong to an outdoor mass communication that consists of various types such as non-commercial sign in a form of textual writing. Moreover, sign as a visual element of urban space can still attract the inhabitant's attention and may influence their experience about space due to sensation, perception, and meaning. This experience; then, will set up in their mind and heart.

This thesis will explain the connection of sensation, perception and meaning that may influence the experience of the inhabitant about space, with semantic and space approach. The questions on how the connection of those three things happen, and what the elements that may influence the sense, perception, meaning, and acquaintance of the inhabitants are going to be the background of this thesis. The writer will observe the physical objects that put around the location of the textual publicity's media as form of inhabitant's meaning in the process of perception, from the textual publicity's stimulation.

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL, DIAGRAM DAN GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN :	
Arsitektur dan Komunikasi Tekstual Ruang Luar	1
BAB II <i>Sign</i> di Ruang Luar	4
2.1 Ruang Luar	4
2.2 <i>Sign</i> Berupa Komunikasi Tekstual Ruang Luar, Sebagai Elemen Visual Ruang Kota	6
BAB III Komunikasi Tekstual	11
3.1 Komunikasi	11
3.2 Sejarah dan Perkembangan Komunikasi Tekstual	13
3.3 Komunikasi Tekstual Dalam Pengkomunikasian Arsitektur	14
BAB IV Persepsi dan Makna	18
4.1 Definisi dan Faktor-Faktor Pembentuk Persepsi dan Makna	18
4.2 Proses Terjadinya Persepsi dan Makna	20
4.3 Proses Persepsi dan Makna dalam Komunikasi dan Arsitektur	22
BAB V Tipologi Komunikasi Tekstual Ruang Luar: Sebagai Suatu Hasil Studi Lapangan	24
5.1 Tipologi Komunikasi Tekstual Ruang Luar Berdasarkan Makna Isi Pesan	24

5.2	Tipologi Komunikasi Tekstual Ruang Luar Berdasarkan Lokasi Penempatan Media	31
BAB VI Studi Kasus		37
6.1	Deskripsi Studi Kasus	38
6.2	Analisis Studi Kasus	52
BAB VII Penutup		67
DAFTAR PUSTAKA		xiv

DAFTAR TABEL, DIAGRAM DAN GAMBAR

Daftar tabel

Tabel 6.1	Tabel arti kata dalam Bahasa Indonesia	53
Tabel 6.2	Tabel arti kata dalam Bahasa Indonesia	60
Tabel 6.3	Tabel arti kata dalam Bahasa Indonesia	62
Tabel 6.4	Tabel Kesimpulan Studi Kasus	65

Daftar Diagram

Diagram 1.1	Diagram penemuan kasus – analisis kasus	2
Diagram 4.1	Proses Persepsi Dalam Ilmu Psikologi	21
Diagram 4.2	Proses Pengalaman Ruang Menurut Yi-Fu Tuan	22

Daftar Gambar

Gambar 2.1	City of Charlotte design Guidelines	9
Gambar 3.1	<i>Commercial Sign</i> di Las Vegas	15
Gambar 5.1	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, Jakarta Timur	25
Gambar 5.2	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di sisi bangunan stadion Olahraga Gongseng, Jakarta Timur	25
Gambar 5.3	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Ciracas, Jakarta Timur	25
Gambar 5.4	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Halte TransJakarta Matraman, Jakarta Timur	26
Gambar 5.5	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di pintu masuk pasar hewan, Jatinegara, Jakarta Timur	26
Gambar 5.6	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, Jaktim	26
Gambar 5.7	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di perempatan jalan gongseng – kalisari – cijantung, Jakarta Timur	26
Gambar 5.8	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di area penjual tanaman, Cijantung, Jaktim	27
Gambar 5.9	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Depok, Jawa Barat	27
Gambar 5.10	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di jembatan penyebrangan,	

	halte busway Matraman, Jakarta Timur	27
Gambar 5.11	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di depan SDN 01 Pagi Ciracas, Jakarta Timur	28
Gambar 5.12	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di depan SDN 01 Pagi Ciracas, Jakarta Timur	28
Gambar 5.13	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jati Padang, Jakarta Selatan (Kiri), Depok (kanan)	28
Gambar 5.14	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Depok, Jawa Barat	29
Gambar 5.15	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Depok, Jawa Barat	29
Gambar 5.16	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jati Padang, Jakarta Selatan	29
Gambar 5.17	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jati Padang, Jakarta Selatan	30
Gambar 5.18	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Tanah Abang, Jakarta Pusat	30
Gambar 5.19	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Depok, Jawa Barat	30
Gambar 5.20	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	31
Gambar 5.21	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Ceger, Jakarta Timur	31
Gambar 5.22	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	31
Gambar 5.23	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	32
Gambar 5.24	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	32
Gambar 5.25	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di perempatan Gongseng, JakTim	32
Gambar 5.26	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Absul Muis, JakPus	33
Gambar 5.27	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Halte TransJakarta Jati Padang, Jakarta Selatan	33
Gambar 5.28	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jati Padang, JakSel	33
Gambar 5.29	Peta Jakarta. Sumber: peta jakarta 2006	34
Gambar 5.30	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Raya Bogor KM 27, Jakarta Timur	34
Gambar 5.31	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Margonda, Depok	34
Gambar 5.32	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	34

Gambar 5.33	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	35
Gambar 5.34	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	35
Gambar 5.35	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	35
Gambar 5.36	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	36
Gambar 5.37	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	36
Gambar 5.38	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Raya Bogor KM 27	36
Gambar 6.1	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Raya Bogor KM 27, Jakarta Timur	38
Gambar 6.2	Peta Jakarta. Sumber: Peta Jakarta 2006	39
Gambar 6.3	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Raya Bogor KM 28, Jakarta Timur	40
Gambar 6.4	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	41
Gambar 6.5	Peta Jakarta. Sumber: Peta Jakarta 2006	41
Gambar 6.6	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	42
Gambar 6.7	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	43
Gambar 6.8	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	44
Gambar 6.9	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	45
Gambar 6.10	Peta Jakarta. Sumber: Peta Jakarta 2006	45
Gambar 6.11	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Perempatan Gongseng – Kalisari – Cijantung, Jakarta Timur	46
Gambar 6.12	Peta Jakarta. Sumber: Peta Jakarta 2006	46
Gambar 6.13	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Pasar Hewan, Jatinegara, Jakarta Timur	47
Gambar 6.14	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Halte TransJakarta Matraman, Jakarta Timur	48
Gambar 6.15	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Cijantung, JakTim	49
Gambar 6.16	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Gongseng, JakTim	50
Gambar 6.17	Komunikasi Tekstual Ruang Luar di Jl. Raya Bogor KM 27, Jakarta Timur	51
Gambar 6.18	Foto pagi di jalur pedestrian Jl Raya Bogor KM 27, JakTim	55
Gambar 6.19	Foto siang di jalur pedestrian Jl Raya Bogor KM 27, JakTim	56
Gambar 6.20	Perspektif Jl Raya Bogor KM 27, Jak Tim	56

Gambar 6.21	PKL di tepi Jl Raya Bogor KM 28, JakTim	56
Gambar 6.22	Media komunikasi 3 dimensi bervolume besar di area pejalan kaki Jl Raya Bogor Km 28, JakTim	56
Gambar 6.23	Suasana di jalur pedestrian pasar hewan, jatinegara, JakTim	57
Gambar 6.24	Bangunan dengan teras menghadap kali. Lokasi: Gongseng	58
Gambar 6.25	Bangunan dengan sisi samping bangunan yang masif, menghadap ke kali. Lokasi : gongseng, JakTim	58
Gambar 6.26	Media Komunikasi Tekstual Ruang Luar Dipasang Tegak Lurus Jalur Pedestrian. Lokasi : gongseng, Jakarta Timur	59
Gambar 6.27	Bangunan terkesan ringkih di bibir kali ciliwung, Gongseng, Jakarta Timur	59
Gambar 6.28	Tulisan pada media komunikasi tekstual ruang luar, cijantung, Jakarta timur	61
Gambar 6.29	Area hijau untuk berdagang tanaman di Cijantung, JakTim	61
Gambar 6.30	Komunikasi tekstual ruang luar pada gapura masuk pemukiman penduduk	61
Gambar 6.31	Foto lingkungan pada suatu gang di Gongseng, Jakarta timur	63
Gambar 6.32	Foto lingkungan di sekitar lokasi pemasangan media Lokasi : Jl. Raya Bogor Km 27, JakTim	63

BAB I

PENDAHULUAN:

Arsitektur dan Komunikasi Tekstual Ruang Luar

Ruang merupakan wadah bagi manusia untuk melakukan aktivitas. Salah satu kegiatan yang dapat berlangsung di dalamnya adalah komunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal.

Ruang ada berbagai macam dengan berbagai dasar pembagian. Edward T Hall salah satunya, membagi ruang berdasarkan jarak atau dimensi antar manusia dalam melakukan aktivitasnya, yang berupa ruang intim, personal, sosial dan publik¹. Diantara ruang-ruang tersebut, salah satu ruang dimana setiap manusia dapat berkumpul dan melakukan aktivitas bersama adalah ruang publik. Sebagai suatu ruang publik, ada banyak fenomena yang terjadi dan penulis temukan saat melakukan studi lapangan, salah satunya adalah keberadaan *sign* di ruang publik. Ada berbagai *sign* di ruang publik dengan berbagai jenis dan tujuan, salah satunya adalah *sign* yang berisi pesan tekstual. Pesan tersebut ada yang sifatnya komersil dan nonkomersil, namun yang akan lebih banyak dikaji pada karya tulis ini adalah yang bersifat non komersil, karena lebih banyak menggunakan kata-kata yang berhubungan dengan perilaku manusia pada suatu ruang yang diwujudkan dalam bentuk benda fisik.

Dengan ditemukannya fenomena tersebut membuat penulis bertanya-tanya seberapa besar pengaruh *sign* yang merupakan media komunikasi tekstual terhadap perilaku manusia pada suatu ruang, sehingga menyebabkan begitu banyaknya pemasangan media tersebut di ruang publik, terutama ruang publik kota. Berdasarkan hal tersebut maka penulis mencoba mengobservasi dan mengkaji fenomena tersebut pada karya tulis ini, sehingga diharapkan dapat diperoleh kesimpulan tentang hal-hal yang penulis pertanyakan tersebut.

Metode yang penulis lakukan dalam mengkaji masalah adalah metode observasi, wawancara, dan analisis studi kasus berdasarkan teori yang berkaitan dengan kasus. Pada penganalisisan studi kasus, penulis menganalisis masalah dari segi isi pesan

¹ Hall, Edward T. 1996. *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday, hlm.116-123.

yang disampaikan dikaitkan dengan fenomena keruangan di sekitar lokasi pemasangan media komunikasi. Dalam menganalisis isi pesan, penulis menggunakan pendekatan semantik untuk mengetahui makna pesan yang disampaikan secara bahasa, sementara dalam menganalisis berkaitan dengan arsitektur yaitu dari segi keruangan, penulis menggunakan pendekatan dimensi ruang, yang pada akhirnya kedua pendekatan tersebut dipadukan untuk mendapatkan "benang merah" antara keduanya. Dengan cara tersebut, diharapkan dapat diperoleh kesimpulan tentang bagaimana keterkaitan antara komunikasi tekstual ruang luar yang menjadi kasus, dengan perilaku manusia yang diwujudkan dalam suatu objek fisik di ruang publik.

Dalam hal observasi dan penganalisisan kasus, ada beberapa proses yang dilalui, yang dapat digambarkan dalam diagram singkat berikut ini :

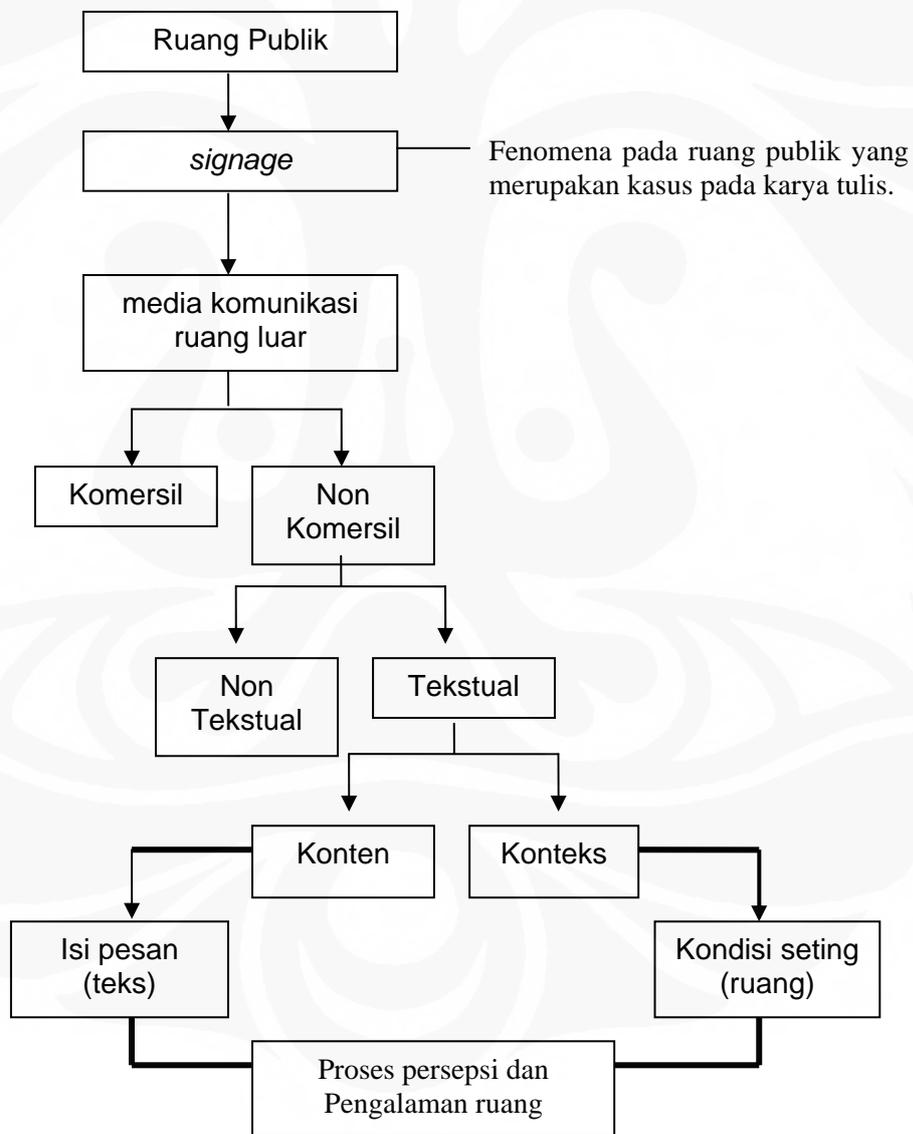


Diagram 1.1
Penemuan kasus – analisis kasus

Dari diagram di tersebut dapat dijelaskan bahwa yang menjadi masalah untuk dikaji pada karya tulis ini adalah *signage* di ruang publik. *Signage* tersebut dibatasi pada *sign* berupa komunikasi tekstual yang ada pada ruang publik kota – dan selanjutnya dalam skripsi ini akan disebut sebagai komunikasi tekstual ruang luar – terutama kota Jakarta, dan batasan masalah tersebut akan dianalisis dari segi semantik dan keruangan yang dipadupadankan. Pengkajian dari segi semantik dilakukan dengan tujuan mencari tahu makna di balik tulisan yang tertera pada media komunikasi (papan *sign*). Sementara dari segi dimensi ruang, dilakukan pengkajian dengan tujuan mencari tahu fenomena-fenomena perilaku manusia di ruang publik, dengan lebih melihat, mengamati dan mengobservasi benda fisik hasil dari perwujudan atau penerjemahan perilaku manusia dari suatu persepsi dan pemaknaan suatu pesan tertulis yang dibaca.

