

# Teodolita

JURNAL ILMU-ILMU TEKNIK

VOL. 15 NO. 2, Desember 2014

- ↪ **Orientasi Dan Hirarki Pada Tata Ruang Permukiman ABOGE Cikakak Di Wangon, Banyumas** *Wita Widyandini, Dwi Jati Lestariningsih*
- ↪ **Persepsi Remaja Terhadap Atribut Kenyamanan Pada Setting Alun-alun Purwokerto** *Yohanes Wahyu D.Y*
- ↪ **Pengaruh Penggunaan Semen Pada Komposisi Campuran Beton Terhadap Kuat Tekan Beton** *Taufik Dwi Laksono*
- ↪ **Analisa Tingkat Pelayanan Jalan Akibat Pertumbuhan Lalu Lintas Di Kabupaten Purbalingga Untuk Tahun Sekarang Berdasarkan "IHCM.85"** *Pingit Broto Atmadi*
- ↪ **Analisis Kapasitas Ruang Parkir Pada RSUD Banyumas** *Dwi Sri Wiyanti*
- ↪ **Mengatasi Bahaya Petir dan Proteksi Petir Gedung Bertingkat** *Dody Wahjudi*
- ↪ **Papan Reklame: Suatu Dilema Antara Aspek Ekonomi dan Estetika Kota** *Dwi Jati Lestariningsih, Yohana Nursruwening*
- ↪ **Identifikasi Benda Menggunakan Metode Pencocokan Template** *Kholistianingsih*

**UNIVERSITAS WIJAYAKUSUMA PURWOKERTO**

Teodolita

Vol. 15

NO. 2

Hlm. 1 - 89

ISSN  
1411-1586

Purwokerto  
Desember 2014

Diterbitkan oleh Fakultas Teknik Universitas Wijayakusuma Purwokerto

# JURNAL TEODOLITA

VOL. 15 NO. 2, Desember 2014

ISSN 1411-1586

## DAFTAR ISI

<b>Orientasi Dan Hirarki Pada Tata Ruang Permukiman ABOGE Cikakak Di Wangon, Banyumas.....</b>	<b>1 - 10</b>
<i>Wita Widyandini, Dwi Jati Lestariningsih</i>	
<b>Persepsi Remaja Terhadap Atribut Kenyamanan Pada Setting Alun-alun Purwokerto.....</b>	<b>11 - 23</b>
<i>Yohanes Wahyu D.Y</i>	
<b>Pengaruh Penggunaan Semen Pada Komposisi Campuran Beton Terhadap Kuat Tekan Beton.....</b>	<b>24 - 33</b>
<i>Taufik Dwi Laksono</i>	
<b>Analisa Tingkat Pelayanan Jalan Akibat Pertumbuhan Lalu Lintas Di Kabupaten Purbalingga Untuk Tahun Sekarang Berdasarkan "IHCM.85" .....</b>	<b>34 - 44</b>
<i>Pingit Broto Atmadi</i>	
<b>Analisis Kapasitas Ruang Parkir Pada RSUD Banyumas.....</b>	<b>45 - 56</b>
<i>Dwi Sri Wiyanti</i>	
<b>Mengatasi Bahaya Petir dan Proteksi Petir Gedung Bertingkat.....</b>	<b>57 - 70</b>
<i>Dody Wahjudi</i>	
<b>Papan Reklame: Suatu Dilema Antara Aspek Ekonomi dan Estetika Kota.....</b>	<b>71 - 79</b>
<i>Dwi Jati Lestariningsih, Yohana Nursruwening</i>	
<b>Identifikasi Benda Menggunakan Metode Pencocokan <i>Template</i>.....</b>	<b>80 - 89</b>
<i>Kholistianingsih</i>	

# JURNAL TEODOLITA

VOL. 15 NO. 2, Desember 2014

ISSN 1411-1586

## HALAMAN REDAKSI

Jurnal Teodolita adalah jurnal ilmiah fakultas teknik Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang merupakan wadah informasi berupa hasil penelitian, studi literatur maupun karya ilmiah terkait. Jurnal Teodolita terbit 2 kali setahun pada bulan Juni dan Desember.

