

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang berjudul Daya Tampung Media Reklame Di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang adalah sebagai berikut:

A. Berdasarkan hasil analisa daya tampung media reklame di koridor jalan Soekarno-Hatta, maka diketahui bahwa daya tampung media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta sebagai berikut:

1. Pada segmen 1 sebanyak 35 unit dengan komposisi reklame ukuran besar 4 unit, reklame ukuran sedang 13 unit, dan reklame ukuran kecil 18 unit, dimana jumlah media reklame pada kondisi eksisting sebanyak 50 unit dengan komposisi reklame ukuran besar 4 unit, reklame ukuran sedang 4 unit, dan reklame ukuran kecil 42 unit.
2. Pada segmen 2 daya tampung media reklame sebanyak 20 unit dengan komposisi jumlah reklame besar 2 unit, reklame sedang 8 unit, reklame kecil 10 unit, dimana media reklame di kondisi eksisting sebanyak 45 unit dengan komposisi reklame ukuran besar 1 unit, reklame ukuran sedang 4 unit, dan reklame ukuran kecil 40 unit.
3. Pada segmen 3 daya tampung media reklame sebanyak 24 unit media reklame dengan jumlah komposisi media reklame besar adalah 3 unit, sedang 8 unit, dan kecil adalah 12 unit media reklame, dimana pada kondisi eksisting sebanyak 66 unit dengan komposisi reklame ukuran besar 4 unit, reklame ukuran sedang 5 unit, dan reklame ukuran kecil 57 unit.

Hal ini menunjukkan bahwa pada kondisi eksisting media reklame yang terpasang melebihi dari daya tampung media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta.

B. Berdasarkan hasil Kesesuaian pemasangan media reklame, maka diketahui kesesuaian pemasangan media reklame di Koridor Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang adalah sebagai berikut:

1. Segmen 1 (Timur)

Tingkat kesesuaian pada segmen 1 (Timur) adalah sebesar 50%.

Untuk meningkatkan tingkat kesesuaian, maka pada segmen 1 (Timur) dapat mempertimbangkan :

- a. Aspek Keselamatan : Penempatan.
- b. Aspek Keindahan : Bentuk, jenis dan Ukuran: dan Penempatan
- c. Aspek Keefektifan dalam penyampaian informasi :
Jumlah/jarak media reklame

2. Segmen 1 (Barat)

Tingkat kesesuaian pada segmen 1 (Barat) adalah sebesar 50%.

Untuk meningkatkan tingkat kesesuaian, maka pada segmen 1 (Barat) dapat mempertimbangkan :

- a. Aspek Keselamatan : Penempatan.
- b. Aspek Keindahan : Bentuk, jenis dan Ukuran: dan Penempatan
- c. Aspek Keefektifan dalam penyampaian informasi :
Jumlah/jarak media reklame

3. Segmen 2 (Timur)

Tingkat kesesuaian yang dimiliki adalah sebesar 50%. Untuk meningkatkan tingkat kesesuaian, maka pada segmen 2 (Timur) dapat mempertimbangkan :

- a. Aspek Keselamatan : Penempatan.
- b. Aspek Keindahan : Bentuk, jenis dan Ukuran: dan Penempatan
- c. Aspek Keefektifan dalam penyampaian informasi :
Jumlah/jarak media reklame.

4. Segmen 2 (Barat)

Tingkat kesesuaian yang dimiliki adalah sebesar 62%. Untuk meningkatkan tingkat kesesuaian, maka pada segmen 2 (Barat) dapat mempertimbangkan :

- a. Aspek Keindahan : Bentuk, jenis dan Ukuran: dan Penempatan
- b. Aspek Keefektifan dalam penyampaian informasi :
Jumlah/jarak media reklame

5. Segmen 3 (Timur)

Tingkat kesesuaian yang dimiliki adalah sebesar 50%. Untuk meningkatkan tingkat kesesuaian, maka pada segmen 3 (Timur) dapat mempertimbangkan :

- a. Aspek Keselamatan : Penempatan.
- b. Aspek Keindahan : Bentuk, jenis dan Ukuran: dan Penempatan
- c. Aspek Keefektifan dalam penyampaian informasi :
Jumlah/jarak media reklame

6. Segmen 3 (Barat)

Tingkat kesesuaian yang dimiliki adalah sebesar 50%. Untuk meningkatkan tingkat kesesuaian, maka pada segmen 3 (Barat) dapat mempertimbangkan :

- a. Aspek Keselamatan : Penempatan.
- b. Aspek Keindahan : Bentuk, jenis dan Ukuran: dan Penempatan
- c. Aspek Keefektifan dalam penyampaian informasi :
Jumlah/jarak media reklame

5.2 Saran

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain:

1. Saran bagi penelitian lanjutan
 - a. Diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menentukan pedoman teknis pemasangan media reklame (*guideline*) di Kota Malang, khususnya di Koridor Jalan Soekarno Hatta.

- b. Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai penataan media reklame koridor jalan Soekarno-Hatta dengan lebih memfokuskan pada aspek visual.
 - c. Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai penentuan ukuran media reklame koridor jalan Soekarno-Hatta, karna pada penelitian ini komposisi ukuran media reklame yang telah dihasilkan hanya didasarkan pada kategori waktu dan kecepatan, sehingga dalam realisasi perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang terkait.
 - d. Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai penentuan ukuran media reklame koridor jalan Soekarno-Hatta, Komposisi ukuran media reklame yang dihasilkan pada penelitian ini hanya didasarkan pada variasi waktu, tidak berdasarkan pada variasi lokasi.
 - e. Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut mengenai penentuan ukuran media reklame koridor jalan Soekarno-Hatta, karna pada penelitian lanjutan dapat menerapkan waktu terpadat dalam penentuan ukuran media reklame di masing-masing segmen.
2. Saran bagi pemerintah
 - a. Pemerintah Daerah Kota Malang hendaknya menyusun pedoman teknis pemasangan reklame (*guideline*) di Kota Malang.
 - b. Pemerintah Kota Malang dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pertimbangan dalam penyelenggaraan media reklame, terutama dalam pembatasan jumlah media reklame yang ada saat ini di koridor jalan Soekarno-Hatta.