Urutan penulisan pada karya tulis ini diantaranya : bab pertama (pendahuluan), berisi hal-hal yang melatarbelakangi pemilihan topik karya tulis disertai dengan tujuan pengkajian, metode pengkajian, serta urutan penulisan. Pada tiga bab pertama setelah bab pendahuluan, akan ada penjelasan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan kasus, yaitu pada bab dua adalah berupa penjelasan mengenai ruang luar dan *sign*, lalu dilanjutkan pada bab tiga, penjelasan tentang komunikasi tekstual, kemudian di bab keempat berupa penjelasan mengenai persepsi dan makna pada komunikasi tekstual dan ruang. Bab selanjutnya adalah bab tipologi studi kasus. Pada bab ini, kasus-kasus yang ditemukan di lapangan dibagi kedalam berbagai tipe berdasarkan berbagai kecenderungan yang berulang terjadi. Tipologi studi kasus dilakukan untuk membantu proses penganalisisan kasus di bab selanjutnya. Setelah itu, pada bab selanjutnya terdapat bab berisi deskripsi umum studi kasus dan analisis studi kasus. Pada bab ini, diantara kasus-kasus yang ditemukan di lapangan dipilih beberapa kasus yang akan benar-benar dianalisis pada subbab selanjutnya, dari segi dimensi semantik dan ruang. Bab terakhir adalah penutup, yang berisi ringkasan seluruh bahasan pada karya tulis ini dan diakhiri dengan kesimpulan dari berbagai teori yang dipakai dalam analisis kasus.

2.1. Ruang Luar

Manusia hidup dan melakukan segala aktivitasnya dalam suatu wadah yang dinamakan ruang. Dalam berkegiatan pada suatu ruang, ada aspek yang fundamental, yaitu jarak. Edward T Hall membagi ruang berdasarkan jarak antar individu yang berkegiatan menjadi berbagai macam, diantaranya adalah dimensi intim, personal, sosial, dan publik¹. Ia menjelaskan pula bahwa dimensi intim adalah dimensi yang memiliki jarak terdekat antar manusia ketika berinteraksi ataupun melakukan kegiatan bersama. Namun bukan berarti yang berada pada dimensi ini adalah individu-individu yang berhubungan baik, individu-individu yang saling bermusuhan pun akan berada pada dimensi ini. Sementara itu, dimensi yang memiliki jarak terjauh antar satu sama lainnya ketika berhubungan adalah dimensi publik. Perbedaan jarak pada dimensi-dimensi tersebut, akan membedakan pula aktivitas yang terjadi dan pengalaman ruangnya.

Diantara dimensi-dimensi yang telah dijelaskan sebelumnya, dimensi publik merupakan dimensi yang memungkinkan bagi semua individu untuk berkumpul, berada dalam satu ruang yang sama, namun dengan konsekuensi tidak saling mengenal satu sama lain. Ruang terjadinya kegiatan tersebut disebut sebagai ruang publik. Walzer menjelaskan ruang publik sebagai ruang kita berbagi dengan orang baru, orang-orang yang bukan relasi kita, teman kita atau teman kerja kita, yang dapat berupa ruang untuk politik, budaya, olahraga, perdagangan, ruang untuk perdamaian dan pertempuran, yang masing-masing memiliki karakter sebagai sebuah gambaran ekspresi dan kondisi kehidupan publik, budaya masyarakat, catatan sehari-hari kita².

Definisi ruang publik lainnya, ada yang mengartikan ruang publik sebagai sesuatu yang berhubungan dengan orang banyak; berlangsung, mempengaruhi, ataupun peduli pada komunitas atau bangsa³; ada pula yang mengartikannya sebagai sesuatu

¹ Hall, Edward T. 1996. *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday, hlm.116-123.

² Walzer (1986: 470)

³ *Oxford English Dictionary (1933)*

yang terbuka dan dibagi untuk semua orang, ada dengan terbuka, disediakan oleh pemerintah setempat atau pemerintah pusat⁴; ruang publik sebagai lahan umum dimana orang-orang melakukan kegiatan fungsional dan ritual yang mengikat sebuah komunitas, apakah itu berupa kegiatan normal yang rutin dilakukan sehari-hari ataupun festival periodik⁵; kepemilikan dan hak untuk akses ke dalamnya tidak dapat dilihat sebagai sebuah halangan untuk penggunaan oleh publik, meskipun dilarang untuk akses publik⁶.

Ruang publik dalam skala kota, sering disebut juga sebagai ruang kota (*urban space*). Rob Krier membagi keduanya dengan pemikiran bahwa ada yang disebut sebagai *internal* dan *external space*. *Internal space*, ruang yang terlindungi dari cuaca dan lingkungan merupakan suatu simbol dari privasi. Sementara itu untuk *external space*, lebih kepada sesuatu yang terlihat terbuka, dan suatu ruang yang tidak terbatas untuk dapat terjadinya suatu kegiatan di udara terbuka, dengan memiliki zona publik, semi publik dan privat. Ruang kota akhirnya lebih diartikan sebagai ruang antar bangunan pada suatu kota⁷. Ruang yang terbentuk dan termasuk ke dalam kategori ruang kota adalah *square* dan jalan (*street*). Ali Madanipur dalam bukunya *Design of Urban Space: an inquiry into a social-spatial process*, mengartikan ruang kota (*urban space*) sebagai perkumpulan, penyatuan antara manusia, objek dan kejadian⁸.

Salah satu objek yang ada pada ruang kota adalah *sign* berupa komunikasi tekstual yang dipasang umumnya dengan media reklame. Penyampaian pesan komunikasi melalui papan reklame yang terpasang di ruang publik kota, dalam ilmu periklanan disebut sebagai iklan luar ruang (*outdoor*), untuk membedakan dengan iklan dalam ruang (*indoor*). *Outdoor* dapat dijabarkan definisinya berdasarkan dua unsur kata yang saling berhubungan yaitu *out* dan *door*. *Out* dapat diartikan sebagai keadaan ataupun posisi di luar dari sesuatu; tidak di dalam rumah. *Door* memiliki pengertian sebagai suatu batas teritori, yang ditunjukkan secara fisik melalui suatu tanda visual, seperti gerbang ataupun pintu. Oleh karena *outdoor* dapat diartikan sebagai kondisi atau posisi di bagian luar dari suatu batas, yaitu di ruang lain yang kesan batas tidak

⁴ *Concise Oxford Dictionary (1990)*

⁵ Carr et al.(1992:xi)

⁶ review dari hukum perundang-undangan (*jowitts dictionary of english law; strouds judicial dictionary of words and phrases; words and phrases legally defined; vernez-moudon, 1992*)

⁷ Krier, Rob. 1979. *URBAN SPACE*. London: Academy Edition, hlm 15.

⁸ Madanipur, Ali. *Op.cit. h.146*.

terasa terlalu mengikat. Sementara itu, *indoor* yang terbentuk dari dua unsur kata, yaitu *in* dan *door*, *in* adalah keadaan ataupun posisi di dalam dari sesuatu. *Indoor* dapat diartikan sebagai kondisi atau posisi di bagian dalam dari suatu batas. Dari kedua kata tersebut, maka yang paling tepat menggambarkan kasus yang dikaji pada karya tulis ini adalah kalimat "luar ruang". Namun secara arsitektural, "luar ruang" merupakan bentuk kalimat yang ambigu. Jika kalimat tersebut dicermati berdasarkan makna dari kata-kata yang membentuknya, maka kalimat "luar ruang" berarti adalah sesuatu yang berada di luar dari suatu wadah kegiatan manusia (ruang). Sementara, jika dicermati secara arsitektural, sesuatu yang berada di luar dari suatu ruang adalah ruang juga, dan akhirnya hal tersebut akan menimbulkan keambiguan karena akan muncul pertanyaan, ruang apa yang berada di luar dari suatu ruang ? dan jawabannya akan banyak ruang yang berada di luar dari suatu ruang. Sementara, pada penulisan ini ruang yang penulis maksudkan adalah ruang yang berada di bagian luar dari batas teritori pribadi suatu individu atau ruang privat suatu individu, yang berupa ruang publik, maka kalimat yang tepat untuk mendefinisikan hal tersebut adalah ruang luar, bukan luar ruang. Dikaitkan dengan komunikasi yang terjadi di ruang luar, maka disebut pula sebagai komunikasi ruang luar. Jika komunikasi tersebut berupa tulisan (tekstual), maka menjadi komunikasi tekstual ruang luar.

2.2. Sign Berupa Komunikasi Tekstual Ruang Luar, Sebagai Elemen Visual Ruang Kota

Komunikasi dalam Arsitektur dapat diartikan beragam, ada yang berupa komunikasi dalam bentuk fisik arsitektur – yaitu melalui bangunannya, yang dilakukan oleh si arsitek sebagai bagian dari proses desain –, ada pula yang diartikan sebagai kritik arsitektur – yang berupa kata-kata tekstual – yang dilakukan dapat oleh pihak yang berlatar-belakang arsitektur maupun bukan. Namun keduanya sama-sama memiliki tujuan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai sesuatu. Penyampaian komunikasi melalui tekstual tidak hanya melalui media buku, majalah ataupun koran, media tiga dimensi seperti papan reklame, baliho, atau *billboard* pun dapat dijadikan sebagai media penyampaian pesan komunikasi tekstual. Prof. Gunawan Tjahjono dalam *Desain dan Merancang* menjelaskan bahwa penyampaian pesan komunikasi melalui

media tiga dimensi dapat disebut pula sebagai *sign*, atau dalam bahasa latin disebut *signum*, yang berarti tanda atau gambar⁹. Kata kerja *signum* dalam bahasa latin, *signare* yang berarti menandai. Kata-kata *signum* dan *signare* dipakai pula dalam perkembangan kata *design*, dalam hal membedakan, menyatakan kepemilikan, menunjukkan tanda dan memberi arti¹⁰. Tanda bukan hanya yang bersifat visual tetapi juga audio, namun dalam perkembangannya, terwujud tanda sebagai benda. Benda itu sendiri bukan tujuan melainkan cara atau alat untuk mencapai tujuan berupa penyampaian pesan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa yang disebut tanda sebenarnya adalah wujud tiga dimensinya, yaitu papan reklame, baliho atau billboard, sementara itu isinya baik berupa grafis atau teks, merupakan pesan yang disampaikan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka pada pengkajian kasus yang ditemukan berkaitan dengan perwujudan dari pemaknaan dan persepsi suatu komunikasi tekstual ruang luar, akan mengacu pada bendanya, yaitu suatu objek fisik.

Dalam desain kota, *sign* merupakan bagian penting yang termasuk dalam dimensi visual kota, yang akan mempengaruhi pandangan visual kota. *Sign* dalam ruang kota dapat dikategorikan sebagai *townscape*, yang merupakan hasil dari irama bangunan-bangunan dan material-material urban dan episode jalan, yang dalam bahasa Gordon Cullen hal tersebut membentuk drama¹¹. Sebagai dimensi visual, Gordon Fulton dalam bukunya *Reviving Main Street* menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang perlu dipenuhi oleh suatu *sign*, yaitu aspek visibilitas, legibilitas dan redibilitas, serta aspek visual dan estetika. Dalam skripsi yang berjudul *Penataan Private Sign di Kota Jakarta* yang ditulis oleh Ulyma A.O, dijelaskan pengertian masing-masing aspek, yaitu: aspek visibilitas adalah kemampuan suatu *sign* untuk dapat terlihat oleh masyarakat, yang terdiri dari beberapa unsur, yaitu bentuk, penempatan, dimensi, material, pencahayaan, dan jarak antar satu *sign* dengan *sign* lain; legibilitas dan redibilitas adalah kemampuan masyarakat untuk mengenal dan menangkap pesan sebuah *sign*, yang terdiri dari unsur-unsur lokasi, ukuran tulisan, jenis tulisan, dan warna; dan aspek visual dan estetika adalah ketepatan ekspresi dan keharmonisan suatu *sign* dengan lingkungan tempat dia

⁹ Tjahjono, Ir. Gunawan. *Desain dan Merancang: penjelajahan suatu gagasan*. Jakarta: Architrave.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Carmona, Matthew. 2003. *Public Places Urban Spaces: the dimension of urban design*. Oxford: Architectural Press, hlm 147

Townscape : suatu gambaran atau pandangan sebuah kota atau bagian dari sebuah kota

berada, yang dapat memberikan karakter pada ruang kota¹². Dari ketiga aspek tersebut, yang akan diamati untuk memperdalam analisis kasus adalah aspek visibilitas serta aspek legibilitas dan regibilitas.

Ruang kota merupakan media untuk berkomunikasi, menampilkan simbol eksplisit dan implisit¹³. Hal tersebut berkaitan dengan *sign*, sebagai salah satu wujud komunikasi di ruang publik kota, dalam hal isi dan peletakkan. Dalam hal peletakkan, terdapat lokasi tertentu sebagai tempat pemasangan *sign*, yang secara tipologi terdiri dari jalan (*street*) dan taman / alun-alun (*square*)¹⁴. Keduanya memiliki perbedaan karakter, yaitu jalan merupakan ruang yang dinamis, dengan memiliki sensasi bergerak, sementara taman / alun-alun merupakan ruang yang statis, yang kurang memiliki sensasi gerak. *Street* dan *square* juga memiliki karakter formal-informal. Dari ciri-ciri masing-masing tipe, penulis mengkategorikan jalan sebagai tipe formal, yang memiliki sensasi kedekatan yang bagus, menawarkan visual lantai (*floorscape*) dan susunan benda-benda jalan, mamiliki layout simetris. Sementara itu, alun-alun / taman dikategorikan sebagai tipe informal, yang memiliki karakter tenang (menenangkan) dan layout asimetris.

Dalam hal isi, *sign* dalam ruang kota memiliki berbagai macam tujuan dan fungsi, yang dapat berupa¹⁵ :

- sesuatu yang merupakan hal yang esensial untuk keselamatan pengguna jalan
- sesuatu yang meningkatkan orientasi dalam ruang dan waktu
- sesuatu untuk meningkatkan pengetahuan tentang aktivitas publik dan privat
- hal mengenai barang dan jasa
- sesuatu yang mengekspresikan isu sosial dan nilai sosial

Di beberapa negara, *sign* dibagi menjadi beberapa macam dengan latar belakang pengklasifikasian yang berbeda-beda, yang dimasukkan pula dalam suatu *design guidelines*, seperti dalam Long Beach *design guidelines*, yang membagi *signs* ke dalam berbagai level, yaitu langsung dan tidak langsung¹⁶. Tanda yang bertujuan langsung berupa tanda yang menunjukkan identitas bisnis, lokasi, dan penyediaan barang dan

¹² Octafiola, Ulyma Adventsia. 2002. *Skripsi: Penataan Sign Di Kota Jakart*. Depok,, hlm 30-34.

¹³ Lynch, Kevin. 1978. *Managing The Sense of a Region*. Massachusetts: MIT Press, hlm. 30.

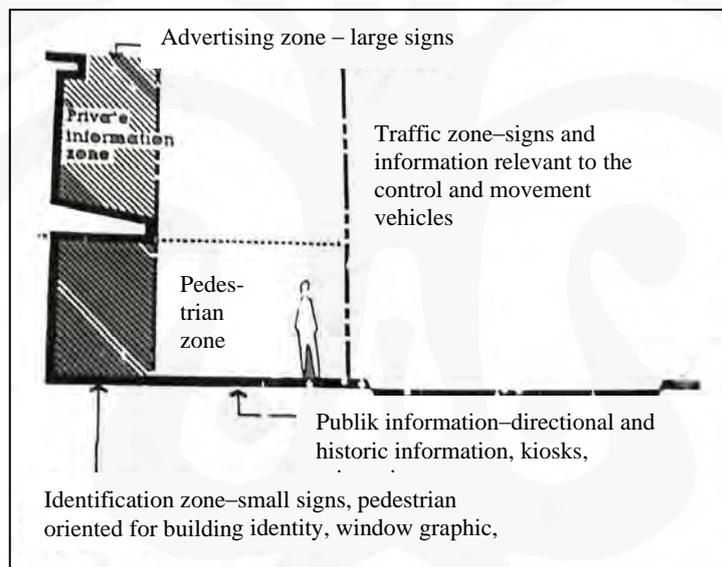
¹⁴ Matthew, Carmona, dkk. *Public Places Urban Spaces: The Dimension of Urban Design*. Architectural Press, hlm 141.

¹⁵ Boston Development Authority. 1973. *City Signs and Lights: a public policy*, hlm.3.

