

PENDEKATAN PERANCANGAN PERLETAKAN
PAPAN TANDA IKLAN
DI KAWASAN PERANCANGAN PUSAT
KOTA BHARU

Oleh

AZMI BIN ARIFFIN

*Kajian Ini Disediakan Untuk Memenuhi
Sebahagian Dari Syarat Untuk
Penganugerahan :
Diploma Perancangan Bandar Dan
Wilayah*

Jabatan Perancangan Bandar Dan Wilayah

Kajian Senibina Perancangan Dan Ukur

Institut Teknologi MARA

Shah Alam

Oktober 1993

PENGHARGAAN

Bismilahirrahmanirahim, syukur kepada ke hadrat Illahi kerana dengan limpah dan kurniaanNya saya dapat menyiapkan kajian akhir ini yang merupakan sebahagian daripada syarat penganugerahan Diploma Perancangan Bandar Dan Wilayah.

Di dalam menyiapkan kajian akhir ini, saya telah banyak menerima sumbangan, bantuan dan segala bentuk pertolongan yang lain. Di sini, saya ingin mengambil kesempatan untuk memberi ucapan penghargaan kepada semua yang terlibat dalam kerja-kerja penyediaan kajian akhir ini.

Setinggi penghargaan diberikan kepada Puan Salehaton Hussain Sazally selaku penyelia bagi kajian akhir ini. Beliau telah banyak memberikan tunjuk ajar, dorongan dan bimbingan kepada saya sehingga siap segala tugas dan kerja ini.

Di samping itu tidak lupa juga saya ucapkan ribuan terima kasih kepada mereka yang memberikan sumbangan bagi penyediaan kajian ini. Mereka yang terlibat termasuklah :

1. Pensyarah-Pensyarah Kajian Senibina Perancangan Dan Ukur Institutt Teknologi Mara, Shah Alam

Penghargaan	i
Senarai Jadual	ii
Senarai Rajah	iii
Senarai Lampiran	iv

	ISIKANDUNGAN	M/S	
BAB	1	PENDAHULUAN	
	1.1	Pengenalan	1
	1.2	Masalah	5
	1.3	Matlamat	6
	1.4	Objektif	6
	1.5	Skop Kajian	7
	1.6	Had-Had Kajian	9
	1.7	Methodologi Kajian	9
	1.8	Carta Alir Kerja	11
BAB	2	PENGERTIAN DAN PAPAN TANDA SECARA UMUM	
	2.1	Pengenalan	12
	2.2	Definisi Papan Tanda Iklan	13
	2.3	Perancangan Kawasan Tapak Papan Tanda Iklan	15
	2.3.1	Lokasi	15
	2.3.2	Topografi	16
	2.3.3	Persekitaran	17
	2.3.4	Lain-Lain Kepentingan	17
	2.4	Perundangan Dan Pengawalan Papan Tanda Iklan Di Malaysia	19

2.5	Faktor-Faktor Pengawalan Papan Tanda Iklan	19
2.5.1	Keselamatan	19
2.5.2	Estatik	20
2.5.3	Ekonomi	21
2.5.4	Sosial dan Kebudayaan	21
2.5.5	Lokasi	22
2.5.6	Saiz	22
2.5.7	Warna	23
2.6	Jenis-Jenis Papan Tanda Iklan	24
2.6.1	Poster	24
2.6.2	Pillar Poster	26
2.6.3	Billboard	28
2.6.4	Iklan Langit	30
2.6.5	Papan Tanda Niaga	32
2.6.6	Sepanduk	34
2.6.7	Iklan Jejantas	35
2.6.8	Iklan Kenderaan	36
2.7	Kesimpulan.	37
BAB	3	KONSEP DAN PEMBANGUNAN PAPAN TANDA IKLAN.
3.1	Sejarah Pengiklanan	38
3.2	Papan Tanda Iklan Di Malaysia	43
3.3	Perkembangan Periklanan Di Malaysia	44
3.4	Proses Penyediaan/Pembikinan	
	Papan Tanda Iklan	47

BAB I. PENDAHULUAN.

1.1 PENGENALAN.

Apabila kita memperkatakan mengenai lanskap bandar sering dibayangkan satu persekitaran yang indah dipenuhi dengan berbagai tanaman beraneka warna dan rupa. Bayangan ini sebenarnya hanyalah sebahagian sahaja kerana lanskap dalam pengertiannya yang menyeluruh merangkumi keseluruhan persekitaran dan apa yang terkandung di dalam. (A Theory Of Good City From : The MIT Press : 1981 Kevin Lynch). Dalam ertikata lain, landskap di satu-satu kawasan itu mengandungi segala elemen-elemen buatan manusia atau semulajadi. Ini termasuklah berbagai struktur yang di bina, taman-taman, tumbuh-tumbuhan, ladang, gunung dan jalan-jalanraya yang menghubungkan setiap ceruk rantau. Keadaan bagaimana setiap elemen tersebut berinteraksi menentukan ciri-ciri dan kualiti landskap di kawasan tersebut.

Di bandaraya Kuala Lumpur umpamanya, usaha-usaha melandskap kawasannya telah lama dijalankan dan diperhebatkan dari masa ke semasa. Begitu juga keadaannya di bandar Kota Bharu dan di beberapa buah bandar utama di negara ini dan kawasan-kawasan tumpuan pelancongan di mana usaha ke arah mewujudkan alam