

STUDIO TUGAS AKHIR ARSITEKTUR

**PENGARUH INTENSITAS
PAPARAN REKLAME TERHADAP
ATENSI VISUAL
(STUDI KASUS: JALAN KORIDOR
AFFANDI YOGYAKARTA)**



DISUSUN OLEH:

SALLOMITA FEBRINA KURNIAWAN

220118965

PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR

DEPARTEMEN ARSITEKTUR

FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS ATMA JAYA

YOGYAKARTA 2025/2026

LEMBAR PENGESAHAN
STUDIO TUGAS AKHIR ARSITEKTUR

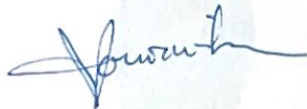
PENGARUH INTENSITAS PAPARAN REKLAME
TERHADAP ATENSI VISUAL
(STUDI KASUS: JALAN KORIDOR AFFANDI
YOGYAKARTA)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Saliomita Febrina Kurniawan
220118965

Telah diperiksa, dievaluasi dan dinyatakan lulus dalam
Penyusunan Studio Tugas Akhir Arsitektur
Pada Program Studi Arsitektur – Departemen Arsitektur
Fakultas Teknik – Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 6 Juli 2026
Pembimbing,



Maria Vika Wirastri, S. Ars., MUrbMgt & Plan.

Mengetahui,
Ketua Departemen Arsitektur



Dr. Ir. Anna Pudianti, M. Sc.

FAKULTAS
TEKNIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

PENGARUH INTENSITAS PAPARAN REKLAME TERHADAP ATENSI VISUAL

(STUDI KASUS: JALAN KORIDOR AFFANDI YOGYAKARTA)

benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain. Ide, data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam Tugas Akhir ini. Apabila terbukti di kemudian hari bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiasi, maka ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



(Sallomita Febrina Kurniawan)

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan-Nya sehingga tugas akhir berjudul **“Pengaruh Intensitas Paparan Reklame Terhadap Atensi Visual (Studi Kasus: Jalan Koridor Affandi Yogyakarta)”** ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat kelulusan gelar Sarjana Arsitektur (S.Ars) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa keberhasilan studi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maria Vika Wirastri, S.Ars., M.UrbMgt & Plan., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, memberikan ilmu, arahan, kesabaran yang luar biasa, serta bimbingan tak ternilai dari awal hingga selesainya tugas akhir ini.
2. Ibu Sushardjanti Felasari, S.T., M.Sc.CAED., Ph.D. dan Ibu Mutiara Cininta, S.T., M.Arch., selaku Dosen Penguji Sidang Tugas Akhir yang telah memberikan evaluasi, kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga demi kesempurnaan tugas akhir ini.
3. Bapak Dr. Augustinus Madyana Putra, S.T., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Arsitektur Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar, yang senantiasa memberikan doa tanpa putus, dukungan moral maupun material, serta motivasi terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan studi ini dengan baik.
6. Seluruh rekan angkatan Arsitektur Atma Jaya Yogyakarta, khususnya teman-teman ngantukerz, info kicau mania dan teman-teman AINA cakep kece keren oke, serta 30 responden yang telah bersedia meluangkan waktunya dan membantu jalannya pengambilan data eksperimen *eye-tracking* dalam penelitian ini.
7. Untuk diri sendiri, terima kasih atas ketangguhan, kesabaran, dan konsistensi yang telah ditunjukkan hingga titik akhir ini. Terima kasih telah berjuang melampaui batas kemampuan sendiri demi mewujudkan tugas akhir ini. *You did an incredibly amazing job. One milestone down, so... what's next?*

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, wawasan baru, serta kontribusi positif bagi perkembangan ilmu arsitektur, khususnya dalam bidang neuroarsitektur dan tata ruang kota.

Yogyakarta, Juni 2026



Sallomita Febrina Kurniawan



ABSTRAK

Meningkatnya jumlah papan reklame di koridor jalan perkotaan berpotensi memengaruhi atensi visual dan keselamatan pengguna jalan. Penelitian ini mengkaji pengaruh karakteristik visual papan reklame terhadap atensi dan distraksi pengguna jalan di koridor Jalan Affandi, Yogyakarta, menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan instrumen eye-tracking (Tobii Eye Tracker 5), kuesioner persepsi visual (Likert 1–4), dan wawancara semi-terstruktur terhadap 30 responden dari tiga moda transportasi pada 9 titik amatan yang diklasifikasikan dalam tiga zona kepadatan reklame.

