

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Media informasi publik dapat disajikan dengan berbagai macam jenis yaitu media informasi digital dan media informasi cetak. Media informasi yang kini semakin berkembang dimulai dari informasi cetak yang bermunculan seperti koran yang dapat menyajikan berita kabar secara *up to date*. Seiring berkembangnya media informasi, kini beragam informasi dapat diakses dengan mudah melalui internet. Berkembangnya media informasi ini, yang menjembatani adanya periklanan. Menurut *Dictionary of Marketing* (Ivanovic & Collin, 2003) iklan didefinisikan dengan bisnis untuk mempromosikan barang atau jasa sebagai bentuk ajakan kepada konsumen untuk membeli produk atau jasa. Menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2022, media iklan yang paling sering digunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan, dan mempromosikan suatu produk, orang atau badan, dan jasa melalui media informasi cetak adalah reklame. Reklame ini diletakkan pada lokasi-lokasi yang strategis dimana banyak masyarakat umum dapat melihat dan membaca informasi yang disampaikan dengan jelas.

Salah satu kota yang memiliki persebaran reklame yang cukup banyak adalah Kota Yogyakarta. Hal ini dapat dipengaruhi dengan banyaknya bisnis yang dibangun di Kota Yogyakarta. Adanya reklame ini, dijadikan oleh pemilik usaha atau pemilik badan untuk mempromosikan usaha barang dan jasanya agar dapat dikenal oleh masyarakat. Dengan keberadaan reklame bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap barang atau jasa yang diiklankan. Pada umumnya, reklame dibuat semenarik mungkin yang mengandung bentuk ajakan, penyampaian keunggulan-keunggulan dari suatu barang dan jasa dengan ukuran yang relatif besar. Salah satunya penggunaan reklame jenis *Billboard* dan *Videotron* yang dapat menampilkan iklan dalam ukuran besar. Dengan begitu, informasi yang ditampilkan dalam *Billboard* atau *Videotron* dapat dilihat secara jelas oleh masyarakat meski dalam jarak pandang yang jauh.

Karena keberadaan reklame terdapat di ruang publik, pemerintah kota harus melakukan pengaturan dalam penyelenggaraan reklame agar tercipta keselarasan dan kenyamanan tata ruang kota. Tidak hanya untuk tata ruang kota saja, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2022 tentang Reklame menyatakan bahwa pengaturan penyelenggaraan reklame juga dapat membantu dalam peningkatan pelayanan perizinan dan pembuatan kebijakan terkait pendirian reklame untuk masyarakat. Menurut pihak Dinas Pertanahan dan Tata Ruang yang mengatur perencanaan pemasangan reklame, masyarakat



cukup sulit untuk menentukan lokasi pendirian reklame. Hal ini dikarenakan mereka harus datang langsung ke lokasi-lokasi reklame untuk melihat ketersediaan ruang untuk memasang iklan. Kesulitan pemasangan reklame dapat memicu masalah perencanaan pemasangan reklame tanpa izin. Oleh karena itu, perlu adanya pengaturan oleh pemerintah untuk melakukan pendataan titik reklame yang ada di Kota Yogyakarta yang kemudian dapat disajikan secara visual dalam bentuk peta interaktif. Peta interaktif ini adalah peta yang dapat memberikan interaksi antara manusia dengan peta melalui perantara perangkat lunak (Roth, 2013). Melalui peta interaktif, pengguna dapat lebih mudah untuk mengakses peta secara digital dimana saja dan kapan saja. Namun, sampai saat ini belum ada *platform* yang memadai untuk menyajikan persebaran titik reklame secara visual.

Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Dinas Pertanahan dan Tata Ruang, data terkait titik reklame seperti jenis reklame, ukuran reklame, isi dari reklame, koordinat berdirinya reklame ini hanya disajikan dalam format *excel* saja tanpa dijadikan sebuah peta yang menyajikan persebaran titik reklame secara visual. Padahal data tersebut menjadi komponen yang cukup penting dalam penentuan lokasi pendirian reklame maupun pengaturan kebijakan terkait reklame. Pendataan reklame ini juga bersifat dinamis sehingga diperlukan pendataan secara berkala untuk memudahkan pengaturan tata ruang terkait pemasangan reklame.

