

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kita semua mengetahui bahwa periklanan luar ruang merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk. Keberadaan periklanan luar ruang memiliki peranan yang penting bagi manajemen pemasaran dalam hal mempromosikan produk. Promosi yang baik tentu saja dapat menarik para konsumen atau calon konsumen untuk memiliki dan membeli produk yang ditawarkan.

Salah satu bentuk periklanan luar ruang yang sering digunakan dan dapat kita lihat di sepanjang jalan di kota besar adalah papan *billboard* (*billboard*). Seiring berjalannya waktu, jumlah pengguna *billboard* di kota-kota besar sebagai sarana promosinya semakin banyak atau menjamur bahkan cenderung semerawut. Salah satu kota besar itu adalah Bandung.

Sebagai daerah tujuan wisata, Kota Bandung, Jawa Barat, banyak dilirik oleh para pengusaha *billboard* serta produsen barang dan jasa untuk mempromosikan produk mereka di daerah-daerah yang banyak dikunjungi atau dilewati masyarakat. Namun, potensi pasar yang besar tersebut tidak diimbangi dengan penataan *billboard* yang sesuai dengan kondisi sekelilingnya¹.

Dengan semakin banyak perusahaan yang ingin melakukan promosi terhadap produknya, secara otomatis akan semakin meningkatkan penggunaan *billboard* sebagai sarana promosi. Meningkatnya penggunaan *billboard*, maka meningkat pula kompetisi untuk mendapatkan lokasi yang dapat digunakan untuk mendirikan *billboard*. Padahal lokasi yang digunakan untuk peletakkan *billboard* terbatas karena hanya lokasi tertentu saja yang diperbolehkan untuk meletakkannya. Keterbatasan tempat dan tingginya kompetisi untuk mendapatkan tempat yang potensial memicu adanya titik *billboard* yang ilegal, sehingga hal tersebut merugikan pemerintah daerah dan masyarakat.

”Di seluruh pelosok Kota Bandung terdapat sekira tujuh ribu titik *billboard*. Sedangkan yang dikategorikan legal dan memiliki izin serta membayar pajak hanya sekira 400 titik *billboard*,” ungkap Wali Kota Dada Rosada².

¹ Kompas, Bandung Menjadi Lautan *Billboard*, 2004

² Pikiran rakyat, Ribuan *Billboard* Tanpa Ijin, 2004

Mengingat *billboard* memiliki sifat pemasangan yang permanen, maka peletakan *billboard* tersebut harus mempertimbangkan dan memperhatikan faktor estetika dan faktor tata wilayah kota. Selain mempertimbangkan terhadap faktor-faktor diatas, perlu diperhatikan faktor bisnis, dimana faktor ini adalah faktor yang paling sensitif. Karena untuk memasang *billboard* tersebut membutuhkan biaya yang tidak sedikit serta waktu pemasangan yang terbatas, maka lokasi *billboard* yang tepat diharapkan dapat terlihat dan terbaca oleh masyarakat sehingga dapat mengundang minat masyarakat untuk membeli.

Pengelolaan yang baik diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar tidak hanya bagi produsen penyedia produk atau jasa selaku pengambil keputusan, tetapi juga bagi pihak-pihak yang terkait yaitu Pemerintah Kota (Pemkot) selaku pemilik resmi ijin peletakan *billboard*, biro iklan yang menyelenggarakan pembuatan *billboard* tersebut.

Pada saat ini, peletakan *billboard* dilakukan sesuai dengan keinginan para pengusaha tanpa adanya pertimbangan terhadap faktor yang berpengaruh terhadap proses peletakkannya. Para pengusaha yang ingin mempromosikan produknya dengan menggunakan *billboard*, dapat mendapatkan informasi berbasis lokasi dengan menggunakan Sistem Informasi Geografis.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi pembahasan pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana cara menentukan wilayah lokasi pendirian *billboard* papan (*billboard*) yang tepat sasaran pada pelanggan dan calon pelanggan untuk produk yang ditawarkan?
2. Dimana wilayah lokasi pendirian billboard pada wilayah yang terpilih ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah membuat sistem informasi geografis untuk menentukan alternatif lokasi pendirian *billboard* yang optimal, dengan kemampuan dalam melakukan pencarian informasi terkait berdasarkan kriteria yang ada sehingga memberikan keluaran yang diinginkan oleh pengguna.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diperoleh oleh pengguna jasa *billboard* dalam penelitian ini adalah :

1. Dapat memberikan solusi untuk mendapatkan informasi berbasis lokasi yang digunakan untuk pertimbangan pengambilan keputusan.
2. Dapat mengurangi pembelian titik *billboard* yang berlebihan untuk mencapai target pembaca *billboard* yang diinginkan.

3. Memudahkan dalam pengaksesan informasi, visualisasi dan penyajian data yang berhubungan dengan *billboard*.

Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian diperlukan ruang lingkup pembatasan masalah agar lebih terarah. Ruang lingkup pembahasan tugas akhir ini meliputi :

1. Aplikasi dari sistem ini hanya berupa pemodelan.
2. Sistem informasi ini lebih terfokus pada pemilihan lokasi pendirian *billboard* untuk penentuan simpang yang paling potensial berdasarkan kriteria yang ada dan tidak sampai pada penentuan titik pendirian billboard di simpang tersebut.
3. Kriteria-kriteria yang dipertimbangkan dalam sistem informasi ini hanya 6 kriteria demografi (umur, agama, jenis kelamin, pendapatan, status pernikahan, tingkat pendidikan) di Kota Bandung.
4. Aplikasi ini tidak mempertimbangkan sudut pandang *billboard*.