¹⁶ Shivani, Hamid. 1985. *The Urban Design Process*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, hal. 42.

jasa. Sementara itu, tanda yang bertujuan tidak langsung, ditunjukkan dari bentuk tandanya.

Sumber lain yang membagi *sign* dalam berbagai tipologi, diantaranya adalah *The Charlotte Uptown Pedestrian Study*, suatu hasil studi mengenai pedestrian suatu kota, dimana *sign* dibatasi sebagai suatu informasi yang memiliki konflik, yaitu *signs* dikategorikan sebagai informasi yang membingungkan, ketidakterediaan informasi, informasi publik yang sulit dipahami, dan suatu ketidakjelasan. Selain itu, dalam *City Charlotte design guidelines* mengenai *sign*, *sign* dibagi dalam tiga zona, yaitu zona informasi, zona pedestrian dan zona jalan raya (gambar 2.1). Dari gambar tersebut dapat terlihat adanya jarak antara letak *sign* dengan ruang untuk orang berkegiatan, sehingga memungkinkan orang yang berkegiatan dapat membaca pesan pada *sign* tersebut.



Gambar 2.1 City of Charlotte design Guidelines
Sumber : Shivani. *Urban Design Process*

Dari penjelasan-penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa ruang publik sebagai ruang untuk berkegiatan bersama seluruh lapisan masyarakat, terdiri dari berbagai elemen pembentuk dan pendukung. Secara fisik, elemen pembentuk ruang publik yang juga menjadi bagian dari ruang kota adalah *signage*¹⁷. *Signage* tersebut

¹⁷ *Signage* : istilah yang pertama kali digunakan oleh Paul Arthur, seorang pelopor sistem penunjuk jalan, untuk menyebut tanda-tanda atau rambu-rambu yang digunakan sebagai penunjuk jalan dalam suatu lingkungan (Sims,Mitzi. 1991. *Sign Design*. London: Thames and Hudson Ltd., hlm 8)

Sign : akar kata *signage*

dapat beragam macamnya, dapat berupa penunjuk arah ataupun berupa komunikasi penyampai pesan baik komersil maupun non komersil. Sebagai elemen fisik, maka keberadaan *signage* di ruang kota akan mempengaruhi dimensi visual ruang tersebut, oleh karenanya terdapat beberapa ketentuan mengenai pemasangan *signage* di ruang kota, sehingga dapat diperoleh kualitas ruang kota yang baik dan nyaman.

3.1. Komunikasi

Berkaitan dengan ruang publik sebagai ruang kegiatan komunikasi seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, komunikasi memiliki beberapa pengertian. Prof. Deddy Mulyana menjelaskan dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*, yang bertuliskan : ”berbicara tentang definisi komunikasi tidak ada yang benar ataupun yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya”¹. Ia menjelaskan pula bahwa komunikasi ada yang didefinisikan dalam lingkup yang sempit, ada pula yang luas. Secara luas, komunikasi dapat berupa ”berbagi pengalaman”. Definisi komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti ”sama”², *communico*³, *communicatio*⁴, atau *communicare*⁵ yang berarti ”membuat sama” (*to make common*). Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan⁶. Pada intinya, komunikasi merupakan sebuah proses, yaitu berupa penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak yang lain agar terjadi saling mempengaruhi antar keduanya⁷.

Dalam proses komunikasi terdapat beberapa hal yang menjadi prinsip, diantaranya adalah konten dan konteks. Seperti yang dinyatakan oleh Prof. Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*, bahwa komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa sosial melainkan dalam konteks atau situasi tertentu⁸. Secara

¹ Mulyana, Deddy. *Op.cit.* h.46.

² Gorden, William I. 1978. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred, hlm 28.

³ Cherry, Collin. 1978. *World Communication: Threat or Promise ?* New York: John Wiley & Sons, hlm.2.

⁴ Effendy, Onong Uchjana. 1997. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm.4.

⁵ Pearson, Judy C, dan Paul E. Nelson. 1979. *Understanding and Sharing: An Introduction to Speech Communication*. Dubuque, Iowa: Wm.C.Brown, hlm.3.

⁶ Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 80-84.

⁷ www.wikipedia.org. *Komunikasi*. 7 Maret 2008. Depok

⁸ Mulyana, Deddy. *Op.cit.* h..77

luas, konteks yang dimaksud disini adalah semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari aspek fisik, psikologis, sosial dan waktu. Beberapa yang termasuk aspek fisik antara lain: bentuk ruangan, jumlah peserta komunikasi, alat yang digunakan untuk komunikasi, iklim, cuaca, suhu udara, warna dinding dan penataan tempat duduk. Aspek psikologis diantaranya adalah sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi peserta komunikasi. Aspek sosial diantaranya adalah norma, nilai sosial dan karakteristik budaya. Aspek waktu berkaitan dengan kapan terjadinya komunikasi.

Konteks mengandung pengertian sebagai suatu tingkat (level), bentuk, situasi, keadaan, arena, jenis, cara, pertemuan, dan kategori⁹. Secara etimologi, kata konteks berasal dari bahasa latin *contextus*¹⁰. Dalam bahasa inggris, *context* mengandung pengertian sebuah kata yang dapat membantu memastikan maknanya¹¹. Dapat pula diartikan sebagai sekeliling, lingkungan, latar belakang, atau setting yang menentukan, menspesifikan, atau mengklarifikasi makna dari suatu kejadian. *Text* sebagai unsur pembentuk kata *context*, yang dalam bahasa latin *texere*, mengandung pengertian jaringan tanda-tanda, dan kehadiran ada dalam tanda¹².

Dalam ilmu komunikasi, konteks komunikasi digunakan dalam pembagian tipologi komunikasi. Berdasarkan jumlah peserta yang terlibat dalam komunikasi, komunikasi dibagi menjadi : komunikasi intrapribadi, diadik, antarpribadi, kelompok (kecil), publik, organisasi dan massa. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang memiliki jumlah komunikator terbanyak, derajat kedekatan fisik yang rendah, dan kesegereaan umpan balik yang paling tertunda¹³.

Hal lain yang berkaitan dengan komunikasi, dalam hal ini komunikasi tekstual adalah konten (isi). Konten dalam bahasa latin, *contentus*. Dalam bahasa indonesia, konten disebut juga sebagai isi, yaitu sesuatu yg ada (termuat, terkandung, dsb) di dalam suatu benda; besarnya suatu ruangan; apa yg tertulis di dalamnya (tentang buku, surat, dsb); inti atau bagian yang pokok dari suatu wejangan (pidato, pembicaraan, dsb)¹⁴.

⁹ Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 77.

¹⁰ www.wikipedia.org. Jakarta. 23 April 2008.

¹¹ *Ibid.*

¹² Mohamad, Goenawan. 2005. *DERRIDA*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, hlm. 76.

¹³ Mulyana, Deddy. *Op.cit.* h. 78

¹⁴ <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>. Jakarta. 23 April 2008

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, komunikasi terjadi karena adanya suatu hubungan / keterkaitan. Komunikasi terjadi dengan melibatkan beberapa komponen yang saling berkaitan dan saling mempengaruhi. Komponen-komponen dalam komunikasi terdiri dari komunikator sebagai pihak yang menyampaikan pesan; pesan, sebagai suatu pernyataan yang didukung oleh lambang; komunikan, sebagai orang yang menerima pesan; dan media, sebagai sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya; serta efek, sebagai dampak dari pesan¹⁵.

3.2. Sejarah dan Perkembangan Komunikasi Tekstual

Komunikasi, seperti komunikasi verbal, berhubungan erat dengan kata-kata, termasuk kata-kata dalam penulisan atau disebut komunikasi tekstual. Dalam psikologi komunikasi, kata-kata yang disampaikan dalam bentuk tulisan disebut juga sebagai pesan linguistik – linguistik merupakan ilmu mengenai kata-kata dalam bahasa – karena dalam penulisan, penerapan linguistik akan dapat terlihat jelas. Kata-kata tersusun dalam suatu sistem yang disebut bahasa. Unsur latar belakang budaya berpengaruh kuat terhadap bahasa dalam hal penyusunan kata dan makna kata yang terbentuk.

Mengenai sejarahnya, ada dugaan kuat bahwa bahasa nonverbal muncul sebelum bahasa verbal. Mungkin kita masih ingat dalam ilmu sejarah umum, ada yang disebut zaman pra sejarah dan zaman sejarah. Zaman pra sejarah merupakan masa dimana belum ditemukannya tulisan, dan zaman sejarah adalah masa sudah ditemukannya tulisan. Zaman pra sejarah ada sebelum zaman sejarah. Dalam buku *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*, dijelaskan bahwa komunikasi melalui tulisan dimulai sekitar 5000 tahun yang lalu, dimana yang paling awal melakukannya adalah bangsa Sumeria dan Mesir kuno, lalu juga bangsa Melayu dan Cina yang mengembangkan sistem tulisan mereka secara independen. Pada tahun 2000 SM, papyrus digunakan sebagai media tulisan oleh bangsa Mesir kuno. Sistem tulisan ini akhirnya menyebar sampai ke Yunani, yang kemudian disempurnakan dan disederhanakan oleh bangsa mereka. Menjelang kira-kira 500 SM, mereka telah menggunakan alfabet ini secara luas. Akhirnya diteruskan ke Roma tempat tulisan tersebut disempurnakan kembali. Sistem

¹⁵ www.wikipedia.org. *Komunikasi*. 7 Maret 2008. Depok

tulisan dan bahasa lisan itu terus dikembangkan hingga kini. Memasuki era cetak pada abad ke-15, yang beberapa abad kemudian disusul oleh era radio, televisi dan kini era komputer. Kesemuanya telah merekam hasil peradaban manusia untuk disempurnakan kembali oleh generasi-generasi mendatang melalui kemampuan mereka dalam berbahasa.

3.3. Komunikasi Teksual Dalam Pengkomunikasian Arsitektur

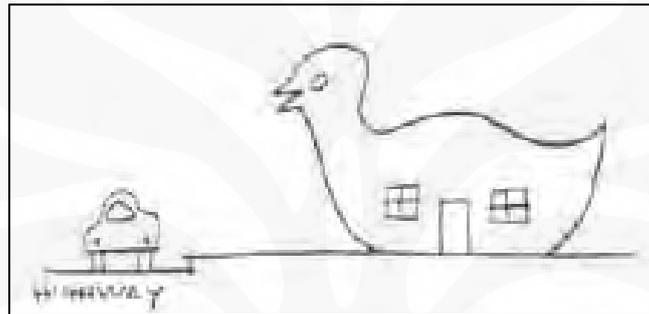
Antara Arsitektur dan komunikasi, keduanya saling terkait. Bahasa dalam arsitektur adalah suatu sistem simbol¹⁶, dan arsitektur adalah suatu bentuk perwujudan bahasa dari suatu komunikasi ke dalam bentuk tiga dimensi, karena arsitektur lebih berkaitan dan lebih banyak dimengerti sebagai suatu ilmu dan profesi yang berhubungan dengan menghasilkan suatu karya tiga dimensi, seperti bangunan. Melalui bangunan-bangunan karya arsitektur, terjadi suatu penyampaian pesan, sehingga sering dikatakan pula sebagai bangunan yang "berbicara". Hal tersebut menunjukkan, bahwa arsitektur melalui desainnya yang diletakkan di lingkungan masyarakat, menunjukkan konten¹⁷.

Pengkomunikasian dalam bentuk tiga dimensi dalam keterkaitannya dengan arsitektur tidak hanya berbentuk bangunan, *sign* juga dapat dikategorikan sebagai suatu cara pengkomunikasian arsitektur. Charles Jenks dalam *sign, symbol and architecture* (1980), menjelaskan mengenai keterkaitan *sign* dengan arsitektur, yang intinya menjelaskan bahwa *sign* dalam arsitektur memiliki dua hal yang sangat berkaitan erat, yaitu ekspresi dan konten (isi). Hal tersebut seperti yang ia nyatakan dalam buku tersebut, "*clearly the architectural sign like other signs is a twofold entity having plan of expression (signifier) and plan of content (signified). The signifier tend to be (but needn't always be) forms, spaces, surfaces, volumes which have suprasegmental properties (rhythm, color, texture, density, etc)*". Salah satu contoh yang dapat mewakili pernyataan tersebut adalah seperti yang dilakukan di Las Vegas (gambar 3.1). Disana, bentuk *sign* sangat beragam, unik dan menarik, ada yang membuat *sign* dengan cara

¹⁶ Norberg-Schulz, Christian. *Intentions in Architectur*. Massachusetts: MIT Press, hlm.40.

¹⁷ O'Gorman, James F. 1998. *ABC of Architecture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, hlm. 89.

analogi dari suatu kata yang ingin disampaikan ke dalam bentuk arsitektur. Hal tersebut menjadi daya tarik bagi kota Las Vegas. Akan tetapi hal tersebut bukan berarti komunikasi arsitektur hanya disampaikan dalam bentuk grafik atau tiga dimensi saja, dalam bentuk kata-kata tertulis pun termasuk dalam pengkomunikasian arsitektur, seperti halnya juga komunikasi secara umum yang dilakukan baik dalam bentuk tulisan, lisan, gerak tubuh maupun grafik.



Gambar 3.1 *Commercial Sign* di Las Vegas
Sumber : Robert Venturi. *Learn From Las Vegas*.

Keterkaitan lain antara komunikasi dan arsitektur dapat terlihat dari adanya kemiripan antara keduanya yang terjadi mulai dari penyusunan hingga makna yang dihasilkan. Jika dalam bahasa terdapat aturan penyusunan kata-kata, dan struktur bahasa, begitupula dengan arsitektur. Dalam arsitektur terdapat aturan pula dalam hal mendesain, dan hal tersebut mempengaruhi bentuk akhir dari karya arsitektur. Bahasa pun demikian, kata-kata yang disusun akan mempengaruhi kalimat yang terbentuk, yang kemudian mempengaruhi makna dari kalimat tersebut. Bahasa sebagai suatu sistem simbol mempunyai suatu kapasitas simbolisasi yang berbeda, yang didefinisikan dalam kata-kata yang diungkapkan atau digambarkan oleh suatu objek¹⁸. Berdasarkan hal tersebut maka tanda-tanda dalam bahasa dan arsitektur sama-sama dapat diteliti ataupun dikaji secara semantik, sintaktik dan pragmatik, yang oleh Charles Morris ketiga aspek tersebut disatukan dalam teorinya mengenai tanda-tanda, yaitu semiotik. Arsitektur dan bahasa sama-sama memiliki kekuatan dalam hal semiotic dan semantic (makna di balik susunan unsur-unsur)¹⁹. Semantik berbeda dengan sintaktik, yaitu metode semantik membahas hubungan antara tanda dan yang dinyatakannya (realitas). Pragmatik lebih

¹⁸ Heidegger, Martin. 2001. *Poetry, Language, Thought*. New York: Perennial Classics.

¹⁹ Crossley, Paul, dan Georgia Clarke. 2000. *Architecture and Language: constructing identity in European*. New York: Cambridge University Press, hlm. 4.

membahas mengenai hubungan antara tanda dan mereka yang menggunakannya, yang mencakup faktor psikologi dan sosiologi yang berpartisipasi sebagai tujuan yang akan dicapai.

Komunikasi tekstual memiliki kekuatan pada isi pesan yang berupa teks (tulisan) yang dalam arsitektur menyatakan "ada" dan "hadir"-nya sesuatu²⁰. Peran bahasa dalam komunikasi tekstual, cukup besar. Dalam keterkaitannya dengan arsitektur, bahasa digunakan sebagai alat untuk mendeskripsikan arsitektur, baik berupa bangunan sebagai bentuk fisik, maupun berupa pengalaman arsitektur. Pembahasan arsitektur dalam bentuk tulisan dapat pula diwujudkan dalam bentuk puisi. Dalam bentuk puisi, penggambaran bentuk-bentuk dan pengalaman arsitektur dianalogikan dengan sesuatu yang lain. Dalam hal ini, kata-kata dalam puisi memiliki peran kuat dalam pembentukan imajinasi dan pemahaman individu yang membacanya akan suatu makna yang dikandung dan diungkapkan oleh puisi tersebut. Peranan kuat kata dalam puisi menunjukkan bahwa kata (*text*), lebih kompleks dan lebih memiliki banyak makna dibandingkan sesuatu yang lain²¹. Hal tersebut dilakukan karena sulitnya mendeskripsikan pengalaman arsitektur melalui kata-kata. Disebabkan oleh hal tersebut pula, akhirnya bahasa dalam arsitektur lebih berperan sebagai kritik arsitektur²².