Hasil menunjukkan bahwa kepadatan reklame berbanding terbalik dengan kesadaran navigasi pengguna jalan. Pada zona kepadatan tinggi, atensi terhadap reklame mencapai 95% dan menjadi fokus utama pada 66,67% responden, sementara fokus navigasi menyusut hingga 20%, dengan penurunan paling ekstrem dialami pejalan kaki (85% → 5%). Secara subjektif, parameter Perception memperoleh rata-rata tertinggi (3,26/4,00), diikuti Saliency (2,97), Attention (2,85), dan Distraction (2,63). Elemen paling dominan menyebabkan distraksi adalah ukuran reklame yang masif (S1: mean 3,10; S2: 3,16). Temuan ini juga mengindikasikan ketidakpatuhan terhadap Perda No. 6 Tahun 2022 Pasal 11 dan 13 terkait estetika dan peletakan reklame.

Penelitian merekomendasikan pembatasan luas reklame maksimal 10% dari fasad bangunan, penetapan clear zone 25–50 meter dari kaki persimpangan, sterilisasi jalur pedestrian, serta audit spasial berkala oleh Dinas Perizinan Kota Yogyakarta.

Kata kunci : *ad; attention; distraction; perception; environment; corridor*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PRAKATA.....	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 LATAR BELAKANG	15
1.1.1 Latar Belakang Penelitian	15
1.1.2 Sudut Pandang Topik	19
1.1.3 Research Gap	21
1.2 PERUMUSAN MASALAH	22
1.2.1 Ruang Lingkup.....	22
1.2.2 Permasalahan dan Esensi Penelitian	23
1.2.3 Rumusan Masalah.....	25
1.2.4 Esensi Penelitian	25
1.2.5 Tujuan dan Sasaran Penelitian.....	26
1.3 TEORI TERKAIT KLASER.....	27
1.4 KERANGKA TEORI.....	27
1.5 METODE PENELITIAN	28
1.5.1 Jenis Penelitian	28
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.5.3 Tahap Analisis Data.....	29
1.6 ALUR PENELITIAN	29
BAB II TINJAUAN TEORITIKAL	32
2.1 REKLAME DAN LANSKAP VISUAL PERKOTAAN	32
2.1.1 Reklame Luar Ruang.....	32
2.1.2 Bentuk dan Karakteristik Reklame	33
2.1.3 Kepadatan Reklame di Ruang Kota	34
2.1.4 Dampak Reklame terhadap Visual Kota	35
2.2 INTENSITAS PAPARAN VISUAL	35
2.2.1 Definisi Intensitas Paparan Visual	35
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Paparan Visual	36
2.2.3 Konsep Beban Perseptual (<i>Perceptual Load</i>) dan Informasi Berlebih	37
2.3 ATENSI VISUAL	37

2.3.1 Pengertian Atensi	37
2.3.2 Pengertian Visual	38
2.3.3 Pengertian Atensi Visual.....	38
2.3.4 Parameter Pengukuran Atensi Visual	38
2.3.5 Atensi Visual dalam Konteks Reklame dan Lingkungan Jalan.....	39
2.4 PENGGUNA JALAN	40
2.4.1 Definisi Pengguna Jalan.....	40
2.4.2 Klasifikasi Pengguna Jalan	40
2.4.3 Pengguna Jalan dalam Konteks Penelitian	41
2.5 HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PAPARAN REKLAME, ATENSI VISUAL DAN PENGGUNA JALAN	42
2.6 PENELITIAN TERDAHULU	43
2.6.1 Analisis Hubungan Empiris	44
2.6.2 Research Gap	45
2.7 KERANGKA TEORITIK DAN HIPOTESIS.....	46
2.7.1 Kerangka Teoritik	46
2.7.2 Diagram Hubungan Antarvariabel	47
2.8 RUMUSAN HIPOTESIS	47
BAB III METODA PENELITIAN	49
3.1 JENIS PENELITIAN	49
3.2 OBJEK PENELITIAN	49
3.3 SUBJEK PENELITIAN	50
3.4 SUMBER DATA.....	51
3.4.1 Data Primer	51
3.4.2 Data Sekunder	56
3.5 DESAIN PENELITIAN	57
3.6 PROSEDUR PENELITIAN.....	57
3.6.1 Studi Pendahuluan.....	57
3.6.2 Produksi Stimulus Visual (Video Simulasi)	58
3.6.3 Persiapan Eksperimen <i>Eye-Tracking</i>	59
3.6.4 Tahap Persiapan dan Kalibrasi Alat.....	60
3.6.5 Tahap Eksplorasi Visual (Simulasi)	63
3.6.6 Tahap Evaluasi Persepsi Subjektif.....	63
3. Wawancara Terstruktur	64
3.7 VARIABEL KONTROL PENELITIAN	65
3.7.1 Tinggi <i>eye-level</i> responden.....	65
3.7.2 Display Setup dan Jarak Pandang.....	67
3.7.3 Kondisi pencahayaan	68
3.8 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	69