Penanggungjawab : Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Pemimpin Redaksi : Taufik Dwi Laksono, ST MT

Sekretaris : Dwi Sri Wiyanti, ST MT

Bendahara : Basuki, ST MT

Editor : Drs. Susatyo Adhi Pramono, M.Si

Tim Reviewer : Taufik Dwi Laksono, ST MT

Iwan Rustendi, ST MT

Yohana Nursruwening, ST MT

Wita Widyandini, ST MT

Priyono Yulianto, ST MT

Kholistianingsih, ST MT

Alamat Redaksi : Sekretariat Jurnal Teodolita

Fakultas Teknik Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Karangsalam-Beji Purwokerto

Telp 0281 633629

Email : teodolitaunwiku@yahoo.co.id :

Tim Redaksi berhak untuk memutuskan menyangkut kelayakan tulisan ilmiah yang dikirim oleh penulis. Naskah yang di muat merupakan tanggungjawab penulis sepenuhnya dan tidak berkaitan dengan Tim Redaksi.

# **PAPAN REKLAME: SUATU DILEMA ANTARA ASPEK EKONOMI DAN ESTETIKA KOTA**

Dwi Jati Lestariningsih, Yohana Nursruwening  
Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Wijayakusuma Purwokerto  
Kampus Karangsalam, Jalan Beji Purwokerto 53152

## **Abstrak**

*Papan reklame merupakan media luar ruang yang berfungsi sebagai sarana promosi untuk memenangkan persaingan pasar. Jangkauan papan reklame hanya sejauh jangkauan visual, tentu saja agar papan reklame dapat menjangkau kawasan yang lebih luas diperlukan lokasi strategis, dimensi cukup besar dan warna-warna menyala. Hal tersebut membuat ruang kota khususnya koridor komersial berkembang fungsinya menjadi arena promosi. Sejalan dengan perkembangan ekonomi dan perkembangan kota, fungsi koridor mengalami perkembangan sebagai sarana informasi untuk memenangkan persaingan pasar.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh papan reklame terhadap estetika koridor komersial di kota Purwokerto. Lokasi penelitian berada di penggal jalan Jenderal Soedirman koridor komersial terpanjang di kota Purwokerto dengan berbagai fungsi bangunan yang membentuknya. Elemen pembentuk koridor akan mempengaruhi karakteristik pemasangan papan reklame.*

*Metode penelitian yang dipakai adalah metode kualitatif rasionalistik, suatu metode holistik yang menekankan pemaknaan empirik dan pemahaman intelektual berdasar pada grand concept. Untuk menentukan sampel lokasi papan reklame digunakan teknik area sampling, dengan jumlah sampel proporsional. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif*

*Hasil penelitian menunjukkan keberadaan papan reklame sangat dilematis. Dari aspek ekonomi papan reklame merupakan media yang efektif untuk propmosi serta dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak reklame. Dari aspek perancangan kota papan reklame merupakan elemen fisik yang dapat mempengaruhi estetika kota. Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan negatif papan reklame terhadap estetika kota Purwokerto. Pengaruh positif Papan reklame adalah sebagai identitas bangunan dan kawasan komersial, menjadi eye catcher dan membuat irama tidak monoton. Pengaruh negatif adalah terjadinya polusi visual akibat penumpukan papan reklame pada zona-zona strategis, skala yang tidak proporsional sehingga wajah bangunan tidak tampak lagi. Faktor yang memengaruhi estetika tersebut adalah: lokasi, proporsi, keterpaduan, irama, serta warna.*

*Kata kunci: Papan reklame, koridor komersial, estetika kota*

## **1. Ada apa dengan Papan Reklame?**

Sering kita mendengar kata reklame, dan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat tidak dapat terlepas dari reklame. Mulai dari bangun tidur sampai dengan tidur lagi dunia

reklame selalu menyertai. Reklame selalu mengisi ruang dan waktu. Forbey dalam Lesteriningsih (2002:29) mengatakan bahwa reklame adalah suatu cara menjual dan membeli ruang di media dan mengembangkannya sehingga menghasilkan pesan.

Kasali dalam Lesteriningsih (2002:30) menyebutkan bahwa ada berbagai macam media reklame, antara lain media elektronik, media cetak, audio dan media luar ruang. Dari berbagai media reklame tersebut, media luar ruang lah yang memiliki pengaruh langsung terhadap terhadap rsitektur kota adalah media luar ruang. Hal ini terjadi karena media luar ruang merupakan media yang jangkauannya lokal, sejauh jangkauan visual.