Seperti sebuah ungkapan *bahasa menunjukkan bangsa*, memiliki pengertian bahwa bahasa berkaitan dengan budaya. Hal tersebut berlaku pula dalam arsitektur. Keterkaitan antara bahasa dan antropologi sebagai suatu ilmu mengenai budaya, dalam ilmu bahasa diebut juga sebagai *Anthropological Linguistics*. *Anthropological Linguistics* memiliki dampak besar dalam pengkajian persepsi visual dan demokrasi bioregional, dimana keduanya peduli dengan perbedaan yang dibentuk dalam bahasa mengenai persepsi lingkungan²³.

Dari penjelasan-penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu kegiatan utama manusia dan bahkan telah menjadi kebutuhan utama manusia dalam berkehidupan, memiliki beberapa aspek penting yang mampu

²⁰ Crossley, Paul dan Georgia Clarke. *Op. cit.* h.5

²¹ Karatani, Kojin. 1995. *Architecture as Metaphor: language, number, money*. USA: Massachusetts Institute of Technology, hlm. 26.

²² Crossley, Paul dan Georgia Clarke. *Op. cit.* h.5

²³ www.wikipedia.org. *Anthropological Linguistics*. Jakarta. 9 Maret 2008.

mempengaruhi persepsi dan makna seseorang, yaitu konten dan konteks. Komunikasi tekstual sebagai salah satu cara berkomunikasi, merupakan sesuatu yang sudah lama dilakukan oleh manusia, dan cara tersebut dilakukan pula dalam arsitektur dalam mengkomunikasikan suatu hasil karya arsitektur agar dapat dengan mudah dipahami masyarakat. Dari hal tersebut ditunjukkan bahwa ada keterkaitan antara komunikasi dan arsitektur.

BAB IV

Persepsi dan Makna

4.1 Definisi dan Faktor Pembentuk Persepsi dan Makna

Gejala-gejala yang terjadi di dunia dapat dipahami berkat adanya persepsi. Dari penjelasan Prof. Deddy Mulyana tentang komunikasi, dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi, baik verbal, nonverbal maupun tulisan, ketiganya mampu menimbulkan berbagai persepsi. Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita¹. Persepsi didefinisikan juga sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; serapan; serta proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya². Pemahaman lain mengenai persepsi, seperti yang dinyatakan oleh John R. Wenburg dan William W. Wilmot, persepsi adalah cara organisme memberi makna. Rudolph F. Verdeber mengartikan persepsi sebagai proses menafsirkan informasi secara indrawi. J. Cohn, persepsi adalah interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek eksternal; persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana. Dalam komunikasi, persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Persepsi yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Persepsi berkaitan pula dengan keefektifan komunikasi³. Dalam ilmu psikologi komunikasi, persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, yang merupakan pemberian makna pada stimuli inderawi (sensori stimuli)⁴.

¹ Baron, A Robert, dan Paul B. Paulus. 1991. *Understanding Human Relations: A Practical Guide to People at Work*. Edisi ke-2. Boston: Allyn & Bacon, hal. 34

² <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>. Jakarta. 23 April 2008

³ Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*. 2007. Bandung: Remaja Rosdakarya, hal. 183.

⁴ Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 51.

Persepsi dan sensasi ditentukan oleh faktor personal dan situasional, dengan atensi menjadi faktor utama penyebab persepsi⁵. Krech dan Crutch memiliki 4 dalil persepsi, yaitu : pertama, persepsi bersifat selektif secara fungsional; kedua, medan perseptual dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi arti sesuai dengan konteksnya (dalam hal ini berupa seting ruang); ketiga, sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan; dan keempat, objek atau peristiwa yang berdekatan dalam ruang dan waktu atau menyerupai satu sama lain, cenderung ditanggapi sebagai bagian dari struktur yang sama⁶.

Persepsi dan makna memiliki keterkaitan yang kuat. Makna mengandung pengertian suatu arti dari sesuatu; maksud pembicara atau penulis; pengertian yg diberikan kepada suatu bentuk kebahasaan⁷. Makna memiliki hubungan konotasi dan denotasi⁸. Makna konotasi adalah makna dari suatu simbol atau *sign* dengan sesuatu lain, hasil dari interpretasi. Makna denotasi adalah makna antara suatu simbol atau *sign* dengan suatu objek. Untuk mempermudah pemahaman akan makna, Brodbeck membagi makna pada tiga corak, yaitu makna inferensial, signifikan (arti) dan intensional⁹. Makna inferensial, makna satu kata (lambang) adalah objek, pikiran, gagasan, konsep yang dirujuk oleh kata tersebut. Makna arti, makna arti suatu istilah sejauh dihubungkan dengan konsep-konsep lain. Makna intensional adalah makna yang dimaksud oleh seorang pemakai lambang, tidak divalidasi secara empiris atau dicarikan rujukannya. Dari berbagai pemahaman akan makna, pada intinya makna berkaitan dengan dua aspek, yaitu konten dan konteks.

Dari sudut pandang psikologi komunikasi, makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada pikiran orang, yaitu pada persepsinya. Makna tersebut terbentuk karena pengalaman individu. Oleh karena itu orang memiliki makna masing-masing untuk hal-hal tertentu. Namun, untuk dapat terjadinya komunikasi perlu adanya kesamaan makna dalam penggunaan lambang bahasa yang digunakan. Hal tersebut dapat dicapai karena

⁵ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit.* h. 51.

⁶ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit.* h. 56-61.

⁷ <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>. Jakarta. 23 April 2008

⁸ www.wikipedia.org. Jakarta. 23 April 2008

⁹ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit.* h. 277.

memiliki persamaan budaya, status sosial, ideologi, dan lain sebagainya, yang pada intinya memiliki sejumlah maksimal pengalaman yang sama¹⁰.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi maka akan mempengaruhi makna juga. Pemaknaan bukanlah proses yang mudah, ada suatu pembelajaran khusus mengenai makna yang dalam ilmu bahasa disebut sebagai ilmu semantik. Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya makna, faktor yang paling mempengaruhi adalah budaya, termasuk dialek yang dipakai dalam bahasa budaya tersebut. Seperti yang Laine Berman lakukan dalam observasinya terhadap kebudayaan Jawa, ia juga menganalisis penggunaan kata-kata dalam bahasa Jawa, yang coba diperbandingkan dengan bahasa Inggris, seperti *iki lho!* (Look here!). Kedua kalimat tersebut pada akhirnya memiliki perbedaan makna, yang oleh Uhlenbeck dalam buku *Speaking Through The Silence: Narratives, Social Conventions, and Power in Java* dijelaskan bahwa hal tersebut terjadi karena adanya perbedaan penggunaan lambang bahasa dan cara serta penekanan dalam pengucapannya¹¹. *Iki* dalam bahasa Jawa lebih berfungsi sebagai *Proximal deictic*, bukan termasuk dalam penggunaan interaktif seperti halnya kata *here* jika dituliskan dalam bahasa Inggris.

4.2 Proses Terjadinya Persepsi dan Makna

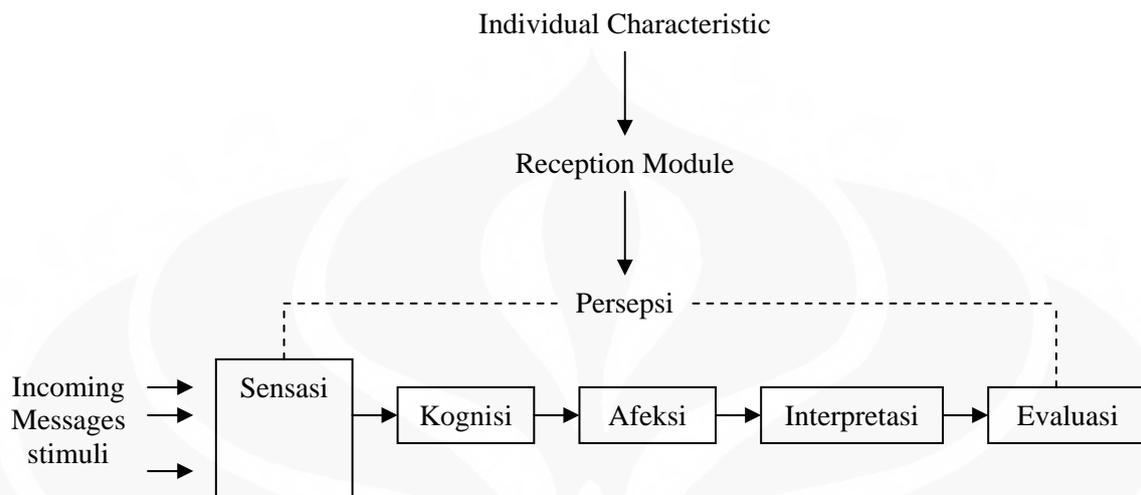
Komunikasi tekstual ruang luar sebagai bagian dari komunikasi massa, memiliki efek terhadap kognisi, afeksi dan *behavior* seseorang, dengan yang memiliki presentase pengaruh besar adalah pada efek *behavior*¹². Dari berbagai penjelasan mengenai efek komunikasi massa dari sudut pandang psikologi komunikasi, dapat disimpulkan dalam diagram berikut¹³ :

¹⁰ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit. h. 52*.

¹¹ Berman, Laine. 1998. *Speaking Through The Silence: Narratives, Social Conventions, and Power in Java*. New York, Oxford: Oxford University Press, hlm 125.

¹² Wilhoit, G.C. dan Harold de Bock. 1980. *Mass Communication Review Yearbook*, volume 1. Beverly Hills: Sage Publication, hlm.78.

¹³ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit. h. 186-252*.



Skema 4.1 Proses Persepsi Dalam Ilmu Psikologi

Hal tersebut seperti yang dikemukakan pula oleh Ittelson. Ittelson mengidentifikasi empat dimensi persepsi yang bekerja saling mempengaruhi¹⁴, yaitu :

- **Kognisi**, melibatkan pemikiran tentang sesuatu, mengorganisasinya dan menjaga informasi
- **Affektif**, melibatkan perasaan yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap lingkungan
- **Interpretatif**, berkaitan dengan pengertian atau asosiasi yang diperoleh dari lingkungan
- **Evaluatif**, berkaitan dengan nilai dan preferensi serta keputusan dari sesuatu yang “baik” atau “buruk”

Dalam buku Ilmu Komunikasi: suatu pengantar, Prof. Deddy Mulyana menjelaskan bahwa Kenneth K. Sereno dan Edward M Bodaken, Juddy C Pearson dan Paul E Nelson menyebutkan, persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi¹⁵. Seleksi mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat didefinisikan sebagai meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna.

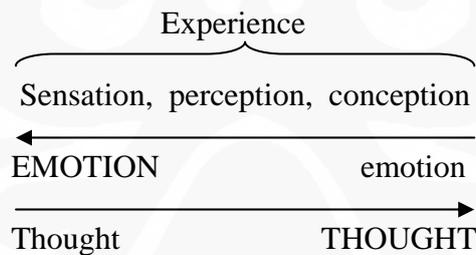
¹⁴ Matthew, Carmona, dkk. *Public Places Urban Spaces: The Dimension of Urban Design*. Architectural Press, hlm. 87-88.

¹⁵ Mulyana, Deddy. *Op.cit. h.181*.

4.3 Proses Persepsi dan Makna Dalam Komunikasi dan Arsitektur

Dalam komunikasi, persepsi dan makna muncul disebabkan oleh adanya dimensi hubungan, yang berkaitan dengan bagaimana suatu pesan disampaikan, termasuk pula media apa yang digunakan dalam penyampaian pesan. Persepsi dalam komunikasi muncul akibat dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu¹⁶. Sementara itu untuk makna, makna tidak tidak terletak pada kata-kata melainkan pada pikiran orang, pada persepsinya, yang terbentuk karena pengalaman individu¹⁷.

Dalam arsitektur terdapat keterkaitan antara arsitektur, persepsi dan makna terjadi dalam hal mengalami ruang sebagai buah karya arsitektur. Seperti pada teori persepsi dalam ilmu psikologi yang dibahas pada subbab sebelumnya, dari persepsi ini akan mempengaruhi sensasi, kognisi, afeksi, interpretasi dan evaluasi suatu individu terhadap suatu karya arsitektur yang dilihatnya. Pandangan yang hampir sama juga dijelaskan oleh Yi-Fu Tuan. Menurutnya, dalam mengalami suatu pengalaman ruang, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi yaitu sensasi, persepsi, dan konsepsi, dimana sensasi lebih dipengaruhi oleh emosi, sementara konsepsi lebih dipengaruhi oleh pemikiran. Berikut skematik proses pengalaman ruang menurut pandangan Yi-Fu Tuan¹⁸.



Skema 4.2 Proses Pengalaman Ruang Menurut Yi-Fu Tuan
Sumber : Yi-Fu Tuan. *Space and Place: the perspective of experience*

¹⁶ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit.* h. 58..

¹⁷ Rakhmat, Jalaluddin. *Op.cit.* h. 278..

¹⁸ Tuan, Yi-Fu. *Space and Place: the perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota, hlm 8.

Dari hasil interpretasi seseorang terhadap sesuatu yang dilihatnya akan mempengaruhi tingkah laku dan pemikirannya, yang dapat terlihat dari bagaimana orang tersebut merepresentasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai contoh, adanya tulisan "cinta damai" pada suatu gapura pemukiman. Dari kata yang terlihat dan terbaca tersebut, jika kita memakai teori Yi-Fu Tuan, maka akan mempengaruhi sensasi orang yang melihatnya terlebih dahulu, lalu berlanjut ke persepsi dan konsepsi. Seperti pada teori persepsi, ketiga hal tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari individu yang membaca tulisan tersebut. Dari apa yang dilihat, dalam proses persepsi juga ada yang dinamakan interpretasi tentang bagaimana orang tersebut memaknai apa yang dilihat atau dialaminya (pengalaman ruang). Setelah dimaknai, maka tahap terakhir adalah evaluasi, yang akan berujung pada bagaimana nantinya orang tersebut merepresentasikan makna tulisan tersebut melalui perbuatannya, yang secara arsitektural diwujudkan dalam bentuk fisik yang menunjukkan tanda dari suatu hasil proses persepsi pihak yang membuat benda tersebut, sebagai contoh adanya pagar yang mengelilingi rumah, menandakan batas yang secara psikologi arsitektur hal tersebut menunjukkan suatu perilaku penghuni rumah yang ingin membatasi dirinya dengan lingkungan atau komunitas sekitar. Apa yang terwujud tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi proses persepsi, seperti berupa pesan pada komunikasi tekstual ruang luar yang ada di dekat atau di sekitar bangunan.

Secara keseluruhan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang mengacu pada perilaku yang diwujudkan dalam suatu objek fisik. Proses persepsi bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal tetapi juga eksternal, seperti komunikasi tekstual ruang luar. Namun persepsi sama sekali bukan merupakan penerimaan yang pasif dari kesan. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Brinswick, dengan menggunakan kata *intentio* untuk menekankan keaktifan karakter dari tindakan yang menggunakan perasaan. *Intentio* berarti maksud / tujuan / pamrih¹⁹.

¹⁹ Norberg-Schulz, Christian. *Intentions in Architecture. Massachusetts: MIT Press, hlm.20*

Tipologi Komunikasi Tekstual Ruang Luar: Sebagai Suatu Hasil Studi Lapangan

Dari suatu studi lapangan yang penulis lakukan, penulis menemukan berbagai macam komunikasi tekstual ruang luar dengan berbagai pesan. Bahasa yang digunakan pun berbagai macam. Dari sekian banyak variasi komunikasi tekstual ruang luar yang penulis temukan selama studi lapangan, penulis membaginya ke dalam beberapa macam berdasarkan kesamaan kecenderungan yang sering muncul dan mempengaruhi pengkajian penulis pada karya tulis ini. Pengklasifikasian ini dilakukan selain bertujuan untuk membantu pengkajian kasus, bertujuan pula untuk menunjukkan kepada pembaca adanya beragam kasus komunikasi tekstual ruang luar di wilayah Jakarta yang jika diamati lebih lanjut dapat mempengaruhi ruang kota baik secara visual maupun fungsional. Pada bab ini pembagian komunikasi tekstual ruang luar akan dibagi berdasarkan makna isi pesan yang dilihat dari segi penggunaan kata-kata pada isi pesannya, dan berdasarkan lokasi peletakan media di ruang publik.