3.9 INSTRUMEN PENELITIAN	71
3.9.1 Perangkat Eksperimen <i>Eye-Tracking</i>	71
3.9.2 Instrumen Persepsi Subjektif.....	72
3.10 KISI-KISI INSTRUMEN KUESIONER	73
3.11 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	73
3.12 ETIKA PENELITIAN	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1 DESKRIPSI PROFIL RESPONDEN	76
4.1.1 Demografi dan Kondisi Visual.....	76
4.1.2 Perilaku Mobilitas dan Intensitas Aktivitas.....	77
4.2 ANALISIS HASIL ATENSI VISUAL (EYE-TRACKING).....	78
4.2.1 Pola Distribusi Atensi Berdasarkan Tingkat Kepadatan Reklame	78
4.2.2 Kesimpulan Analisis Distribusi Atensi Berdasarkan Zona Kepadatan	91
4.2.3 Pola Distribusi Atensi Berdasarkan Perspektif Pengguna Jalan	93
4.2.4 Kesimpulan Analisis Distribusi Atensi Berdasarkan Perspektif Pengguna jalan.....	103
4.2.5 Sintesis Hasil Analisis Heatmap Eye-Tracker	105
4.3 ANALISIS HASIL KUESIONER PASCA EKSPLORASI	108
4.3.1 Pembahasan Parameter <i>Salience</i> (Daya Tarik Visual).....	108
4.3.2 Pembahasan Parameter <i>Attention</i> (Fokus Perhatian)	110
4.3.3 Pembahasan Parameter <i>Distraction</i> (Tingkat Distraksi)	111
4.3.4 Pembahasan Parameter <i>Perception</i> (Persepsi Tata Ruang).....	112
ii. Bangunan sebagai Elemen Tereliminasi (Titik 5, 4, 6):.....	136
4.4 ANALISIS HASIL WAWANCARA	136
4.4.1 Pola Perhatian Visual Responden.....	136
4.4.2 Persepsi Kenyamanan dan Estetika Visual	137
4.4.3 Opini Terhadap Tata Ruang dan Keamanan.....	137
4.4.4 Aspirasi dan Saran Perbaikan	137
4.5 TRIANGULASI DATA DAN TEMUAN	138
4.6 TINJAUAN YURIDIS BERDASARKAN PERDA NO. 6 TAHUN 2022.....	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	141
5.1 KESIMPULAN	141
5.2 SARAN.....	142
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Area Komersial di Jalan Affandi	16
Gambar 1. 2 Titik Area Pendidikan di Jalan Affandi.....	17
Gambar 1. 3 Kepadatan Reklame di Jalan Affandi	18
Gambar 1. 4 Berita Reklame Roboh di Jalan Affandi.....	18
Gambar 1. 5 Pola Gerak Sakadik	21
Gambar 1. 6 Peta Lokasi Titik Pengamatan Berdasarkan Kepadatan Fungsi Komersial di Koridor Jalan Affandi	23
Gambar 1. 7 Skema Arah Pengambilan Stimulus Visual pada Koridor Jalan Affandi	23
Gambar 1. 8 Kerangka Teori	28
Gambar 1. 9 Alur Penelitian	31
 Gambar 2. 1 Persebaran Reklame di Jalan AffandiPersebaran Reklame di Jalan Affandi	33
Gambar 2. 2 Jenis-jenis Reklame Ruang Luar	33
Gambar 2. 3 Spektrum Heatmap Tobii 5 Eye-Tracker	39
Gambar 2. 4 Klasifikasi Pengguna Jalan	41
Gambar 2. 5 Kerangka Konseptual Hubungan Antarvariabel Penelitian..	47
 Gambar 3. 1 Dokumentasi Pengambilan Data Primer Titik Amatan 1	52
Gambar 3. 2 Dokumentasi Pengambilan Data Primer Titik Amatan 2	53
Gambar 3. 3 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 3	53
Gambar 3. 4 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 4	53
Gambar 3. 5 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 5 (Arah Pandang Utara).....	54
Gambar 3. 6 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 5 (Arah Pandang Selatan)	54
Gambar 3. 7 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 6 (Arah Pandang Barat).....	55
Gambar 3. 8 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 6 (Arah Pandang Timur)	55
Gambar 3. 9 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 7	55
Gambar 3. 10 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 8	56
Gambar 3. 11 Dokumentasi Pengamatan Data Primer Titik Amatan 9	56
Gambar 3. 12 Perspektif Pengambilan Video Simulasi Koridor Jalan Affandi.....	58
Gambar 3. 13 Posisi Kamera pada Proses Perekaman Stimulus Visual .	58
Gambar 3. 14 Penentuan Area of Interest (AOI) pada Stimulus Visual ...	59
Gambar 3. 15 Layout Ruang Pengambilan Data Eksperimen Eye-Tracking	