Media luar ruang ini memaksa masyarakat yang berada di kawasan dimana terdapat papan reklame maka harus melihatnya. Oleh sebab itu perlu adanya pengaturan dalam pemasangan papan reklame. Sementara yang sering dijumpai saat ini adalah papan reklame berjejalan di ruang-ruang kota yang lokasinya strategis. Ruang-kota atau koridor yang fungsi utamanya sebagai jalur lalu lintas yang menghubungkan satu laokasi ke lokasi lain berkembang menjadi sarana promosi untuk memenangkan persaingan pasar. Kondisi demikian tidak bisa dipungkiri, karena pada diri papan reklame terdapat berbagai macam kepentingan, antara lain:

- a. Pelaku ekonomi menginginkan promosi atau informasi bisa cepat sampai pada konsumen tanpa harus mendekatinya;
- b. Pengelola daerah tentunya ingin mendapatkan pemasukan dari keberadaan papan reklame melalui pajak;
- c. Masyarakat yang ingin mendapatkan informasi murah dan cepat dapat melihat langsung media luar ruang (papan reklame) tersebut;
- d. Para perencana kota ingin menjadikan papan reklame sebagai unsur pembentuk fisik kota terlihat rapi dan indah, sehingga nyaman untuk dinikmati.

Terkadang tidak disadari bahwa kesemrawutan suatu kota salah satunya disebabkan oleh keberadaan papan reklame, seperti yang diungkapkan oleh Spreiregen dalam Murtomo, 2007, bahwa keberadaan papan reklame dapat mengasari wajah kota. Memang papan reklame kadang membuat efek negatif dan permasalahan di dalam kota. Akan tetapi keberadaannya tidak boleh diabaikan, sebab papan reklame juga dapat memberi efek positif. Papan reklame dapat menjadi *ikon* suatu bangunan atau kota, dapat merupakan unsur

keindahan yang menghidupkan suasana kota, seperti diungkapkan oleh Rappoport dalam Lestariningsih (2002) dan Murtomo (2007).

## 2. Metodologi Penelitian

Metode Penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode kualitatif rasionalistik, yaitu suatu metode yang bersifat rasionalis, suatu metode holistik yang menekankan pada pemaknaan empirik berdasarkan pada *grand concept*. Fakta yang ada diteliti dengan spesifik dan didudukkan kembali hasil penelitian dengan *grand concept*-nya untuk membangun teori baru (Muhajir dalam Darmawan dan Haryanto, 2013:52). *Grand concept* diperoleh dari kajian pustaka berupa proposisi, yang dipakai sebagai acuan dalam analisis (Surahmad dalam Lestariningsih 2002:89).

## 3. Teknik Pengambilan sampel

Pada penelitian ini tidak semua papan reklame diteliti, tetapi hanya papan reklame yang diduga berpengaruh pada estetika kota saja yang dijadikan obyek penelitian. Untuk itu diambil sampel papan reklame menggunakan *Stratified Random Sampling*. Pemilihan lokasi sampel menggunakan area sampling, membagi koridor menjadi bagian-bagian atau segmen yang dengan karakter berbeda.

1. ***Stratified random sampling*** adalah suatu cara memilih sampel dari kelompok-kelompok unit-unit kecil (*cluster*). Populasi cluster merupakan sub populasi dari total populasi yang ada, dimana unsur-unsur dalam cluster tersebut sifatnya tidak homogen, yang berbeda dengan unit-unit elementer dalam strata (Nasir dalam Lestariningsih, 2002:92). Populasi papan reklame yang dipilih berdasarkan lokasi, yaitu pada zona reklame dan zona pedestrian. Sedangkan berdasarkan ukuran maka diambil populasi papan reklame dengan ukuran besar, sedang dan kecil. Menurut Singarimbun dalam Lestariningsih (2002:92) pengambilan sampel dengan metode ini harus diketahui jumlah populasi yang ada.
2. ***Area sampling*** digunakan jika populasi tidak dapat dibuat kerangka sampelnya, dengan cara membagi peta menjadi segmen-dengan batas yang tegas. Selanjutnya setiap segmen diberi nomor dan dari tiap segmen tersebut diambil sampel secara acak (Singarimbun dalam Lestariningsih, 2002:93).