Berdasarkan makna isi pesannya, pembagian dilakukan dengan melihat penggunaan kata-kata dan susunan kata-kata pada suatu komunikasi tekstual ruang luar yang terpasang pada suatu lokasi. Dalam ilmu bahasa, susunan kata-kata mampu memberikan makna tertentu, misalnya adanya penggunaan kata depan *mari* yang disusun dengan kata-kata lain sebagai penjelas, jika dikaji dari segi semantiknya, maka kalimat yang terbentuk dapat menjadi kalimat bermakna ajakan.

Berdasarkan lokasi peletakan media komunikasi tekstual ruang luar, dari hasil studi lapangan terdapat suatu kecenderungan adanya lokasi-lokasi tertentu yang dijadikan sasaran peletakan. Ada yang diletakkan di area masuk suatu kawasan, baik dalam bentuk gapura ataupun bukan. Ada pula yang ditemukan di perpotongan (persimpangan) jalan, di sekitar area bangunan fasilitas umum ataupun sosial, dan di tepi jalan "hidup", yaitu jalan yang ramai dilalui kendaraan dan manusia.

5.1. Tipologi Komunikasi Tekstual Ruang Luar Berdasarkan Makna Isi Pesan

Makna Ajakan

- a. Isi Pesan : *NYOK BARENG-BARENG KITE JAGE DAN KITE BANGUN JAKARTA TIMUR*



Gambar 5.1 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Cijantung, Jakarta Timur



Gambar 5.2 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : sisi bangunan stadion Olahraga Gongseng, Jakarta Timur



Gambar 5.3 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Ciracas, Jakarta Timur



Gambar 5.4 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Matraman, Jakarta Timur



Gambar 5.5 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : pintu masuk pasar hewan, Jatinegara, Jakarta Timur



Gambar 5.6 Dokumtasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Ciracas, Jakarta Timur



Gambar 5.7 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : perempatan jalan gongseng – kalisari – cijantung, Jakarta Timur

b. Isi Pesan : *MARI LESTARIKAN CADANGAN AIR TANAH DAN CEGAH BAHAYA BANJIR DENGAN MEMBUAT SUMUR RESAPAN AIR HUJAN DI PEKARANGAN BANGUNAN ANDA*



Gambar 5.8 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : area penjual tanaman, Cijantung, Jakarta Timur

c. Isi Pesan : *MARI BANGUN KOTA KITA*



Gambar 5.9 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Depok, Jawa Barat

Makna Perintah

a. Isi pesan : *JADIKAN JAKARTA KOTA YANG BERSIH INDAH DAN ASRI BUANGLAH SAMPAH PADA TEMPATNYA*



Gambar 5.10 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : jembatan penyebrangan, halte busway Matraman, Jakarta Timur



b. Isi pesan : *LINDUNGI ANAK-ANAK KITA !*



Gambar 5.11 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : di depan SDN 01 Pagi Ciracas, Jakarta Timur

c. Isi pesan : *PELIHARA KESEHATANMU DENGAN RAJIN MEMBERSIHKAN LINGKUNGAN DAN MENCUCI TANGAN*



Gambar 5.12 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : di depan SDN 01 Pagi Ciracas, Jakarta Timur

d. Isi Pesan : *Jauhi NARKOBA raih PRESTASI*



Gambar 5.13 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jati Padang, Jakarta Selatan (Kiri), Depok (kanan)

e. Isi pesan : **CIPTAKAN BUDAYA BERSIH SEJAK DINI AGAR MASYARAKAT SELALU SEHAT**



Gambar 5.14 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Depok, Jawa Barat

f. Isi pesan : **GREEN WAY ARUS BALIK. SILAHKAN BERSABAR...KITA PRIORITASKAN YANG PULANG KERJA**



Gambar 5.15 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Depok, Jawa Barat

g. Isi pesan : **PATUHI RAMBU LALU LINTAS. INGIN LANCAR ? ANTRI !**



Gambar 5.16 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jati Padang, Jakarta Selatan

h. Isi pesan : *selamatkan BANGSA musnahkan NARKOBA*



Gambar 5.17 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jati Padang, Jakarta Selatan

Makna Informasi

a. Isi pesan : *DENGAN PAJAK KITA MEMBANGUN JAKARTA*



Gambar 5.18 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Tanah Abang, Jakarta Pusat

b. Isi pesan : *PAJAK ANDA WUJUD PARTISIPASI DALAM RANGKA PEMBANGUNAN KOTA DEPOK*



Gambar 5.19 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Depok, Jawa Barat

c. Isi pesan : CINTA SESAMA MULIAKAN KEDAMAIAN



Gambar 5.20 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur

Isi pesan : *JANGAN BUANG SAMPAH SEMBARANGAN DONG....!*



Gambar 5.21 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Ceger, Jakarta Timur.

5.2. Tipologi Komunikasi Teksual Ruang Luar Berdasarkan Lokasi Penempatan Media

1. Di sekitar bangunan pemerintah, bangunan fasilitas umum, sosial, dan bangunan pemerintah
 - a. Lokasi : di depan bangunan koramil Cijantung, Jakarta Timur



Gambar 5.22 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Cijantung, Jakarta Timur.

b. Lokasi : sisi bangunan stadion gongseng, Jakarta Timur



Gambar 5.23 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur.

c. Lokasi : depan bangunan Sekolah Dasar Negeri Ciracas 01 Pagi



Gambar 5.24 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur.

d. Lokasi : Sisi Bangunan Sekolah Dasar, Kalisari, Cijantung, Jakarta Timur



Gambar 5.25 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Perempatan Gongseng, Jakarta Timur.

e. Lokasi : depan bangunan pemerintah (dinas Tata Kota DKI Jakarta)



Gambar 5.26 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Abdul Muis, Jakarta Pusat.

2. Di Perpotongan / persimpangan jalan

a. Lokasi : persimpangan jalan jati padang

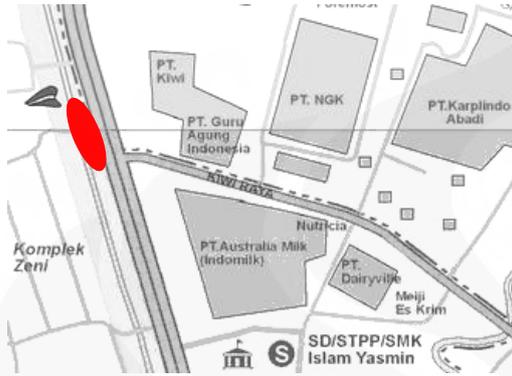


Gambar 5.27 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Halte TransJakarta Jati Padang, Jakarta Selatan.



Gambar 5.28 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jati Padang, Jakarta Selatan.

b. Lokasi : persimpangan jalan raya bogor KM 27 – kiwi, Jakarta Timur



Gambar 5.29 Peta Jakarta
Sumber : Peta Jakarta 2006



Gambar 5.30 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Raya Bogor KM 27, Jakarta Timur.

3. Di Area Masuk Suatu Kawasan (perbatasan wilayah)

a. Lokasi : margonda raya, depok (area masuk kawasan Depok).



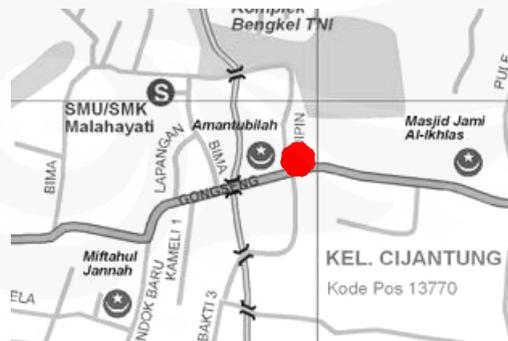
Gambar 5.31 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Margonda, Depok, Jawa Barat



b. Lokasi : gongseng, jakarta timur



Gambar 5.32 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur.



c. Lokasi : jalan raya bogor



Gambar 5.33 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur.

4. Tepi jalan "hidup"

a. Lokasi : tepi jalan raya Bogor, Jakarta Timur



Gambar 5.34 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Cijantung, Jakarta Timur.



b. Lokasi : jalan Raya Bogor, Jakarta Timur



Gambar 5.35 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Cijantung, Jakarta Timur.



c. Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur



Gambar 5.36 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur.

d. Lokasi : jalan Raya Bogor



Gambar 5.37 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur.

e. Lokasi : jalan Raya Bogor KM 27



Gambar 5.38 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Raya Bogor KM 27, Jakarta Timur.

BAB VI

Studi Kasus

Jika membicarakan ruang kota, tidak akan terlepas dari elemen pembentuk ruang tersebut, salah satunya adalah *signage*, hal tersebut seperti yang dijelaskan dalam teori Shirvani¹. Di Jakarta sendiri, *sign* ada beberapa macam, salah satunya adalah yang sebenarnya sudah lama ada di ruang publik, menjadi bagian dari pembangunan kota, namun belum banyak yang mengungkap fenomena di balik keberadaannya, yaitu *sign* berupa komunikasi tekstual ruang luar, yang umumnya berisi pesan-pesan non komersil.

Ada yang berpendapat bahwa keberadaan komunikasi tersebut tidak memberikan pengaruh apapun terhadap pembangunan kota ataupun terhadap pengalaman ruang masyarakat kota. Akan tetapi, itu barulah sekedar pendapat yang datang dari sebagian kecil masyarakat. Oleh karenanya pada bab ini akan dikaji lebih lanjut bagaimana kondisi yang terjadi antara komunikasi tekstual ruang luar dengan ruang luar itu sendiri yang berupa ruang publik atau ruang kota. Seperti yang telah dijelaskan di awal bahwa pengkajian akan dilakukan dari dua dimensi yaitu dimensi semantik dan ruang. Dari dimensi semantik, berkaitan dengan aspek redibilitas dan legibilitas dari suatu komunikasi tekstual ruang luar, yang merupakan *sign* pada ruang publik kota. Sementara itu dari segi dimensi ruang, berkaitan dengan aspek visibilitas dari suatu komunikasi tekstual ruang luar. Seperti yang dijelaskan oleh Gordon Fulton dalam *Reviving Main Street*, bahwa aspek legibilitas dan redibilitas dari suatu *sign* berkaitan dengan unsur-unsur lokasi dan hal-hal lain yang berhubungan dengan tulisan. Untuk aspek visibilitas lebih kepada unsur penempatan, dimensi dan jarak antar *sign* yang berupa media komunikasi tekstual ruang luar.

Berkaitan dengan hal-hal yang menjadi unsur pengkajian, maka dari sekian banyak kasus yang ditemui, dipilih beberapa kasus yang benar-benar dapat mewakili aspek-aspek yang akan dikaji. Dari dimensi semantik, maka kasus yang dipilih adalah kasus-kasus yang memiliki isi pesan sama, namun dengan penempatan yang berbeda. Dari dimensi ruang, maka kasus yang dipilih adalah kasus-kasus yang memiliki

¹ Shirvani, Hamid. *Op.cit. h.* 6-8.

fenomena menarik dilihat dari unsur-unsur visibilitas. Ada 10 kasus yang memiliki isi pesan yang sama di lokasi penempatan yang berbeda, dengan tambahan satu kasus lainnya yang memiliki isi dan lokasi peletakan yang berbeda, yang berfungsi sebagai pembandingan dari sebelas kasus lain tersebut; ada satu kasus lainnya yang akan dikaji dari aspek visibilitas; serta ada satu kasus lainnya yang merupakan kasus yang menggambarkan keambiguan antara semantik dan ruang. Berikut ini adalah deskripsi singkat mengenai kasus-kasus yang akan dikaji lebih lanjut pada subbab selanjutnya.

6.1. Deskripsi Studi Kasus

Kasus 1 - 10 adalah kasus dengan isi pesan yang sama (*NYO' BARENG-BARENG KITE JAGE DAN KITE BANGUN KOTA JAKARTA TIMUR*) di lokasi berbeda

a. Kasus 1



Gambar 6.1 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Raya Bogor Km 27



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4



Gambar 5

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di sepanjang tepi jalan raya bogor KM 27, tepat di sepanjang area kios-kios bengkel motor, Jakarta Timur.



Gambar 6.2 Peta Jakarta
Sumber: Peta Jakarta 2006

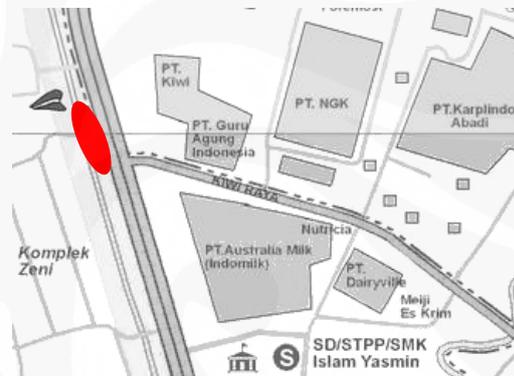
- Isi pesan yang disampaikan melalui papan reklame berbunyi :
 - gambar 1: *SETIAP BANGUNAN WAJIB MEMILIKI IZIN MENDIRIKAN BANGUNAN (IMB)*
 - gambar 2: *SETIAP PENDUDUK WAJIB MEMILIKI KARTU TANDA PENDUDUK (KTP)*
 - gambar 3: *BAYARLAH PAJAK BUMI DAN BANGUNAN (PBB) SEBELUM JATUH TEMPO*
 - **gambar 4:** *NYOK BARENG-BARENG KITE PSN 30 MENIT DENGAN 3M*
 - **gambar 5:** *NYOK BARENG-BARENG KITE JAGE DAN KITE BANGUN JAKARTA TIMUR*

Papan komunikasi tersebut disertai penulisan kata-kata yang menunjukkan pihak yang ikut menyukseskan pelaksanaan isi pesan dan pemasangan papan komunikasi di lokasi tersebut, yaitu kecamatan Pasar Rebo.

- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan

- Jarak bidang ditulis dari tanah, 2 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan dan pemukiman.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, cukup besar meskipun tidak tersedia area pejalan kaki.

b. Kasus 2



Gambar 6.3 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Raya Bogor Km 28

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di tepi jalan raya bogor, di pertigaan jalan raya bogor – kiwi, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan
- Jarak bidang ditulis dari tanah, 1,5 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang, 2 meter.

- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan, pabrik dan pemukiman.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, tidak terlalu besar.

c. Kasus 3



Gambar 6.4 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur



Gambar 6.5 Peta Jakarta
Sumber: Peta Jakarta 2006

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di area masuk Jl. Gongseng, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan

- Jarak bidang ditulis dari tanah, kira-kira 1,5 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi : pemukiman dan pertokoan.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran. Di bagian paling dekat dengan tepi kali ciliwung, terlihat dari bentuk dan kondisi bangunannya, masyarakat yang tinggal di daerah tersebut berasal dari golongan ekonomi bawah. Sementara di bagian belakang bangunan-bangunan tersebut, berasal dari ekonomi atas.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor baik pribadi maupun umum, dengan frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut tidak terlalu besar.

d. Kasus 4

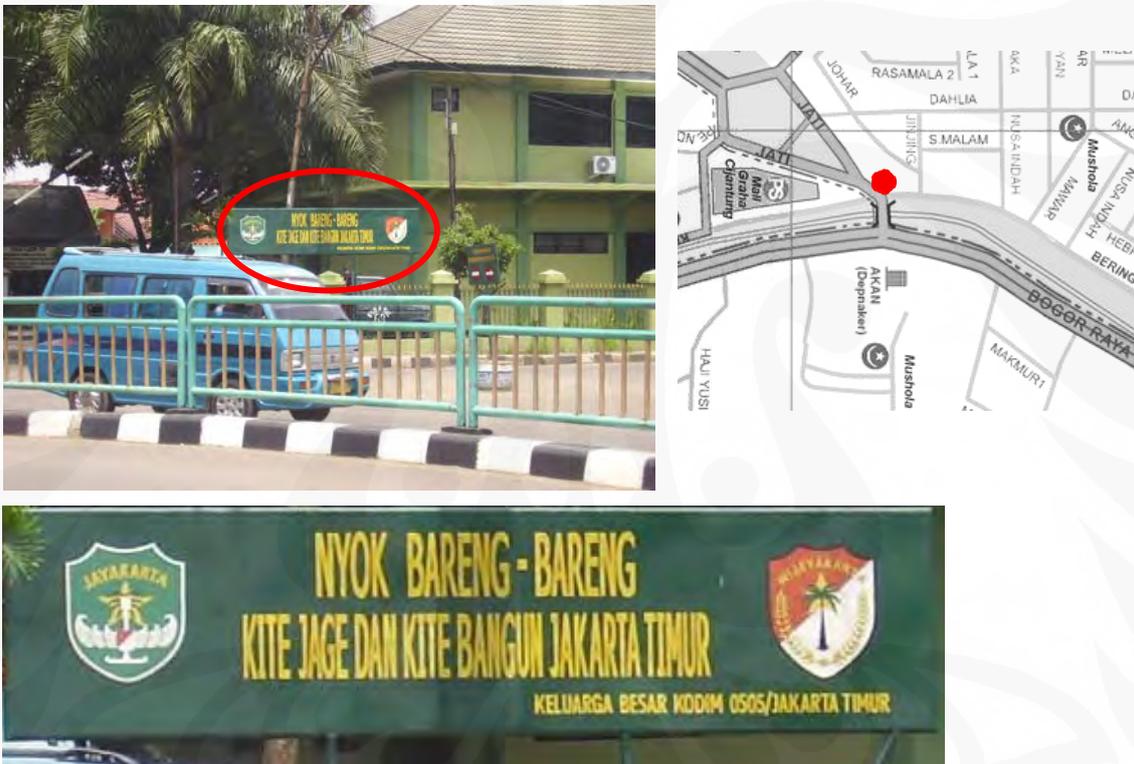


Gambar 6.6 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di pintu masuk SDN Ciracas 01 Pagi, Gongseng, Jakarta Timur.

- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan
- Jarak bidang ditulis dari tanah, kurang dari 2 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan dan pemukiman.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, kecil.

e. Kasus 5



Gambar 6.7 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Cijantung, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di dalam wilayah bangunan kantor koramil Cijantung, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan
- Jarak bidang ditulis dari tanah, 1,5 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.

- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan, pemukiman, sekolah dan Mal.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, tidak terlalu besar.

f. Kasus 6



Gambar 6.8 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Cijantung, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di tepi kali ciliwung, dalam wilayah bangunan Mal Cijantung, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan

- Jarak bidang ditulis dari tanah, 1,5 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: perkantoran, pemukiman dan retail.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, besar.

g. Kasus 7



Gambar 6.9 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur



Gambar 6.10 Peta Jakarta
Sumber : Peta Jakarta 2006

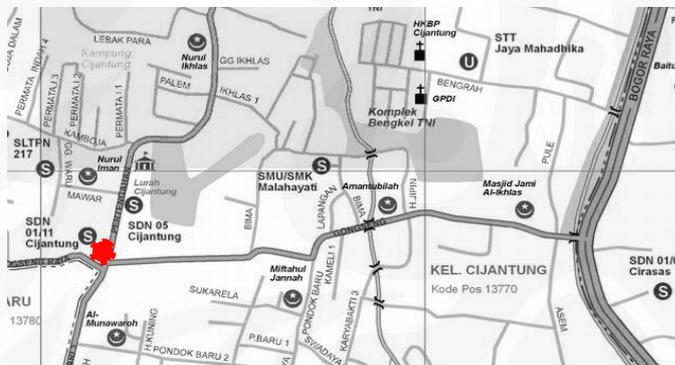
- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di sisi luar area bangunan Stadion Olahraga Gongseng, Jakarta Timur.
- Isi pesan yang disampaikan melalui papan reklame berbunyi : *Nyo'.... Bareng-bareng kite jage dan kite bangun kota madya Jakarta Timur*. Papan komunikasi tersebut memiliki tanda telah disahkan oleh pemerintah setempat yang berwenang.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan

- Jarak bidang ditulis dari tanah, kira-kira 1,5 kali tinggi manusia dewasa.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi : pemukiman
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, tidak terlalu ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut tidak terlalu besar.

h. Kasus 8



Gambar 6.11 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Perempatan Gongseng –
Kalisari – Cijantung, Jakarta Timur



Gambar 6.12 Peta Jakarta
Sumber : Peta Jakarta 2006

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di perempatan Jl. Kalisari-gongseng-cijantung, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan
- Jarak bidang ditulis dari tanah, kira-kira 1,5 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi : pemukiman, pertokoan, sekolah dan fasilitas umum lain.

- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut tidak terlalu besar. Disebabkan oleh kecilnya lebar jalan di perempatan, membuat kondisi di perempatan tersebut terlihat tidak beraturan. Suara klakson kendaraan pun terdengar bising di daerah tersebut.

i. Kasus 9



Gambar 6.13 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Pasar Hewan, Jatinegara, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di pintu masuk pasar hewan jatinegara, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah jalan sekitar lokasi pemasangan media
- Jarak bidang ditulis dari tanah, kurang dari 1,5 kali tinggi manusia dewasa. Jarak antar tiang penyangga, 2 meter.

- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan, pasar dan pemukiman.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, menengah ke bawah.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, besar bahkan sampai berdesak-desakkan.

j. Kasus 10



Gambar 6.14 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Halte Transjakarta Matraman, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di jembatan penyebrangan daerah Matraman, Jakarta Timur.
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah jalan sekitar lokasi pemasangan media
- Jarak bidang ditulis dari tanah, 4 kali tinggi manusia dewasa.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan dan perkantoran.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.

- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, cukup besar.

Kasus 11 - 13 adalah kasus dengan isi pesan berbeda, yang ditemui di beberapa lokasi berbeda pula

k. Kasus 11



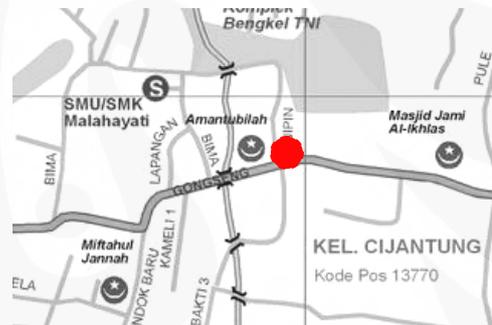
Gambar 6.15 Dokumentasi Pribadi
Lokasi :Cijantung, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di tepi Jalan Raya Bogor.
- Isi pesan yang disampaikan melalui papan reklame berbunyi : *MARI LESTARIKAN CADANGAN AIR TANAH DAN CEGAH BAHAYA BANJIR DENGAN MEMBUAT SUMUR RESAPAN AIR HUJAN DI PEKARANGAN BANGUNAN ANDA*. Papan komunikasi tersebut memiliki tanda telah disahkan oleh pemerintah setempat yang

berwenang, yaitu dinas pertamanan dan pengawasan bangunan provinsi DKI Jakarta.

- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah jalan sekitar lokasi pemasangan media
- Jarak bidang ditulis dari tanah, kira-kira 2 kali tinggi manusia dewasa.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: lahan hijau, pertokoan, pasar.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, cukup besar.

1. Kasus 12



Gambar 6.16 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Gongseng, Jakarta Timur

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di pintu masuk suatu gang, di wilayah gongseng, Jakarta Timur.
- Isi pesan yang disampaikan melalui papan reklame berbunyi : *62 TH HUT-RI. MERDEKA. CINTA SESAMA MULIAKAN KEDAMAIAN.* Pada Papan komunikasi tersebut terdapat tulisan yang menunjukkan teritori peruntukkan ataupun kepemilikan dari papan tersebut, yang terletak di kanan bawah, yaitu bertuliskan *Pasar Rebo. Rw 010.*
- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan
- Jarak bidang ditulis dari tanah, kira-kira 2 kali tinggi manusia dewasa.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi : pemukiman, pertokoan dan fasilitas umum seperti masjid.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan komunikasi tekstual, campuran.
- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, tidak terlalu ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut juga tidak terlalu besar.

m. Kasus 13



Gambar 6.17 Dokumentasi Pribadi
Lokasi : Jl. Raya Bogor Km 28

- Lokasi pemasangan komunikasi tekstual, terletak di tepi jalan raya bogor, di pertigaan jalan raya bogor – kiwi, Jakarta Timur.



- Posisi media yang ditulis menghadap ke arah seberang jalan
- Bidang merupakan bidang tiga dimensi yang tertanam dalam tanah. Posisinya berada tepat di jalur pedestrian. Tinggi bidang, sekitar 2 meter, dengan lebar bidang sekitar 60-70 cm.
- Peruntukkan lahan di sekitar lokasi pemasangan papan: pertokoan, pabrik dan pemukiman.
- Kondisi sosial ekonomi masyarakat di dekat lokasi pemasangan papan

komunikasi tesktual, campuran.

- Suasana lingkungan di sekitar lokasi pemasangan papan, ramai dengan kendaraan bermotor yang lalu-lalang. Frekuensi pejalan kaki di sekitar wilayah tersebut, tidak terlalu besar.

6.2. Analisis Studi Kasus

Isi pesan pada komunikasi tekstual berkaitan erat dengan isi pesan berupa kata-kata, tepatnya pada susunan dan bahasa yang digunakan. Pembentukan makna pada suatu kalimat disebabkan oleh penggunaan berbagai kata yang disusun dengan cara atau sistem tertentu. Perbendaharaan kata yang sama pada suatu kalimat, namun dengan penyusunan yang berbeda, akan memberikan efek pemaknaan yang berbeda pula. Dengan makna kalimat yang berbeda, berbeda pula persepsi, interpretasi, makna dan representasi seseorang terhadap kalimat tersebut. Hasil dari suatu proses persepsi adalah perilaku, yang berkaitan dengan perilaku pada suatu ruang, yang mengacu pada pengalaman ruang. Oleh karenanya maka pada subbab ini akan dikaji keterkaitan antara dimensi semantik dan ruang yang lebih kepada persepsi yang ditimbulkan pada masing-masing dimensi.

Agar lebih jelas bagaimana keterkaitan antara komunikasi tekstual dengan persepsi seseorang pada ruang publik kota, maka pada bab ini penulis mengkaji beberapa kasus, diantaranya adalah kasus-kasus yang berisi pesan sama di lokasi berbeda (kasus 1-10), dengan kasus lain yang berisi pesan berbeda di lokasi berbeda (kasus 11-13) sebagai bahan perbandingan.

Kasus 1-10

Pada kasus 1-10, komunikasi tekstual terasa mengandung unsur etnik, karena menggunakan bahasa daerah tertentu, yaitu bahasa betawi, sebagai bahasa suku asli Jakarta. Untuk lebih memahami kalimat tersebut, dilakukan pengkajian arti dari masing-masing kata tersebut dalam bahasa Indonesia², yaitu sebagai berikut:

Bahasa Betawi	Persamaan Dalam Bahasa Indonesia	Arti Dalam Bahasa Indonesia
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>NYO' atau NYOK</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>MARI, AYO</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Kata seru untuk menyatakan ajakan</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>BARENG-BARENG</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>BERSAMA-SAMA, BERSAMA</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Serentak, semua</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>KITE</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>KITA</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Pronomina persona pertama jamak yang berbicara bersama dengan orang lain termasuk yang diajak bicara</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>JAGE</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>JAGA, MENJAGA</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Berkawal atau bertugas menjaga keselamatan dan keamanan, Menunggu (supaya selamat atau tidak ada gangguan), mengiringi untuk melindungi dari bahaya.</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>BANGUN</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>BANGUN, MEMBANGUN</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Bentuk, mendirikan, mengadakan, membina, memperbaiki.</i>

² 1983. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud.

▪ <i>KOTAMADYA</i> <i>JAKARTA TIMUR</i>	▪ <i>KOTAMADYA</i> <i>JAKARTA TIMUR</i> (<i>menunjukkan</i> <i>tempat</i>)	▪ <i>Nama tempat</i>
--	---	----------------------

Tabel 6.1 Tabel Arti Kata Dalam Bahasa Indonesia

Dari pengkajian masing-masing kata dalam bahasa Indonesia tersebut dapat disusun kembali ke dalam Bahasa Indonesia yang baku menjadi *Mari bersama-sama kita jaga dan bangun kota Jakarta Timur*. Makna dari kalimat tersebut adalah berupa ajakan kepada setiap orang untuk bersama-sama ikut menjaga dan membangun kota, terutama ditujukan pada kota Jakarta Timur. Makna ajakan tersebut diperoleh berdasarkan kata depan yang digunakan, yaitu *Nyo'* yang dalam bahasa Indonesia, *mari* atau *ayo*. Kata-kata yang dapat digaris bawahi dari kalimat tersebut adalah kata *jaga* dan *bangun*.

Dengan penggunaan bahasa daerah tertentu, maka komunikasi tersebut terkesan ditujukan kepada salah satu etnis saja. Hal tersebut seperti yang dijelaskan pada teori mengenai komunikasi oleh Prof. Deddy Mulyana, bahwa komunikasi tidak terjadi dalam ruang hampa sosial melainkan dalam konteks atau situasi tertentu³. Salah satu konteks yang dimaksud di sini adalah aspek sosial berupa karakteristik budaya.

Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat berkaitan dengan isi pesan tersebut dan bagaimana mereka memaknainya, maka penulis pun melakukan wawancara terhadap beberapa masyarakat sekitar lokasi pemasangan komunikasi. Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa umumnya masyarakat lebih menyerap kata *jaga* daripada kata *bangun*. Mereka pun umumnya memaknai kata tersebut sebagai suatu sikap yang tidak merusak atau mengotori lingkungan, seperti membuang sampah sembarangan, sementara itu untuk makna lain pada kata tersebut masih belum terpikirkan oleh mereka, padahal jika kata tersebut dijabarkan secara filosofis, akan ada banyak makna akan kata yang muncul. Untuk kata *bangun*, ada satu dari tiga koresponden yang diwawancarai menyatakan bahwa yang dinamakan bangun kota atau membangun kota, lebih sering dilakukan pada lingkungan tempat tinggal, seperti bersama-sama warga membangun jalan di sekitar lokasi tempat tinggal atau

³ Mulyana, Deddy. *Op.cit.* h. 77

membangun jembatan penyebrangan dari daerah tempat tinggal ke arah jalan. Namun kegiatan tersebut menurut mereka sengaja dilakukan karena kebutuhan, dan mereka pun sengaja tidak melibatkan atau bahkan meminta ijin kepada pemerintah untuk melakukannya dengan berbagai alasan. Sementara itu, ada pula responden lain yang menyatakan tidak memahami apa maksud pesan tersebut.

Jika dikaitkan dengan teori komunikasi pula, yang menyatakan bahwa komunikasi terjadi dalam hubungan konten dan konteks. Konteks sendiri mengandung arti sekeliling, lingkungan, latar belakang, atau setting yang menentukan, menspesifikan, atau mengklarifikasi makna dari suatu kejadian. Berkaitan dengan hal tersebut maka penulis mengkaji pula kondisi sekeliling, lingkungan, latar belakang atau seting dari lokasi peletakan media komunikasi tekstual ruang luar.

Pada kasus 1-10, karena komunikasi ini berisi pesan sama namun berada di lokasi berbeda, maka pengkajian akan dilakukan di tiap lokasi masing-masing kasus. Pada kasus 1, kondisi di sekitar pemasangan media komunikasi adalah deretan bengkel-bengkel motor. Jika sedang ramai pengunjung, maka terjadi penumpukan manusia sampai ke jalan, sehingga dapat mengganggu arus lalu lintas kendaraan. Area depan kios bengkel yang ketika kios tutup masih dapat dipakai oleh pejalan kaki sebagai area berjalan kaki, saat kios sudah buka dan mulai ramai pengunjung menjadi area untuk parkir motor-motor yang akan di servis dan pejalan kaki pun harus mengalah berjalan kaki di area jalan kendaraan. Jika dikaitkan dengan isi pesan pada media komunikasi tekstual yang terpasang di lokasi tersebut, maka kondisi seperti yang dipaparkan di atas memberikan gambaran visual yang secara tidak langsung menjelaskan terjadinya ketidaksesuaian antara apa yang dimaksud oleh isi pesan dengan apa yang terjadi.