.....	60
Gambar 3. 16 Responden Datang Memasuki Ruang Eksperimen.....	60
Gambar 3. 17 Posisi Duduk Responden.....	61
Gambar 3. 18 Skema Arah Pandang Responden.....	61
Gambar 3. 19 Peneliti memberikan instruksi kepada responden terkait tata cara pengambilan data eye-tracker.....	62
Gambar 3. 20 Proses kalibrasi eye-tracker.....	62
Gambar 3. 21 Responden mengisi kuesioner Pasca Eksplorasi menggunakan eye-tracker.....	64
Gambar 3. 22 Peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur dengan responden (gambar kiri) lalu pergi meninggalkan ruangan setelah wawancara selesai (gambar kanan).....	64
Gambar 3. 23 Komparasi Tinggi Eye Level Responden.....	67
Gambar 3. 24 Kriteria Inklusi Partisipan.....	70
Gambar 3. 25 Tobii 5 Eye-Tracker.....	72
 Gambar 4. 1 Grafik Karakteristik Moda Transportasi Responden.....	77
Gambar 4. 2 Grafik Intensitas Aktivitas Responden di Jalan Perkotaan ..	78
Gambar 4. 3 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 3.....	79
Gambar 4. 4 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 4.....	80
Gambar 4. 5 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 5 Arah Hadap Utara	81
Gambar 4. 6 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 5 Arah Hadap Selatan...	81
Gambar 4. 7 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 1.....	83
Gambar 4. 8 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 2 Sumber: Analisis Penulis, 2026.....	84
Gambar 4. 9 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 6 (Arah Hadap Barat)....	85
Gambar 4. 10 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 6 (Arah Hadap Barat)..	86
Gambar 4. 11 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 7.....	87
Gambar 4. 12 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 8.....	88
Gambar 4. 13 Visualisasi Heatmap Titik Amatan 9.....	89
Gambar 4. 14 Grafik Korelasi Tingkat Kepadatan Reklame terhadap Karakteristik Atensi Visual	91
Gambar 4. 15 Grafik parameter hasil konversi data visual heatmap berdasarkan zona kepadatan reklame.....	92
Gambar 4. 16 Titik Batasan Analisis Heatmap Berdasarkan Perspektif Pengguna Jalan	93
Gambar 4. 17 Visualisasi Heatmap Pengendara Motor pada Titik Amatan 2.....	94
Gambar 4. 18 Visualisasi Heatmap Pengendara Mobil pada Titik Amatan 2	95
Gambar 4. 19 Visualisasi Heatmap Pejalan Kaki pada Titik Amatan 5	97
Gambar 4. 20 Visualisasi Heatmap Pengendara Mobil pada Titik Amatan 5	

.....	98
Gambar 4. 21 Visualisasi Heatmap Pengendara Motor pada Titik Amatan 5.....	98
Gambar 4. 22 Visualisasi Heatmap Pengendara Motor pada Titik Amatan 7	100
Gambar 4. 23 Visualisasi Heatmap Pejalan Kaki pada Titik Amatan 7 ..	101
Gambar 4. 24 Visualisasi Heatmap Pengendara Mobil pada Titik Amatan 7	101
Gambar 4. 25 Grafik Perbandingan Fokus Navigasi Pengguna Jalan Terhadap Kepadatan Reklame	103
Gambar 4. 26 Grafik Perbandingan Evolusi Atensi Visual Berdasarkan Tingkat Kepadatan Reklame.....	105
Gambar 4. 27 Grafik Zona Kepadatan Rendah	106
Gambar 4. 28 Grafik Zona Kepadatan Sedang.....	107
Gambar 4. 29 Grafik Zona Kepadatan Tinggi	108
Gambar 4. 30 AOI Titik 1	113
Gambar 4. 31 Line Chart Analisis AOI Titik 1	114
Gambar 4. 32 AOI Titik 2	116
Gambar 4. 33 Line Chart Analisis AOI Titik 2	117
Gambar 4. 34 AOI Titik 3	118
Gambar 4. 35 Line Chart Analisis Titik 3.....	119
Gambar 4. 36 AOI Titik 4	121
Gambar 4. 37 Line Chart Analisis AOI Titik 4	122
Gambar 4. 38 AOI Titik 5	123
Gambar 4. 39 Line Chart Analisis AOI Titik 5	124
Gambar 4. 40 AOI Titik 6	126
Gambar 4. 41 Line Chart Analisis AOI Titik 6	127
Gambar 4. 42 AOI Titik 7	128
Gambar 4. 43 Line Chart Analisis AOI Titik 7	129
Gambar 4. 44 AOI Titik 8	130
Gambar 4. 45 Line Chart Analisis AOI Titik 8	131
Gambar 4. 46 AOI Titik 9	133
Gambar 4. 47 Line Chart Analisis AOI Titik 9	134
 Gambar 5. 1 Zonasi Radius Clear Zone (Zona Bebas Iklan Reklame) pada Titik Simpang Kritis	143
Gambar 5. 2 Peta Distribusi Penerapan Ruang Bebas Reklame (Clear Zone) di Koridor Jalan Affandi.....	143
Gambar 5. 3 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi	144
Gambar 5. 4 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 2	145

