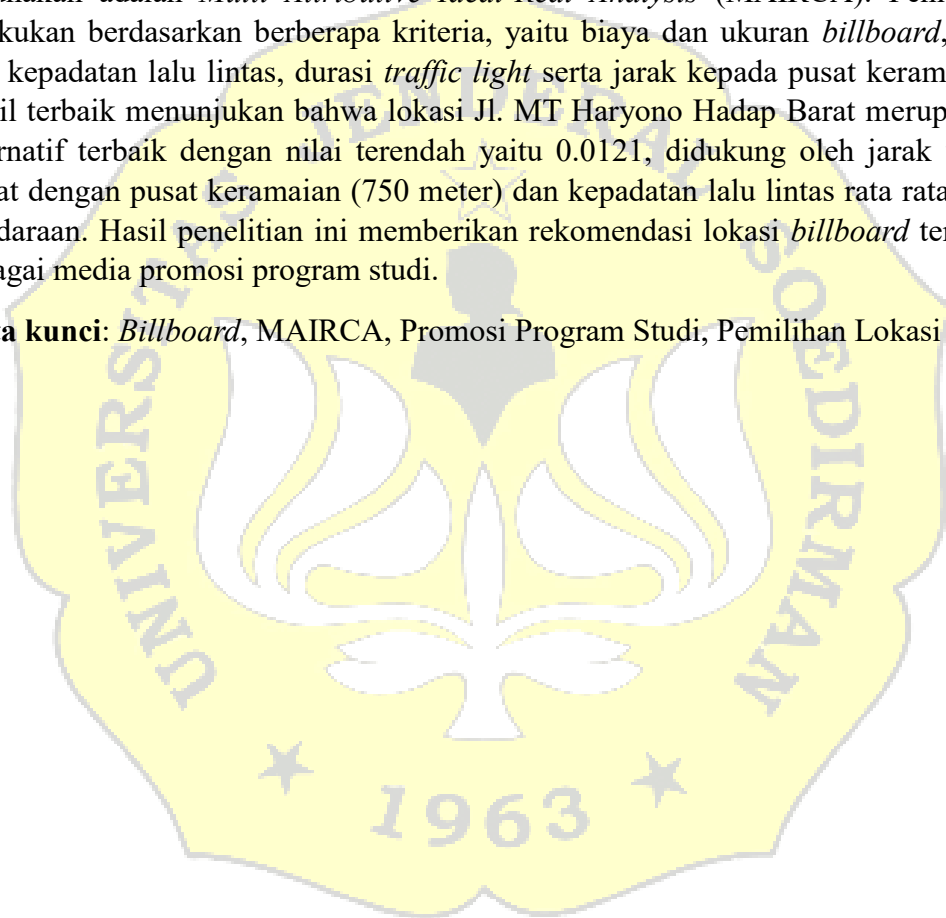


ABSTRAK

Persaingan antar perguruan studi di Kabupaten Purbalingga menuntut setiap program studi menerapkan strategi yang efektif dan efisien dalam menarik calon mahasiswa baru. Salah satu media promosi yang dapat digunakan adalah *billboard* sebagai media iklan luar ruang yang memiliki jangkauan luas dan mampu memberikan paparan visual yang berulang kepada pengguna jalan. Namun efektivitasnya sangat bergantung pada ketepatan pemilihan lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kriteria serta menentukan lokasi terbaik pemasangan *billboard* promosi di Kabupaten Purbalingga. Metode yang digunakan adalah *Multi Attributive Ideal-Real Analysis* (MAIRCA). Penilaian dilakukan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu biaya dan ukuran *billboard*, rata rata kepadatan lalu lintas, durasi *traffic light* serta jarak kepada pusat keramaian. Hasil terbaik menunjukkan bahwa lokasi Jl. MT Haryono Hadap Barat merupakan alternatif terbaik dengan nilai terendah yaitu 0.0121, didukung oleh jarak yang dekat dengan pusat keramaian (750 meter) dan kepadatan lalu lintas rata rata 816 kendaraan. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi lokasi *billboard* terbaik sebagai media promosi program studi.

Kata kunci: *Billboard*, MAIRCA, Promosi Program Studi, Pemilihan Lokasi



ABSTRACT

Competition among higher education institutions in Purbalingga Regency requires each study program to implement effective and efficient promotional strategies to attract prospective students. One promotional medium that can be utilized is billboards as an outdoor advertising medium that has a wide reach and is capable of providing repeated visual exposure to road users. However, its effectiveness strongly depends on the accuracy of location selection. This study aims to identify the criteria and determine the best location for installing promotional billboards in Purbalingga Regency. The method used in this research is Multi Attributive Ideal-Real Analysis (MAIRCA). The evaluation was conducted based on several criteria, namely billboard cost and size, average traffic density, traffic light duration, and distance from the city activity center. The results indicate that the location on MT Haryono Street (west-facing) is the best alternative with the lowest final value of 0.0121, supported by its close distance to the activity center (750 meters) and an average traffic density of 816 vehicles. This study provides a recommendation for the optimal billboard location as a promotional medium for the study program.

Keywords: *Billboard, MAIRCA, Promotion, Location Selection*