Proses pendataan persebaran titik reklame di Kota Yogyakarta yang masih tersimpan dalam format *excel*, dianggap tidak representatif dalam menyajikan data spasial secara visual. Salah satu cara penyajian data spasial sederhana adalah dengan pembuatan peta. Peta dapat digunakan untuk merepresentasikan kondisi permukaan bumi yang disajikan dalam bidang datar. Dengan melihat peta, masyarakat menjadi mudah dalam mengetahui informasi yang semula hanya dalam bentuk tabular kemudian direpresentasikan dalam sebuah peta. Oleh karena itu, kemampuan untuk menyajikan data spasial cukup penting dilakukan terutama dalam bidang pemerintahan (Ali, 2020). Melalui peta, pemerintah dapat dengan mudah memberikan informasi terkait dengan aktifitas pemerintahan kepada publik secara detail.

Pembuatan peta tidak hanya melibatkan pihak yang melakukan pengukuran dan pengumpulan data spasial tetapi juga harus mengetahui ilmu terkait dalam proses pembuatan peta salah satunya yaitu ilmu kartografi. Ilmu kartografi adalah ilmu yang mempelajari tentang aspek estetika dari sebuah peta sehingga pengguna dapat dengan mudah memahami informasi yang tersaji dalam peta (Asiyah dkk., 2020). Melalui kartografi, pembuat peta dituntut dapat menyajikan informasi secara detail sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Informasi yang detail dapat disajikan dalam sebuah peta interaktif dinamis dimana pengguna tidak hanya dapat



berinteraksi dengan peta melainkan dapat melihat perubahan-perubahan data spasial secara *up to date*.

Seiring pesatnya kemajuan teknologi, saat ini peta interaktif dapat disajikan melalui teknologi internet. Peta interaktif yang dapat disajikan melalui internet dapat disebut dengan WebGIS atau *website* berbasis data spasial. WebGIS dapat dirancang dengan memanfaatkan bahasa pemrograman. Penggunaan bahasa pemrograman bertujuan untuk menjembatani data spasial ke *server* yang nanti akan ditampilkan dalam *website*. Apabila data spasial persebaran titik reklame telah dilengkapi dengan data atribut pendukungnya maka data sudah siap untuk dijadikan sebagai bahan dalam pembuatan *website* berbasis spasial. Data disimpan dalam server yang nanti akan dihubungkan ke halaman *website*. Dengan adanya *website* yang memuat peta interaktif ini diharapkan dapat memudahkan masyarakat untuk mencari informasi terkait lokasi-lokasi reklame di Kota Yogyakarta. Manfaat lain dari adanya *website* berbasis spasial ini, yakni dapat dijadikan pedoman masyarakat untuk melakukan perizinan penyelenggaraan reklame dan membantu pemerintah dalam membuat kebijakan tata ruang kota.

I.2 Rumusan Masalah

Keberadaan reklame di Kota Yogyakarta terhitung cukup banyak terlebih Kota Yogyakarta adalah pusat peradaban baik ekonomi maupun bisnis masyarakat. Reklame yang berdiri pada setiap sudut jalan terutama jalan kolektor dan jalan arteri yang dimana sebagai jalur lalu lintas antar daerah menjadikan keberadaan reklame harus mengikuti peraturan tata ruang yang ada. Berdasarkan data Dinas Pertanahan dan Tata Ruang, titik-titik reklame ini hanya disajikan hanya dalam daftar koordinat disertai dengan informasi deskripsi titik reklame, sehingga jika ada kebutuhan terkait perizinan atau penyajian data reklame harus membuka *software* penyaji data spasial dan tidak dapat diakses secara publik.

Hal ini cukup mempersulit pengusaha atau pebisnis yang berkepentingan dalam pendirian reklame untuk melihat secara visual lokasi berdirinya reklame karena harus melakukan survei lapangan yang dinilai kurang efisien. Sejauh ini belum ada *website* publik yang memberikan informasi terkait lokasi-lokasi reklame di Kota Yogyakarta dengan dilengkapi data pendukungnya seperti jenis reklame, ukuran reklame, isi konten iklan reklame yang menjadi bahan penting bagi masyarakat sebelum melakukan perizinan pendirian reklame. Selain itu, tanpa adanya bentuk visual dari lokasi titik reklame dapat mempersulit pemerintah dalam melakukan pemantauan pengadaan reklame. Hal ini akan menjadi penting karena berkaitan dengan pengaturan tata ruang kota.