Gambar 5. 5 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 3	146
Gambar 5. 6 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 5 (Arah Hadap Utara)	147
Gambar 5. 7 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 5 (Arah Hadap Selatan)	148
Gambar 5. 8 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 6 (Arah Hadap Barat).....	149
Gambar 5. 9 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 6 (Arah Hadap Timur).....	150
Gambar 5. 10 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 7	151
Gambar 5. 11 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 8	152
Gambar 5. 12 Seri Simulasi Tata Ruang Koridor Jalan Affandi Sebelum (Before) dan Sesudah (After) Penerapan Rekomendasi Desain pada Titik Amatan 9	153
Gambar 5. 13 Ilustrasi Potongan Jalan (Street Section) Koridor Sebelum (Before) Sterilisasi Papan Reklame Luar Ruang.....	154
Gambar 5. 14 Ilustrasi Potongan Jalan (Street Section) Koridor Sesudah (After) Sterilisasi Papan Reklame Luar Ruang	155

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Perbandingan Standar Reklame dan Eksisting	17
Tabel 2. 1 Parameter Pengukuran Atensi Visual	39
Tabel 2. 2 Analisis Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	44
Tabel 2. 3 Research Gap	45
Tabel 3. 1 Analisis dasar penentuan jumlah responden	50
Tabel 3. 2 Komparasi ketinggian arah pandang pengendara kendaraan bermotor	65
Tabel 3. 3 Justifikasi Teknis Setup Eksperimen Eye-Tracking.....	67
Tabel 3. 4 Justifikasi Ilmiah Pemilihan Waktu Pengambilan Data Berdasarkan Kondisi Pencahayaan Visual Berdasarkan Kondisi Pencahayaan Visual	68
Tabel 3. 5 Spesifikasi Tobii 5 Eye-Tracker.....	71
Tabel 3. 6 Kisi-kisi Instrumen Kuesioner.....	73
Tabel 3. 7 Definisi Operasional Variabel Penelitian	74
Tabel 4. 1 Ringkasan Profil Responden.....	76
Tabel 4. 2 Sintesa Karakteristik Atensi pada Area Kepadatan Tinggi.....	82
Tabel 4. 3 Sintesa Karakteristik Atensi pada Area Kepadatan Sedang ...	85
Tabel 4. 4 Sintesa Karakteristik Atensi pada Area Kepadatan Rendah ...	90
Tabel 4. 5 Sintesa Perbandingan Perilaku Visual Pengguna Jalan (Batas Area 1)	96
Tabel 4. 6 Sintesa Perbandingan Perilaku Visual Pengguna Jalan (Batas Area 2)	99
Tabel 4. 7 Sintesa Perbandingan Perilaku Visual Pengguna Jalan (Batas Area 3)	102
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Parameter Salience (n = 30)	109
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Parameter Attention (n = 30)	110
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Parameter Distraction (n = 30).....	111
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Parameter Perception (n = 30).....	112
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual Responden Titik 1 (n = 30).....	114
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	

Responden Titik 2 (n = 30).....	116
Tabel 4. 14 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 3 (n=30).....	119
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 4 (n=30).....	121
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 5 (n=30).....	124
Tabel 4. 17 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 6 (n=30).....	126
Tabel 4. 18 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 7 (n=30).....	129
Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 8 (n=30).....	131
Tabel 4. 20 Distribusi Frekuensi dan Persentase Hirarki Atensi Visual	
Responden Titik 9 (n=30).....	133
Tabel 4. 21 Matriks Triangulasi Hasil Penelitian	139