Gambar 6.18 Dokumentasi pribadi
Foto siang di jalur pedestrian Jl Raya Bogor KM 27, JakTim



Gambar 6.19 Dokumentasi pribadi
Foto pagi di jalur pedestrian Jl
Raya Bogor KM 27, JakTim



Gambar 6.20 Dokumentasi pribadi
Perspektif Jl Raya Bogor KM 27, Jak Tim

Hal tersebut terjadi pula pada kasus 2, namun karena pada kasus 2 tidak terdapat komunikasi tekstual ruang luar sebanyak pada kasus 1, maka kondisi di sekitar kasus 2 tidak terlalu berkesan negatif. Kondisi yang hampir sama dengan kasus 1 adalah jalur pedestriannya. Pada kasus 2, jalur pedestrian yang tersedia tidak terawat dengan baik, bahkan di salah satu bagiannya ada yang dijadikan tempat pemasangan media komunikasi ruang luar berupa benda tiga dimensi yang berukuran cukup besar hingga hampir tidak menyisakan ruang untuk berjalan kaki. Kondisi tersebut masih ditambah lagi dengan dipakainya beberapa bagian area pedestrian sebagai area berdagang pedagang kaki lima, di salah satu bagian area pedestrian.



Gambar 6.22 Dokumentasi pribadi
Media komunikasi 3 dimensi bervolume besar
di area pejalan kaki Jl Raya Bogor Km 28,
JakTim



Gambar 6.23 Dokumentasi Pribadi
Suasana di jalur pedestrian pasar hewan, jatinegara, JakTim

Dari kedua kasus di atas, ada kasus lain yang menunjukkan kondisi lebih buruk menurut penulis, yaitu kasus 9. Pada kasus tersebut keberadaan media komunikasi di ruang luar yang berupa ruang berjalan kaki yang ramai dilalui dan dijadikan area berdagang, justru membuat ruang tersebut menjadi terbatas. Hal tersebut tepatnya disebabkan oleh keberadaan tiang-tiang penyangga media yang mungkin memang

sengaja diletakkan di dekat area pejalan kaki, dan membentuk pintu. Namun kesengajaan tersebut justru membuat aktivitas di ruang tersebut menjadi terbatas, dan ruang yang ada menjadi terkesan lebih sempit. Kondisi tersebut ditambah lagi dengan hadirnya pedagang kaki lima yang memakai area pejalan kaki sebagai area berdagang.

Apa yang terlihat mempengaruhi apa yang dipikirkan dan apa yang akhirnya akan dilakukan sebagai hasil pemaknaan dan pemikiran akan sesuatu yang dilihat. Hal tersebut seperti terjadi pada kasus 3. Pada kasus tersebut, sebenarnya terdapat tiga buah papan komunikasi tekstual ruang luar berisi pesan yang sama, dengan dua diantaranya memiliki kesamaan yang lebih banyak dalam hal media yang digunakan dan peletakkannya di area tepi kali ciliwung. Sementara yang satunya lagi memiliki karakteristik media yang agak berbeda dengan peletakan yang berbeda pula, yaitu di ruang kosong yang berada di area masuk kawasan Gongseng, serta jauh dari kali. Dari ketiga komunikasi tersebut jika dikaitkan dengan kondisi yang terjadi di sekitarnya, sebagai suatu kondisi yang menentukan terbentuknya persepsi masyarakat mengenai wilayah tersebut, terdapat beberapa macam kemungkinan persepsi yang muncul, diantaranya adalah persepsi peduli atau tidak peduli terhadap lingkungan, dan tertata rapih atau tidak rapihnya bangunan (masyarakat sering menyebutnya kumuh).

Persepsi peduli lingkungan ditunjukkan dengan dibangunnya bangunan yang sisi depannya menghadap ke kali, dan masih menyediakan ruang bagi area sirkulasi manusia

dan kendaraan. Sementara itu untuk kondisi sebaliknya ditunjukkan dengan menjadikan sisi samping atau belakang bangunannya yang menghadap ke kali. Untuk persepsi tertata rapih atau tidaknya suatu bangunan ataupun elemen bangunan dalam skala ruang kota, dapat terlihat dari material pembentuk bangunannya, seperti ada bangunan yang dibangun dengan material bambu yang dianyam untuk dinding, seperti dinding gubuk, dengan atap ada yang dari genteng atau seng yang sudah berkarat, dan disangga oleh penyangga berupa kayu, yang terlihat ringkih. Secara keseluruhan bangunan tersebut memang terlihat ringkih bukan hanya karena material pembentuknya, tetapi juga disebabkan oleh posisinya di tanah yang miring atau di bibir kali, yang menunjukkan jika terjadi hujan deras dan longsor, maka bangunan tersebut akan mudah terseret longsor tanah. Kondisi tidak rapih tersebut ditambah lagi dengan banyaknya tumpukan sampah.



Gambar 6.24 Dokumentasi pribadi
Bangunan dengan teras menghadap kali
Lokasi: Gongsneg, JakTim



Gambar 6.25 Dokumentasi pribadi
Bangunan dengan sisi samping bangunan
yang masif, menghadap ke kali
Lokasi : gongseng, JakTim



Gambar 6.26 Dokumentasi pribadi
Media Komunikasi Tekstual Ruang Luar
Dipasang Tegak Lurus Jalur Pedestrian
Lokasi : gongseng, Jakarta Timur



Gambar 6.27 Dokumentasi pribadi
Bangunan terkesan ringkih di bibir kali
ciliwung, Gongseng, Jakarta Timur

Dari kasus-kasus di atas, umumnya tergambar kondisi di sekitar lokasi peletakan media komunikasi tekstual ruang luar, yang bertolak belakang dengan apa yang disampaikan oleh pesan tersebut dan makna di balik isi pesan tersebut. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya kesesuaian antara konten dengan konteks. Sebagai pembanding, maka dapat dilihat pada kasus 11, dimana antara apa yang disampaikan, tergambar serupa pada kondisi nyata di lapangan.

Kasus 11-13

Sebelum pengkajian lebih lanjut, terlebih dahulu kita pahami isi pesan yang disampaikan pada kasus 11. Jika melihat cara penulisannya, terlihat ada perbedaan ketebalan huruf. Huruf yang diberi penekanan berbeda umumnya diberi bentuk yang berbeda pula. Pada kalimat tersebut kata-kata yang diberi penekanan berbeda adalah *SUMUR RESAPAN AIR HUJAN*. Jika secara keseluruhan dibaca dan dicermati, pesan utamanya adalah *MARI LESTARIKAN DENGAN MEMBUAT SUMUR RESAPAN*

AIR HUJAN. Berikut ini adalah pengkajian masing-masing arti kalimat dalam bahasa Indonesia⁴:

Kata Tertulis	Arti Dalam Bahasa Indonesia
▪ <i>MARI</i>	▪ <i>Kata seru untuk menyatakan ajakan</i>
▪ <i>LESTARI + -kan</i> <i>LESTARIKAN</i>	▪ <i>Kondisi tetap ada, terjaga</i> <i>Mengusahakan untuk tetap ada, terjaga</i>
▪ <i>DENGAN</i>	▪ <i>Kata penghubung menyatakan cara</i>
▪ <i>BUAT</i> <i>mem- + BUAT</i>	▪ <i>Melakukan sesuatu untuk orang (pihak) lain;</i> <i>melakukan sesuatu untuk menghasilkan sesuatu yang baru</i>
▪ <i>SUMUR</i>	▪ <i>Sumber air buatan dengan cara menggali tanah;</i> <i>lubang yang sengaja dibuat menembus lapisan tanah untuk memperoleh air, minyak, gas</i>
▪ <i>RESAP</i> <i>RESAP + -an</i>	▪ <i>Masuk ke dalam lubang-lubang, menyerap, merembes, menetes, masuk dan melekat benar (ke dalam hati)</i> <i>Perihal meresap</i>
▪ <i>AIR</i>	▪ <i>Benda cair seperti biasa terdapat di sumur, sungai, danau, yang mendidih pada suhu 100⁰C dan membeku pada suhu 0⁰C</i>
▪ <i>HUJAN</i>	▪ <i>Titik-titik air yang berjatuhan dari udara karena proses pengembunan</i>

Tabel 6.2 Tabel Arti Kata Dalam Bahasa Indonesia

Dari keseluruhan kalimat tersebut, diperoleh makna isi pesan berupa ajakan untuk melestarikan lingkungan terutama air, dengan membuat sumur resapan air hujan. Namun sumur resapan air hujan tersebut bukan hanya dalam bentuk sumur seperti sumur air untuk minum, tapi dapat dalam bentuk lain yang memang berfungsi sama seperti sumur resapan air hujan, yaitu berupa lahan hijau yang mampu menyerap air hujan. Dikaitkan dengan kondisi sekitar, dapat terlihat bahwa di sekitar lokasi media

⁴ 1983. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud.



Gambar 6.28 Dokumentasi Pribadi Tulisan pada media komunikasi tekstual ruang luar, cijantung, Jakarta timur

komunikasi terdapat lahan hijau, meskipun ketika diamati lebih lanjut ternyata itu bukanlah lahan hijau milik umum, melainkan sudah milik pihak tertentu dan dijadikan lahan berdagang tanaman. Namun meskipun demikian, kondisi tersebut masih sesuai dengan apa yang dituliskan pada isi pesan komunikasi ruang luar yang ada di sekitar wilayah tersebut, yang menekankan pada kalimat *sumur resapan air hujan*..



Gambar 6.29 Dokumentasi pribadi Area hijau untuk berdagang tanaman di Cijantung, Jakarta Timur



Gambar 6.30 Dokumentasi pribadi Komunikasi tekstual ruang luar pada gapura masuk pemukiman penduduk

Jika pada kedua jenis kasus di atas menggambarkan kesesuaian dan ketidaksesuaian antara konten dan konteks antara komunikasi (dimensi semantik) dengan setting (dimensi ruang), yang kemudian mempengaruhi persepsi masyarakat akan kedua hal tersebut, maka ada satu jenis kasus lagi yang menggambarkan terjadinya keambiguan antara kedua dimensi tersebut, yaitu seperti pada kasus 12

yang berisi pesan *CINTA SESAMA MULIAKAN KEDAMAIAAN*, yang dituliskan pada gapura gang masuk suatu wilayah pemukiman.



Jika tiap kata dalam kalimat tersebut dikaji artinya dalam bahasa Indonesia, maka menjadi sebagai berikut⁵:

Kata Tertulis	Arti Dalam Bahasa Indonesia
▪ <i>CINTA</i>	▪ <i>Suka sekali, sayang benar, kasih sekali</i>
▪ <i>SAMA</i>	▪ <i>Serupa, tidak berbeda, tidak berlainan (halnya, keadaannya, dsb), berbarengan, bertepatan</i>
<i>SESAMA</i>	<i>Sama-sama (satu golongan)</i>
▪ <i>MULIA</i>	▪ <i>Tinggi (kedudukan, pangkat, martabat), tertinggi, terhormat, luhur, bermutu tinggi, berharga</i>
<i>MULIA + -kan</i>	<i>Menganggap (memandang) mulia, (sangat) menghormati, menjunjung tinggi</i>
▪ <i>DAMAI</i>	▪ <i>Tak ada perang, aman, tidak ada kerusuhan, tenteram, tenang, keadaan tidak bermusuhan, rukun.</i>
<i>Ke- + DAMAI + -an</i>	<i>Keadaan damai, kehidupan yang aman, tenteram</i>

Tabel 6.3 Tabel Arti Kata Dalam Bahasa Indonesia

Dari keseluruhan kalimat tersebut mengandung makna perintah kepada masyarakat untuk cinta sesama dan muliakan kedamaian. Adanya kata damai pada kalimat tersebut mengacu kepada kondisi perkelahian, perselisihan, ataupun pertempuran, meskipun pada arti sebenarnya dapat berarti aman, yang mengacu pada kondisi tidak aman, takut, atau kriminal. Jika mengamati kondisi yang terjadi di sekitar wilayah pemasangan media, terlihat bahwa pemukiman di wilayah tersebut rata-rata berpagar. Kondisi lingkungan pun sepi dengan kegiatan warga. Hal tersebut

⁵ 1983. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud.

menunjukkan keambiguan, apakah kata *damai* yang tertulis pada gapura bermakna rukun atautkah aman.



Gambar 6.31 Dokumentasi pribadi
Foto lingkungan pada suatu gang di Gongseng, Jakarta timur



Gambar 6.32 Dokumentasi pribadi
Media komunikasi 3 dimensi bervolume besar di area pejalan kaki Jl Raya Bogor Km 28, JakTim

Selain terjadi fenomena seperti yang dijelaskan di atas, ada lagi fenomena lainnya yang ditemui di lapangan, yaitu pada kasus 13. Kasus ini akan dikaji berbeda dengan kasus-kasus sebelumnya, karena yang diamati di sini bukan pada keterkaitan antara isi pesan dengan fenomena keruangan yang terjadi, melainkan dari segi penempatan media komunikasi ruang luar yang berkaitan dengan fenomena keruangan.

Pada kasus ini, media komunikasi yang berbentuk benda tiga dimensi bervolume cukup besar, lebih besar dari media komunikasi lain yang sering ditemui di lapangan, diletakkan tepat di jalur pedestrian.

Kondisi tersebut menyebabkan pedestrian terpaksa harus mengalah ketika ingin berjalan melalui media tersebut. Keberadaan media tersebut menyebabkan ruang pejalan kaki yang sebelumnya selebar 1 meter, menjadi hanya tinggal 30 cm, sehingga tidak bisa lagi dilalui oleh dua orang sekaligus. Bahkan, untuk dilalui oleh satu orang saja sudah sulir untuk berjalan.

Dari beberapa kasus dan kondisi yang dianalisis di atas dapat disimpulkan bahwa antara dimensi semantik dan dimensi ruang suatu *sign* berupa komunikasi tekstual ruang luar, keduanya mampu menciptakan persepsi yang berbeda pada tiap individu, dari segi bahasa (komunikasi) dan ruang. Persepsi akan suatu pesan komunikasi merupakan suatu hal yang penting dalam proses pembentukan perilaku manusia pada suatu ruang. Kondisi sekitar media komunikasi, merupakan suatu stimuli yang mampu mempengaruhi persepsi seseorang secara keruangan.

Untuk lebih jelas mengenai hal-hal yang menjadi parameter pengamatan dan penganalisisan studi kasus, dapat dilihat pada tabel kesimpulan studi kasus berikut. Kode warna pada tabel digunakan bukanlah dengan maksud menunjukkan kualitas, melainkan sebagai penunjuk adanya berbagai kemungkinan dan kecenderungan yang ditemui di lapangan, terhadap beberapa parameter studi kasus yang diamati dan dianalisis.

