

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu :

- 1) Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa penggunaan lahan yang terdapat di koridor jalan Prabu Gajah Agung yaitu terdiri dari kawasan perdagangan dan jasa, ruang terbuka hijau, pendidikan, kesehatan, dan perkantoran serta penggunaan lahan yang paling mendominasi di koridor jalan ini yaitu kawasan perdagangan jasa.
- 2) karakteristik secara umum media reklame luar ruangan di koridor jalan ini dapat dikatakan kurang baik, hal ini dapat dilihat dari media reklame yang saling berdekatan khususnya di persimpangan, ukuran media reklame yang tidak teratur sehingga terkesan saling menonjolkan satu sama lain, masih banyak media reklame yang terdapat pada zona bebas reklame dan terpancang pada trotoar.
- 3) Jenis dan lokasi eksisting media reklame luar ruangan yang terdapat di koridor jalan Prabu Gajah Agung berjumlah 32 lokasi media reklame luar ruangan yang terdiri dari 24 lokasi media reklame berjenis papan/*billboard*, 4 lokasi media reklame berjenis panggung spanduk, 2 lokasi media reklame berjenis *videotron*, dan terdiri dari 2 lokasi media reklame berjenis bando jalan serta dari seluruh lokasi tersebut tidak seluruhnya dapat dikategorikan sesuai, karena dari 32 lokasi yang terdapat pada kondisi eksisting hanya terdapat 1 lokasi media reklame luar ruangan yang termasuk dalam kelompok sangat sesuai, 8 lokasi media reklame luar ruangan yang termasuk dalam kelompok sesuai sedangkan 23 lokasi media reklame luar ruangan termasuk dalam kelompok kurang sesuai.
- 4) Persentase tingkat lokasi potensial media reklame luar ruangan di koridor jalan Prabu Gajah Agung ini mayoritas masuk ke dalam kelompok Grade A sebanyak 43% dan grade B 31,25%. Jika di asumsikan bahwa kelompok

grade A dan B merupakan reklame yang potensial, maka mayoritas dari reklame di Jalan Prabu Gajah Agung ini potensial. Dan sisanya yaitu 8 reklame atau 3,123% itu masuk kedalam reklame yang tidak potensial.

- 5) Faktor-faktor yang menyebabkan reklame-reklame di jalan Prabu Gajah Agung menjadi kurang potensial paling besar adalah letak reklame terpancang di trotoar sebanyak 28,5% dan juga jarak reklame yang terlalu dekat sebesar 28,5%. Di ikuti dengan jumlah pada perempatan jalan yang melebihi ketentuan sebesar 26,1%. 4,7% melanggar ketinggian dan 2,3% melanggar ketentuan ukuran reklame.
- 6) Lokasi potensial jika di lihat dari segi per segmen yaitu di segmen 4 merupakan segmen yang mempunyai produktivitas media reklame yang paling rendah atau bisa di sebut juga paling tidak potensial, karena dari 4 media reklame hanya 2 media reklame yang potensial sehingga memiliki persentasenya 50 %. Sedangkan yang mempunyai produktivitas tertinggi atau segmen dengan lokasi reklame paling potensial yaitu pada segmen 2 dan segmen 3 dengan nilai 100 % , ini berarti kedua segmen di asumsikan memiliki reklame yang seluruhnya potensial. Walaupun dari beberapa reklame di segmen 2 dan tiga masih ada yang reklame nya terpancang di trotoar, reklame melebihi persil dan tidak memperhatikan jarak. Namun hasil dari analisis bahwa kekurangan tersebut masih dalam rentang wajar.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi yang disusun, yaitu :

- a) Untuk media reklame yang termasuk kurang sesuai, sebagian besar penyebab media reklame tersebut kurang potensial yaitu karena terpancang pada trotoar, dan memiliki jarak yang berdekatan. Oleh karena itu, untuk media reklame yang termasuk kedalam kelompok Grade C dan Grade D dapat diberhentikan izinnya atau tidak diperpanjang izinnya, sedangkan media reklame yang terpancang pada trotoar, titik tiang pancang dapat dipindahkan ke persil di sekitar lokasi tersebut. Selain itu, terdapat media reklame yang

kurang sesuai dan terletak pada perempatan, hal ini terjadi karena terdapat lebih dari 2 unit media reklame sehingga menjadi kurang sesuai seperti terjadi Terutama pada Perempatan (Bunderan Adipura) yang terdapat banyak sekali reklame permanen yang tidak beraturan baik dari tinggi dan besar reklame yang saling menutupi maupun dari jarak antar reklame yang terlalu dekat sehingga menimbulkan polusi visual, belum lagi di tambah spanduk-spanduk liar yang di pasang di luar panggung spanduk yang telah di sediakan oleh pemerintah., oleh karena itu beberapa media reklame pada perempatan di simpul tersebut dapat dihilangkan atau dikurangi dan cukup dengan 2 unit media reklame sehingga media reklame lainnya akan menjadi sesuai. Semua ini dilakukan untuk menjaga keselamatan bagi pengguna jalan, menjadikan koridor jalan ini menjadi lebih indah dan menjadi efektif dalam penyampaian yang terdapat pada media reklame tersebut.

- b) Untuk media reklame yang termasuk dalam Grade A maka harus dipertahankan tetapi untuk media reklame yang termasuk kelompok Grade B tetapi ada beberapa kriteria yang tidak terpenuhi seperti bando jalan yang terpancang pada trotoar maka kontruksinya harus dipindahkan pada persil sehingga tidak mengganggu aktivitas pejalan kaki. Juga bando jalan yang terletak terlalu dekat dengan perempatan yang akan membahayakan keselamatan bagi pengguna jalan. Selain itu, untuk media reklame yang terpancang pada persil tetapi bentuknya horizontal sehingga melebihi persil itu sendiri maka akan lebih baik bila bentuknya diseragamkan menjadi vertikal, kemudian untuk menambah efektifitas dan kesan menarik, jenis media reklame dapat dikombinasikan menjadi lebih dinamis seperti *videotron* dan *megatron* atau dapat dikombinasikan juga bentuk media reklame terdapat pada dinding bangunan.
- c) Menambah media reklame luar ruangan pada beberapa persimpangan tetapi tidak melebihi dari 2 unit.
- d) Membuat desain/ tema yang seragam atau tematik pada media reklame luar ruangan di koridor jalan Prabu Gajah Agung sehingga akan membentuk suatu

citra kota yang lebih baik mengingat Kota Sumedang merupakan kota destinasi wisata yang berbudaya.

5.3 Kelemahan Studi

Studi lokasi media reklame luar ruangan di koridor jalan Prabu Gajah Agung Kota Sumedang ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan dalam proses maupun keluaran yang dihasilkan. Keterbatasan tersebut yaitu tidak dilakukannya kajian lanjutan mengenai lokasi yang strategis bagi penyelenggaraan media reklame luar ruangan beserta kajian mengenai potensinya.

5.4 Studi Lanjutan

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan maka studi ini perlu studi lanjutan untuk melengkapi dan menyempurnakan hasil studi, adapun beberapa hal yang harus dilanjutkan untuk melengkapi studi ini adalah sebagai berikut :

1. Studi lokasi media reklame luar ruangan pada koridor jalan lainnya.
2. Studi lokasi media reklame luar ruangan yang bersifat temporer.
3. Penentuan lokasi strategis media reklame luar ruangan.