

ABSTRAK

Pembangunan suatu kawasan kota ditandai oleh berkembangnya kegiatan kota yang semakin beragam bentuk, jenis, maupun fungsinya. Perkembangan bentuk aktivitas kota tersebut diantaranya adalah munculnya pusat-pusat kegiatan baru diantaranya adalah kegiatan ekonomi, perdagangan, jasa, pemerintahan, pendidikan, dan kegiatan lainnya. Sejalan dengan peningkatan pertumbuhan pusat ekonomi dan aktivitas di sepanjang koridor di Kawasan Pasar Mayestik, masing-masing toko, kantor, dan fasilitas lainnya saling berlomba untuk memanfaatkan potensi ruang visual kota. Potensi visual dimanfaatkan sebagai sarana dan fungsi media dan periklanan serta penyebaran informasi untuk kepentingan pemasaran produk.

Media promosi berupa reklame dan penanda fungsi ini dirasakan sebagai sarana yang cukup efektif untuk menyebarkan informasi sekaligus mengajak masyarakat untuk kepentingan komersial. Akan tetapi fakta di lapangan berkata berbeda, keberadaan penanda fungsi dan media promosi yang beraneka ragam dari bentuk, jenis, ukuran, serta letak pemasangan yang tumpang tindih.

Pada Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mendapatkan kesimpulan bahwa Variabel dari *Signage* yaitu : Huruf, Landasan, Logotype, dan Jenis Huruf dan Tingkat perubahannya dari lantai basement ke lantai 2 sangat signifikan yaitu 72 % pada tingkat perubahannya. Hal tersebut dikarenakan dilantai basement banyak yang melanggar dan dilantai 2 sudah mulai tertib untuk pemasangan *Signage* nya.

Kata Kunci : Evaluasi, Tingkat Perubahan, *Signage*, Koridor, Pasar

ABSTRACT

The development of an urban area is characterized by the development of cities that are increasingly diverse in form, type, and function. The development of city forms as referred to are the new centers of activity offered are economic activities, trade, services, government, education, and other activities. In line with the increased growth of economic centers and activities along the corridors in the Mayestik Market Area, each store, office and other facilities are interrelated to exploit the potential of the city's visual space. Visual potential used as a means and function of media and advertising as well as information dissemination for marketing purposes. Promotional media consists of billboards and markers of functions which are accepted as an effective means to facilitate information while also inviting the public to commercial interests. However, the facts on the ground say differently, discussed the different markers of the function and promotion media of the shape, type, size, and location of the overlapping installations.

In this study using a qualitative method. Based on the results of research that has been done to get the conclusion that the variables of Signage, namely: Letters, Platform, Logotype, and Type of Letters and the level of change from the ground floor to the second floor is very significant at 72% at the rate of change. This is due to the basement floor which many argue and the second floor has begun to orderly for the installation of its Signage.

Keywords: Evaluation, Level of Change, Signage, Corridor, Market