Untuk menentukan sampel di tiap-tiap area dilakukan dengan membagi penggal koridor jl. Jend. Soedirman menjadi 3 bagian, sesuai dengan fungsi unsur pembentuk koridornya, yaitu bangunan atau unsur lain yang membentuk koridor.



Gambar: 1

Lokasi Penelitian

#### 4. Teknik Analisis Data

Singarimbun dalam Lestariningsih (2002:95) menyatakan bahwa analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Metode ini memiliki ciri-ciri:

- a. Memusatkan diri pada masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, yaitu pada masalah yang aktual;
- b. Data yang diperoleh mula-mula disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis (Singarimbun 1989, Surachmad 1985 dalam Lestariningsih, 2002:95). Analisis data secara verbal untuk mencari esensi.
- c. Sesuai dengan paham filsafat rasionalisme, selanjutnya data empiri diberikan pemaknaan dan diinterpretasikan dengan berlandaskan pada *grand concept*.

Untuk mencari pengaruh estetika kota digunakan teknik analisis grafis *serial vision* dilakukan dengan menganalisis gambar *serial vision* secara verbal dengan metode deskriptif. Dalam analisis ini tetap berpedoman pada *grand concept*. Tujuan dari analisis ini adalah

mendapatkan gambaran secara menyeluruh tentang estetika arsitektur koridor komersial jl. Jend. Soedirman.

## 5. Tinjauan Koridor Komersial Jalan Jenderal Soedirman Purwokerto

Koridor termasuk ruang kota yang dinamis, berfungsi sebagai penghubung dan aktivitas sirkulasi (trafik). jika linear, memanjang koridor berada di kawasan komersial maka dikenal dengan nama koridor komersial. Koridor dibentuk oleh bangunan atau unsur-unsur lain yang berada pada sisi-sisinya. Unsur pembentuk koridor ini akan memengaruhi tampilan secara visual. Karakteristik dari koridor komersial salah satunya adalah dipadati dengan papan reklame. Papan reklame saat ini bukan hanya monopoli kota besar saja, tetapi yang sedang berkembang seperti Purwokerto pun tidak luput dari sasaran papan reklame.

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh papan reklame terhadap suatu kota atau kawasan kota maka diadakan penelitian tentang *Pengaruh Papan Reklame Terhadap Estetika Arsitektur Koridor Komersial Kota Purwokerto*. Lokasi penelitian ini mengambil lokasi di penggal koridor komersial jalan Jenderal Soedirman Purwokerto. Koridor ini dianggap bisa mewakili arsitektur kota Purwokerto. Selain merupakan koridor terpanjang, jalan Jenderal Soedirman dibentuk oleh bangunan dengan berbagai macam fungsi dan bentuk.

Tipologi koridor jalan Jenderal Soedirman linear memanjang sehingga pandangan bisa frontal. Hal ini memudahkan dalam pemasangan reklame untuk mendapatkan jangkauan lebih luas. Di penggal koridor yang diteliti dengan panjang sekitar 1km terdapat 538 buah papan reklame. Penyebaran papan reklame tidak merata antara sisi utara 223 buah (57,55%) dan sisi selatan 315 (41,45%). Hal ini disebabkan oleh bangunan pertokoan lebih banyak berada di sisi selatan dari pada sisi utara.

Lokasi penelitian di koridor komersial jalan Jend. Soedirman, dengan batas sebelah timur Perempatan Srimaya (perpotongan dengan jl. Let Jend. Soeprapto dan batas sebelah barat Jalan Masjid Baitussalam. Sedangkan batas sisi utara dan sisi selatan adalah dinding pembentuk koridor. Unsur pembentuk koridor disini sangat beragam baik dari fungsi bangunan maupun elemen *street furniture* nya. Fungsi bangunan yang ada di sepanjang lokasi penelitian antara lain bangunan pertokoan, toko, bank, kantor, mal, bangunan pendidikan dan ruang terbuka.