Tabel 6.4 Kesimpulan Studi Kasus

Parameter yang dianalisis	Kasus									
	Kasus 1	Kasus 2	Kasus 3	Kasus 4	Kasus 5	Kasus 6	Kasus 7	Kasus 8	Kasus 9	Kasus 10
Makna Ajakan	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'	penggunaan kata depan 'Myo'
Isi pesan (konten)										
Inti isi	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota	jaga dan bangun kota
"tanda" lain yang terlihat jelas di lokasi (konteks)	> kios-kios bengkel motor > jalur pedestrian	> jalur pedestrian > kaki lima > bangunan tepi kali cilivung	> bangunan tepi kali cilivung	> jalur pedestrian > bangunan sekolah	> jalur pedestrian > bangunan pemerintah	> bangunan komersil > bangunan tepi kali	> dinding pembatas bangunan > pepohonan	> kaki lima > dinding pembatas bangunan	> kaki lima > jalur pedestrian > pedestrian	> jembatan penyebrangan > jalan raya
Media yang ditulis (bentuk)	gabungan beberapa bidang persegi panjang	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang, 2 tiang penyangga	bidang persegi panjang melekat pada bidang lain
Area masuk			area masuk Gongseng, Jak Tim							
Perpotongan Jalan		perpotongan Jl Kivi - Jl Raya Bogor						Jl.Kalisari-cijantung-gongseng		
Lokasi Peletakan fasum, fasos, pemerintah				depan pintu SD	kantor Koramil Cijantung		sisi belakang bangunan GOR gongseng			
tepi jalan "hidup" lain-lain	tepi Jl Raya Bogor KM 27	tepi Jl Raya Bogor KM 28	tepi Jl Raya Bogor KM 28	tepi Jl Raya Bogor KM 28		tepi kali cilivung	tepi Jl Gongseng			
Posisi peletakan media	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar jalan dan menghadap ke arah sebrang jalan	sejajar lurus jalan	sejajar jalan
Hambatan Terhadap media		pepohonan	bangunan dan pepohonan	media komunikasi lain	pepohonan, bangunan mal di belakangknya	pepohonan, bangunan mal di belakangknya	pepohonan, area tikungan, PKL	PKL		jarak media dari permukaan jalan
Intensitas pejalan kaki	rendah	tidak terlalu ramai	ramai	tidak terlalu ramai	tidak terlalu ramai	tidak terlalu ramai	tidak terlalu ramai	ramai	ramai	ramai
Intensitas orang berkendara	rendah	ramai	ramai	ramai	ramai	ramai	ramai	ramai	ramai	ramai
Peruntukan Lokasi peletakan media	permukiman, pertokoan	pertokoan, pemukiman, pabrik	permukiman, pertokoan	permukiman, pertokoan	permukiman, pertokoan, pasar	permukiman, pertokoan, pasar	permukiman, pertokoan	permukiman, pertokoan	pasar	permukiman, pertokoan

Dari tabel ini dapat dijelaskan bahwa ada berbagai kecenderungan yang ditemukan di lapangan. Ada beberapa aspek pula yang keberadaannya saling mempengaruhi, seperti adanya media komunikasi tekstual ruang luar yang diletakkan di tepi "jalan hidup", dengan makna ajakan menjaga dan membangun kota, dan lokasi sekitar penempatan merupakan area yang difungsikan sebagai area pemukiman. aspek-aspek yang ada pada tabel merupakan aspek-aspek yang dikaji dalam dimensi semantik dan ruang untuk mencari tahu keterkaitan antara keduanya, yang mengacu pada arsitektur.

Parameter yang dianalisis	Kasus		
	Kasus 11	Kasus 12	Kasus 22
Makna			
Ajakan	penggunaan kata depan <i>mari</i>		
Sindiran			
Informasi (konten)		CINTA SESAMA MULIAKAN KEDAMAIAN	batas wilayah kelurahan Civitas, Jakarta Timur
Perintah			
Inti isi	<i>mari</i> <i>restorasi</i> <i>sumur</i> <i>resapan</i> <i>air hujan</i>	KEDAMAIAN	batas wilayah kelurahan
"tanda" lain yang terlihat, jelas di lokasi (konteks)	> pedagang tanaman > jalur pedestrian	pagar rumah	> jalur pedestrian > bangunan tepi kali cililung
Media yang ditulis (bentuk)	persegi panjang dengan dua tiang penyangga	gepura	benda 3 dimensi
Area masuk		masuk gang pemukiman	perpotongan Jl raya bogor - kiwi
Perpotongan Jalan			
Peletakan	Sekitar bangunan fasos, pemerintah tepi jalan "hidup" lain-lain		
Posisi peletakan media	sejajar Jalan, menghadap ke salah satu jalan	sejajar Jalan, menghadap ke salah satu jalan	tepat di jalur pedestrian
Hambatan Terhadap media			
Intensitas pejalan kaki	ramai	tidak terlalu ramai	tidak terlalu ramai
Intensitas orang berkendaraan	ramai	cukup ramai	ramai
Peruntukan Lokasi peletakan media	perokoan, pasar	perukiman, perokoan	perukiman, perokoan

BAB VII

PENUTUP

Ruang publik yang menjadi bagian dari ruang kota memiliki potensi sebagai ruang untuk berlangsungnya kegiatan bersama seluruh manusia dari berbagai lapisan. Dengan potensinya tersebut, maka ruang publik kota pun sudah tidak jarang lagi dijadikan ruang untuk komunikasi massa, baik berbentuk komunikasi verbal maupun nonverbal, termasuk tulisan, yang bersifat komersil maupun nonkomersil. Salah satu yang perkembangannya kian hari kian pesat adalah komunikasi tekstual ruang luar, yang umumnya berisi pesan bersifat nonkomersil. Keberadaan komunikasi tekstual ruang luar di ruang publik kota merupakan bagian dari *sign* sebagai suatu elemen fisik pembentuk dimensi visual ruang kota.

Dengan ditemukannya fenomena tersebut, membuat banyak orang termasuk penulis mempertanyakan keterkaitan antara komunikasi tekstual ruang luar yang merupakan bagian dari komunikasi dan elemen arsitektur (arsitektur kota), dalam hal semantik dan ruang. Dari kedua dimensi tersebut, masing-masing mampu menimbulkan persepsi, yang pada akhirnya mengacu pada perilaku manusia yang berkaitan dengan pengalaman ruang.

Berdasarkan pengkajian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

- **Dari segi isi yang dikaji dari dimensi semantik dan ruang, antara konten dan konteks komunikasi tekstual ruang luar, tidak terjadi kesesuaian yang menimbulkan keambiguan dan salah persepsi.** Hal tersebut seperti yang ditunjukkan dari beberapa kasus yang terjadi di Jakarta dan dikaji pada bab sebelumnya, antara apa yang menjadi makna pada isi pesan dengan kondisi nyata yang ditampilkan justru merupakan dua hal yang bertolak-belakang. Meskipun ada yang mengalami kesesuaian, namun itu hanya ditemui pada satu dari beberapa studi kasus yang dianalisis. Bahkan ada pula yang justru menimbulkan keambiguan, karena apa yang dinyatakan dalam media komunikasi dengan kondisi yang terjadi, sulit untuk ditemukan keterkaitannya, sehingga sulit dipahami apa yang sebenarnya dimaksud oleh isi pesan tersebut. Padahal semestinya, antara konten dan konteks haruslah sesuai sehingga masyarakat yang melihat dan membacanya tidak memiliki

salah persepsi dalam diri mereka, yang akhirnya dapat mempengaruhi tingkah laku mereka dalam berkegiatan pada suatu ruang dan dalam memanfaatkan suatu ruang. Hal tersebut seperti yang dinyatakan oleh Yi-Fu Tuan tentang pengalaman ruang yang dipengaruhi oleh sensasi, persepsi dan konsepsi.

- **Konten komunikasi tekstual ruang luar belum efisien dan efektif.** Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya media komunikasi tekstual ruang luar yang terpasang di ruang-ruang publik kota berisi kata-kata yang akhirnya hanya membuat ambigu dan membuat si pembaca tidak memahami makna pesan yang disampaikan. Terlalu panjangnya isi pesan juga **menyebabkan sulitnya terbaca dengan kecepatan tertentu.** Hal tersebut **berkaitan dengan aspek legibilitas dan redibilitas suatu sign,** seperti yang diungkapkan oleh Gordon Fulton. Semestinya, jika ingin suatu pesan pada suatu *sign*, seperti media komunikasi tekstual ruang luar dibaca oleh masyarakat baik yang berjalan kaki maupun berkendara, gunakanlah kata-kata yang efektif, efisien dan mudah dimengerti oleh semua kalangan masyarakat.
- **Dari segi peletakannya, terlihat belum adanya penataan media komunikasi ruang luar yang baik. Media komunikasi yang berisi pesan-pesan bernilai moral mendidik justru diletakkan di lokasi dan dengan posisi yang tidak menguntungkan, yang menyebabkan tidak terbacanya isi pesan tersebut oleh masyarakat.** Media-media komunikasi tekstual yang berisi pesan non komersil hanya dapat ditemui di tempat-tempat tertentu saja, yang seringkali merupakan tempat-tempat yang tidak menarik secara visual, sehingga tidak terbaca. Media tersebut pun seolah dianggap sama dengan elemen kota yang bersifat dekoratif, yaitu hanya sebagai penghias atau pemanis ruang kota, sementara hal yang lebih penting dari itu justru tidak ditonjolkan. Penataan yang kurang baik dan tidak diperhatikan tersebut pun mempengaruhi dimensi visual ruang kota, yang merupakan dimensi penting dalam perencanaan suatu kota.
- **Peletakan *sign* berupa media komunikasi tekstual ruang luar di tempat vital untuk kegiatan manusia, seringkali mengganggu kegiatan yang berlangsung di ruang tersebut.** Hal tersebut menyebabkan mereka lebih sibuk dengan gerak tubuh di ruang yang terganggu dengan kehadiran *sign* tersebut, daripada memperhatikan dan membaca isi pesan pada *sign*. Semestinya dalam menentukan lokasi peletakan *sign* jangan hanya melihat dari segi keramaian mobilitas manusia atau kendaraan

saja, tetapi perhatikan juga faktor keruangannya. Ada baiknya bentuk media luar ruang (*sign*) sesuai dengan bentuk ruang yang ada. Posisi peletakkannya pun perlu menyesuaikan dengan besaran dan bentuk ruang yang akan dijadikan lokasi peletakan *sign*.

- **Dimensi antar *sign* – dalam hal ini, media komunikasi tekstual ruang luar – belum tertata dengan baik, sehingga menyebabkan tidak terlihat dan terbacanya *sign* dan isi pesan yang disampaikan melalui *sign* tersebut.** Dengan letaknya yang terlalu dekat, membuat masyarakat cenderung memilih satu diantara sekian banyak *sign* yang ada. Biasanya yang isinya lebih menarik, dan kata-katanya tidak terlalu panjang yang dipilih. Hal tersebut seperti yang terjadi di beberapa kasus yang ditemui penulis di lapangan. Hal tersebut terjadi karena faktor sensasi dan persepsi, seperti yang diungkapkan oleh Prof. Deddy Mulyana dalam bukunya *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*.
- **Dari segi keruangan – yang merupakan hasil dari pengkajian dimensi ruang –, perilaku seseorang pada suatu ruang cukup banyak dipengaruhi oleh persepsi mereka dari segala hal yang merupakan faktor eksternal, lalu mempengaruhi pemikiran dan perasaan mereka, yang salah satunya berupa pesan komunikasi tekstual ruang luar.** Perwujudan dari perilaku manusia akibat proses persepsi yang dialami dapat terlihat dari objek fisik yang terbentuk, yang dari hasil pengamatan dan pengkajian, hal tersebut berbeda bagi setiap manusia.
- **Belum dioptimalkannya penggunaan komunikasi tekstual ruang luar pada ruang kota.** Padahal jika komunikasi yang sudah lama ada di ruang-ruang publik di Indonesia ini dapat dioptimalkan, maka bukan tidak mungkin jika melalui media tersebut kepedulian masyarakat terhadap ruang kota pun dapat ditingkatkan, sama halnya dengan yang dilakukan untuk meningkatkan sifat konsumtif masyarakat melalui media komunikasi ruang luar. Hal tersebut bergantung pada intensitas peletakan media di ruang publik dan penataannya. Dengan semakin banyak media komunikasi tekstual berisi pesan bernilai moral di ruang publik yang letaknya telah ditata dengan baik, maka semakin sering dilihat dan dibaca masyarakat, sehingga makna isi pesannya pun semakin melekat pada pikiran mereka dan mampu mempengaruhi persepsi dan tingkahlaku mereka.

Dari beberapa kesimpulan di atas, jelas bahwa antara tekstual dari dimensi semantik, mampu mempengaruhi aspek keruangan, dan berlaku sebaliknya. Unsur konten dan konteks suatu komunikasi, bukan hanya memiliki keterkaitan dalam komunikasi, tetapi juga dalam arsitektur, meskipun keterkaitan tersebut tidak terlihat dengan jelas dan cukup sulit untuk dipahami. Hal tersebut juga secara tidak langsung telah membuktikan kebenaran tentang *text* yang menyatakan "ada" dan "hadir"nya sesuatu, seperti yang diungkapkan oleh Paul Crossley dan Georgia Clarke⁶⁶. Selain itu, hal tersebut juga seperti yang dinyatakan oleh Goenawan Mohamad, bahwa *Text* sebagai unsur pembentuk kata *context*, yang dalam bahasa latin *texere*, mengandung pengertian jaringan tanda-tanda, dan kehadiran ada dalam tanda⁶⁷.

⁶⁶ Crossley, Paul dan Georgia Clarke. *Op. cit.* h.5

⁶⁷ Mohamad, Goenawan. 2005. *DERRIDA*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, hlm. 76.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 1983. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud.
- [2] Baron, A Robert, dan Paul B. Paulus. 1991. *Understanding Human Relations: A Practical Guide to People at Work*. Edisi ke-2. Boston: Allyn & Bacon.
- [3] Berman, Laine. 1998. *Speaking Through The Silence: Narratives, Social Conventions, and Power in Java*. New York, Oxford: Oxford University Press.
- [4] Boston Development Authority. 1973. *City Signs and Lights: a public policy*.
- [5] Cherry, Collin. 1978. *World Communication: Threat or Promise ?* New York: John Wiley & Sons.
- [6] *Concise Oxford Dictionary* (1990).
- [7] Crossley, Paul, dan Georgia Clarke. 2000. *Architecture and Language: constructing identity in European*.
- [8] Effendy, Onong Uchjana. 1997. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [9] Gorden, William I. 1978. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred.
- [10] Gudykunst, B William, dan Young Yun Kim. 1987. *Communication Across Cultures*. Wentworth Falls, N.S.W.: Social Science Press.
- [11] Hall, Edward T. 1966. *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday.
- [12] Heidegger, Martin. 2001. *Poetry, language, thought*. New York: Perennical Classics.
- [13] <http://pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/index.php>. Jakarta. 23 April 2008.
- [14] Hutasoit, Andar Parulian. 1999. *Skripsi: Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Kaca Refleksi Pada Gedung Tinggi*. Depok : Universitas Indonesia.
- [15] Karatani, Kojin. 1995. *Architecture as Metaphor: language, number, money*. USA: Massachusetts Institute of Technology.
- [16] Lynch, Kevin. 1978. *managing The Sense of a Region*. Massachusetts: MIT Press.
- [17] Madanipur, Ali. *Design of Urban Space: an inquiry into a social-spatial process*.

- [18] Matthew, Carmona, dkk. 2003. *Public Places Urban Spaces: The Dimension of Urban Design*. Oxford: Architectural Press.
- [19] Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: suatu pengantar*. 2007. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [19] Mustikawati, Triandriani. 1996. *Skripsi: Penataan Signage Pada Koridor Pertokoan*. Depok: Universitas Indonesia.
- [20] Norberg-Schultz, Christian. 1997. *Intentions in Architecture*. Massachusetts: MIT Press.
- [21] O’Gorman, James F. 1998. *ABC of Architecture*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- [22] Octafiola, Ulyma Adventsia. 2001. *Skripsi: Penataan Private Sign di Kota Jakarta*. Depok: Universitas Indonesia.
- [23] *Oxford English Dictionary* (1933)
- [24] Pearson, Judy C, dan Paul E. Nelson. 1979. *Understanding and Sharing: An Introduction to Speech Communication*. Dubuque, Iowa: Wm.C.Brown.
- [25] Rakhmat, Jalaluddin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [26] Shirvani, Hamid. 1985. *Urban Design Process*. New York: Van Nostrand Reinhold Company.
- [27] Sims, Mitzi. 1991. *Sign Design*. London: Thames and Hudson Ltd.
- [28] Tjahjono, Ir. Gunawan. *Desain dan Merancang: penjelajahan suatu gagasan*. Jakarta: Architrave.
- [29] Tuan, Yi-Fu. 1981. *Space and Place: the perspective of experience*. Minneapolis: University of Minnesota.
- [30] www.jakarta.org. *Moto Jakarta Barat*. 7 April 2008.
- [31] www.wikipedia.org. *Anthropological Linguistics*. Jakarta. 9 Maret 2008.
- [32] www.wikipedia.org. Jakarta. 23 April 2008.
- [33] www.wikipedia.org. *Komunikasi*. 7 Maret 2008. Depok
- [34] Wilhoit, G.C. dan Harold de Bock. 1980. *Mass Communication Review Yearbook*, volume 1. Beverly Hills: Sage Publication.