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah melakukan pembuatan *website* berbasis GIS (WebGIS) yang dapat dimanfaatkan oleh Dinas Pertanahan dan Tata Ruang untuk memberikan informasi lokasi-lokasi titik reklame di Kota Yogyakarta. Berdasarkan tujuan tersebut maka dapat dibuat tujuan yang lebih spesifik sebagai berikut:

1. Merancang WebGIS Lokasi Titik Reklame di Kota Yogyakarta Tahun 2022.
2. Menyajikan Peta Lokasi Titik Reklame di Kota Yogyakarta Tahun 2022 melalui WebGIS.
3. Menguji usabilitas WebGIS Lokasi Titik Reklame di Kota Yogyakarta.

I.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam pembuatan WebGIS persebaran titik reklame meliputi:

1. Lokasi pemetaan titik reklame berada di Kota Yogyakarta.
2. Data yang digunakan adalah data koordinat titik reklame besar dan reklame sedang tahun 2022.
3. Bentuk reklame besar dan sedang dikelompokkan berdasarkan daftar data reklame milik Dinas Pertanahan dan Tata Ruang Kota Yogyakarta sebagai data sekunder.
4. Reklame yang dituju pada WebGIS adalah reklame permanen seperti *billboard*, *videotron*, dan lukisan dinding berdasarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2022.
5. Data pendukung yang digunakan berupa alamat lokasi berdirinya reklame, jenis reklame, isi/naskah reklame, ukuran reklame, status reklame, dan foto reklame.
6. Data pendukung dikumpulkan dalam atribut tabel tiap titik koordinat.
7. Informasi yang akan disajikan dalam WebGIS adalah lokasi-lokasi titik reklame yang dilengkapi dengan *pop up* yang berisi data pendukung titik reklame.

I.5 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya:

1. Dapat membantu para pemilik usaha atau pebisnis untuk memasang iklan pada lokasi-lokasi yang sesuai berdasarkan informasi lokasi-lokasi reklame di Kota Yogyakarta.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan data-data persebaran reklame yang ada di Kota Yogyakarta secara lebih efisien dan efektif.
3. Membantu pemerintah terutama Dinas Pertanahan dan Tata Ruang dalam memberikan pertimbangan dalam pemberian pelayanan perizinan pengadaan reklame dan membantu dalam proses pembuatan kebijakan-kebijakan terkait pengadaan reklame.

I.6 Tinjauan Pustaka

Semakin pesatnya kebutuhan akan barang dan jasa mengharuskan pelaku usaha memperkenalkan usahanya kepada masyarakat umum melalui pengiklanan. Media yang dapat digunakan untuk pengiklanan adalah reklame *billboard*. Pada penelitian Mokhammad di Kabupaten Pasuruan (Mokhammad & Widodo, 2020), pemasangan reklame kerap terjadi penyimpangan salah satunya pemasangan reklame tanpa izin. Tercatat sebanyak 60 reklame di Kabupaten Pasuruan yang tidak memiliki izin. Angka ini termasuk tinggi dibandingkan dengan kabupaten sekitarnya seperti, Kabupaten Gresik dan Kabupaten Sidoarjo yang memiliki jumlah reklame tanpa izin sebanyak 12 dan 8 berturut-turut.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Haris di Kota Malang (Haris dkk., 2019) mengevaluasi kebijakan terkait reklame tanpa izin yang mempengaruhi keindahan kota. Dalam studi tersebut dilakukan pengaturan strategi penertiban pemasangan reklame tanpa izin. Strategi yang dilakukan diantaranya, pengecekan data perizinan pajak reklame, penindakan tegas bagi yang melanggar aturan, dan pemberian denda yang mahal untuk reklame tanpa izin. Harapannya dengan adanya pengaturan penertiban izin pemasangan reklame ini dapat menekan pemasangan reklame yang berlebihan sehingga pengadaan reklame tidak mengganggu keindahan kota.

Adanya permasalahan yang timbul akibat pemasangan reklame yang berlebihan maka masyarakat perlu diperkenalkan tentang bagaimana prosedur melakukan perizinan pemasangan reklame. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Kawuningrum di Kabupaten Bantul, perlu dibuat sebuah sistem *website* berbasis spasial (WebGIS) untuk izin penyelenggaraan reklame bagi masyarakat khususnya pemohon wajib pajak untuk mengetahui prosedur, mekanisme, dan perizinan penyelenggaraan reklame (Kawuningrum, 2021). Metode pengumpulan data yang berkaitan dengan reklame ini diperoleh berdasarkan studi dokumen milik Dinas Pendapatan



Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Bantul. Kemudian sistem dibangun berlandaskan pada kajian permasalahan yang terjadi di masyarakat seperti prosedur permohonan perizinan penyelenggaraan reklame, biaya pajak yang harus dikeluarkan, dan lokasi mana yang dapat didirikan reklame.

Berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Kawuningrum, penelitian yang dilakukan oleh Novandhika (Novandhika dkk., 2021), berfokus pada pembuatan WebGIS yang memanfaatkan sistem informasi geografis (SIG). Pembuatan WebGIS ini dilatarbelakangi oleh masalah yang dialami masyarakat yang ingin memasang iklan pada reklame dimana mereka mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi persebaran titik reklame tetap. Metode SIG yang digunakan dalam penelitian ini untuk menampilkan persebaran titik reklame dan penggunaan *website* agar mudah dijangkau oleh masyarakat. Penelitian ini juga menggunakan fungsi analisis spasial yaitu metode *Fuzzy Tsukamoto* untuk memberikan rekomendasi lokasi pemasangan reklame di ruang publik. Metode ini didasarkan pada aturan tertentu sebagai bentuk rekomendasi pemasangan papan reklame berdasarkan variable yang didefinisikan kemudian dikumpulkan untuk masuk pada tahap penyusunan aturan.

Kebutuhan akan sistem informasi geografis (SIG) saat ini cukup diperlukan terutama dalam pembangunan aplikasi berbasis spasial (Kurniawati dkk., 2020). SIG adalah salah satu sistem yang dirancang untuk memproses data spasial seperti membuat, mengelola, dan menyajikan data spasial agar nantinya dapat dilakukan analisis. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, ia menggunakan SIG untuk mengimplementasikan informasi yang belum berbasis spasial menjadi data spasial yang dapat disajikan berbasis SIG. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ayuba (Ayuba dkk., 2018) juga memanfaatkan SIG untuk pemetaan persebaran sarana prasarana Sekolah Menengah Atas dan Sederajat dengan melakukan proses simbologi untuk data spasial menggunakan software pengolah data spasial. Hasil peta selanjutnya dapat digunakan untuk analisis dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan sarana prasarana tersebut.

Sebuah data spasial yang hanya disimpan dalam bentuk data posisi keruangan saja tidak cukup untuk dijadikan sebagai bahan dalam melakukan analisis. Sehingga dalam SIG, data spasial diolah dengan dilengkapi data atribut sebagai data pendukung dari informasi spasial tersebut. Sebuah data spasial tidak hanya mengandung satu data attribute melainkan dapat mengandung lebih dari satu data attribute untuk memperkaya informasi terkait data spasial tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kshetri (Kshetri dkk., 2020), ia membutuhkan sistem basis data spasial untuk menghubungkan data spasial dengan data-data atributnya. Dengan begitu basis data spasial dapat dengan mudah untuk diolah maupun



Penelitian ini juga memanfaatkan PostgreSQL untuk menyimpan data spasial dan menghubungkan data spasial kedalam sistem *website* untuk ditampilkan dalam *website* menjadi sebuah WebGIS.

WebGIS dapat diimplementasikan dalam proses manajemen kota yang melibatkan masyarakat untuk mengambil keputusan seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Bendib (Bendib dkk., 2016). WebGIS dijadikan sebagai *platform* sebagai sistem pengatur *administrasi* kota dengan memberikan fungsi utama yaitu, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses, berkonsultasi, dan memperoleh data spasial sebagai bentuk partisipasi dalam pembangunan kota. Sehingga terjadi interaksi dan kolaborasi antara pemerintah dengan masyarakat dalam pembangunan kota.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya terkait studi tentang pengadaan reklame, inovasi untuk dapat menyediakan peta berbasis *website* yang menyajikan persebaran reklame studi kasus di Kota Yogyakarta secara interaktif perlu dilakukan. Dengan adanya peta berbasis *website* ini diharapkan dapat membantu pemerintah dan masyarakat dalam perencanaan penyelenggaraan reklame baik pengaturan kebijakan terkait reklame maupun perencanaan pendirian reklame. Selain itu, keberadaan *website* ini juga akan memudahkan masyarakat mengakses persebaran reklame secara praktis dan efisien. Diharapkan dengan keberadaan *website* yang memuat peta persebaran reklame di Kota Yogyakarta akan tercipta keselarasan antara masyarakat dan pemerintah untuk pengaturan pendirian reklame.