## 6. Tinjauan Papan Reklame dan Estetika Kota Purwokerto

Faktor utama pemasangan papan reklame adalah latar belakang ekonomi, dengan tujuan untuk memenangkan persaingan pasar. Oleh sebab itu tidak dapat dipungkiri jika sifat individual dalam pemasangan papan reklame menjadi sangat menonjol. Masing-masing papan reklame saling berebut lokasi yang strategis, dimensi besar, dan warna-warna yang menyala agar jangkauan visualnya lebih luas. Oleh sebab itu sering dijumpai pada lokasi-lokasi yang strategis terjadi penumpukan papan reklame.

Ditinjau dari lokasinya papan reklame yang paling dominan berada pada zona advertensi (zona reklame) yaitu pada fasade dan di atas bangunan (Lestariningsih, 2010 dan Murtomo, 2007) sebanyak 54,27%. Banyaknya papan reklame pada zona ini mengakibatkan tertutupnya wajah asli bangunan oleh papan reklame. Tetapi papan reklame juga membuat irama terutama pada blok-blok pertokoan yang tunggal rupa, membuat suatu pergerakan dan irama serta warna, sehingga koridor menjadi lebih dinamis dan tidak monoton.

**Tabel 1**  
**Jumlah Papan Reklame Menurut Lokasi**

Lokasi (zona)	Jumlah Papan Reklame pada Sisi Koridor					
	Selatan	%	Utara	%	Jumlah	%
Zona pedestrian	110	20,45	78	14,51	188	34,95
Zona Advertensi	174	32,34	118	21,93	292	54,27
Zona Trafik	31	5,76	27	5,02	58	10,78
Jumlah	315	57,55	223	41,45	538	100,00

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2014

Keberadaan papan reklame tersebut berimbas pada arsitektur kota, yaitu estetika. Estetika kota ini merupakan *domain* para perencana kota. Dari hasil pengamatan, pemasangan papan reklame di koridor ini tidak merata, di sebagian lokasi tampak padat, sedang di lokasi lain tampak kosong dan sepi. Dari sini terlihat bahwa pemasangan papan reklame di koridor jalan Jenderal Soedirman tergantung dari fungsi bangunan yang membentuknya. Di segmen 1 dengan pembentuk koridor didominasi bangunan komersial terjadi kepadatan selatn tinggi, seimbang antara sisi utara dan. Sedang segmen 2, dimana pada sisi utara banyak bangunan perkantoran maka papan reklame lebih padat di sisi selatan. Demikian pula pada segmen 3, dimana di sisi utara terdapat ruang terbuka (alun-alun),pemaangan papan reklame lebih padat di sisi selatan (lihat gambar 2).

Gambar	Deskripsi	Pengaruh
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papan reklame menumpuk di lokasi strategis di sudut jalan</li> </ul>	Negatif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bersifat temporer, batas waktu pemasangan singkat, namun sulit untuk pengontrolan karena belum ada peraturan yang baku.</li> </ul>	Negatif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di lokasi strategis tampak sepi, tanpa papan reklame.</li> </ul>	Negatif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hal tersebut berkaitan dengan fungsi bangunan pembentuknya (bangunan peribadahan)</li> </ul>	Positif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warna monoton</li> </ul>	Negatif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembentuk sisi kiri dan kanan koridor berbeda fungsi, sehingga pemasangan reklame pun berbeda</li> </ul>	Positif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papan reklame yang dominan di sisi kanan membuat fasade lebih dinamis dan berwarna.</li> </ul>	Positif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papan reklame di latar belakang sebagai <i>eye catcher</i></li> </ul>	Positif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papan reklame sebagai identitas kawasan komersial dan memberi irama pada koridor hingga tidak monoton.</li> </ul>	Positif
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penataan dan dimensi tidak teratur, konstruksi papan reklame mengganggu pandangan.</li> </ul>	Negatif

**Gambar: 2.**  
**Karakteristik Papan Reklame Koridor Jalan Jenderal Soedirman Purwokerto**

Gambar di atas mengindikasikan bahwa papan reklame memberikan dua pengaruh terhadap estetika kota. Pengaruh positif dari papan reklame antara lain papan reklame dapat menjadi identitas bangunan dan kawasan komersial, sebagai *eye catcher* atau titik tangkap pandangan, membuat ruang kota menjadi dinamis dan tidak monoton. Pengaruh negatif papan reklame diakibatkan oleh sifat individual bangunan yang saling menonjolkan diri, papan reklame temporer yang telah usang dan kumuh. Kekumuhan serta penumpukan papan reklame di lokasi-lokasi strategis mengakibatkan polusi visual.

Mencermati peraturan tentang panataan papan reklame di kota Purwokerto dirasa masih perlu dilengkapi. Dirasa perlu ada kebijakan atau pedoman yang mengatur penataan papan reklame di kota Purwokerto. Pada saat ini telah ada Peraturan Bupati Banyumas No. 45 tahun 2006, tentang Penyelenggaraan Reklame di Terminal Penumpang Tipe A Purwokerto. Ruang lingkupnya kecil, obyek yang diatur dalam Perda ini menyangkut penataan papan Reklame di sebagian kawasan Purwokerto, yaitu di Terminal Umum Tipe A Kota Purwokerto. Untuk itu sudah saatnya dibuat kebijakan yang mengatur penyelenggaraan papan reklame dengan lingkup yang lebih luas yaitu kota Purwokerto.

Adanya payung hukum yang pasti tentu akan dapat memaksimalkan penerimaan pajak reklame, penataan dan pengontrolan papan reklame akan lebih efektif dan efisien. Oleh sebab itu dalam merencanakan kota, papan reklame perlu mendapatkan porsi khusus agar kota menjadi nyaman untuk dihuni. Akan lebih efisien lagi jika perencanaan penataan papan reklame menjadi satu kesatuan dengan perencanaan kota.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Darmawan, Edi dan Haryanto. *Konsep Arsitektur berkelanjutan pada Tata Ruang Kota*. <http://www.gobookeee.com>. Diakses pada tgl 30 Nov. 2013.
- Pramono, Eddy Djoko. 2006. Tesis. *Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Reklame dan Aspek Legal Hukumnya di Jalan Slamet Riyadi Kota Surakarta*. Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro Semarang.
- Djumiko, Pengaruh *Tanda pada Wajah Arsitektur Kota Solo*. <http://www.gobookeee.com>. Diakses pada tgl 30 Nov. 2013.
- Kasali, Reinhald. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Lestariningsih Dwi Jati, 2010. *Pengaruh Lokasi Signage terhadap Estetika Visual Koridor Jalan Agus Salim Semarang*. Penelitian Fakultas Teknik Unwiku, Purwokerto.
- Murtomo, Aji. 2007. Enclosure vol. 6 No. 1, Maret 2007. *Penataan Papan Reklame pada Penggal Jalan Hayam Wuruk Semarang* hal. 1-9. Jurnal Ilmiah Perancangan Kota dan Permukiman.
- Pramono, Eddy Djoko. 2006. Tesis. *Persepsi Masyarakat terhadap Keberadaan Reklame dan Aspek Legal Hukumnya di Jalan Slamet Riyadi Kota Surakarta*. Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro Semarang.
- Wijaya Monang, Swandono Joko. 2007. Jurnal Ruang Vol.1 Nomor 1 Tahun 2013. *Evaluasi Tata Reklame pada Koridor Utama Kota Magelang* hal. 131-141. Jurusan Arsitektur Universitas Diponegoro Semarang.
- Widaningsih Lilis, Busono Tjahyani, E. Krisnanto. *Community Architecture dalam Pengelolaan Ruang Publik Kampung-Kota(Studi Kasus: Ruang Publik di Daerah Bantaran Sungai Cihalarang Kelurahan Sukapada Kec. Cibeunying Kidul Kota Bandung)*. Artikel Hibah Bersaing.

Winansih Ema. Lokal Wisdom Volume 11 Nomor 3. Hal. : II, Nomor: 3, Halaman: 20 - 28, September 2010. *Estetika Simbolis – Sensori pada Ruang Publik di Alun-alunMalang*. Universitas Merdeka Malang.

Zahnd, Markus. 1999. *Perancangan Kota Secara Terpadu: Teori Perancangan Kota dan Penerapannya*. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.

<http://www.banyumaskab.go.id> diakses pada tgl 5 Des 2013

<http://id.wikipedia.org/wiki/purwokerto> . diakses pada tgl 24 Nov. 2013.

<http://www.bandung.go.id/images/ragaminfo/reklame.pdf> diakses pada tgl 29 Maret 2014