

# IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 9 TAHUN 2018 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME DI KABUPATEN SUKOHARJO

Silvia Chindy Monica<sup>1</sup>, Sapto Hermawan<sup>2</sup>, Asianto Nugroho<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Universitas Sebelas Maret; Indonesia

\* Correspondence e-mail; [chindymonicha65@gmail.com](mailto:chindymonicha65@gmail.com)

## Article history

Submitted: 2024/08/01; Revised: 2024/08/11; Accepted: 2024/08/18

## Abstrak

The purpose of this research is to evaluate the implementation of Regional Regulation Policy Number 9 of 2018 concerning billboards in Sukoharjo Regency and to identify obstacles and efforts related to billboard management. This empirical study was conducted at the One-Stop Investment and Integrated Service Office (DPM-PTSP) and the Civil Service Police Unit (Satpol PP) in Sukoharjo Regency, using both primary and secondary data sources. Data were collected through interviews and literature reviews, with analysis employing the deductive syllogism technique, which involves reasoning from premises to conclusions. Findings indicate that Satpol PP has coordinated with agencies like BKD, PLN, and DPU, and has implemented educative and preventive measures by issuing warnings to billboard organizers. However, challenges include insufficient equipment, such as cranes, the need for better coordination with PLN for electrical issues, and difficulties in identifying billboard owners due to third-party involvement in the licensing process. Efforts to enhance policy effectiveness include acquiring additional equipment, improving inter-agency coordination, simplifying the licensing process, educating the public, enforcing laws consistently, and conducting periodic evaluations. These actions reflect a commitment to creating an orderly and safe environment.

## Kata Kunci

Policy, Billboards, Sukoharjo, Satpol PP, DPMPPTSP



© 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kesatuan yang berbentuk republik dengan pelaksanaan otonomi daerah sesuai dengan asas desentralisasi. Pelaksanaan asas desentralisasi politik, tampak pada adanya perubahan relasi antara pemerintah pusat dan daerah (Kacung Marijan, 2010:153). Asas desentralisasi memberikan kewenangan penuh kepada pemerintah daerah untuk meningkatkan kemajuan daerahnya sendiri,

sehingga daerah pun mempunyai peluang besar dikarenakan semakin mudahnya akses terhadap pelayanan publik. Pemerintah mempunyai peranan penting dalam membangun lingkungan investasi yang sehat untuk memajukan taraf ekonomi di masyarakat, baik dengan memaksimalkan potensi yang ada di masyarakat maupun bekerja sama dengan sektor swasta.

Pada era globalisasi, banyaknya kegiatan yang berhubungan dengan perdagangan produk maupun jasa mengakibatkan persaingan promosi semakin ketat, sehingga kebutuhan akan media guna promosi menjadi kebutuhan yang penting yakni dapat kita lihat dari maraknya persaingan promosi yang tinggi intensitasnya. Para pengusaha berlomba-lomba mempromosikan jenis produk maupun jasa kepada masyarakat dengan berbagai macam media. Seperti, media reklame, media radio, televisi, koran dll. Reklame memiliki potensi yang positif untuk menyampaikan atau menginformasikan produk maupun jasa bagi pengguna jalan sebab reklame mempunyai prospek untuk berkembang dan terus meningkat jumlahnya. Reklame umumnya terdapat di area yang sering dilalui masyarakat, misalnya pada sisi persimpangan jalan raya. Reklame juga digunakan sebagai alat komunikasi visual dalam lingkungan perkotaan, baik untuk iklan komersial, iklan politik, maupun iklan sosial. Reklame umumnya berisi ilustrasi yang besar dan menarik disertai dengan slogan.

Tingkat pertumbuhan reklame di Kabupaten Sukoharjo pun juga semakin hari semakin ramai. Hal tersebut perlu diimbangi dengan adanya peraturan daerah yang mengatur mengenai penyelenggaraan reklame. Maka dari itu, pemerintah Kabupaten Sukoharjo mengeluarkan peraturan daerah mengenai penyelenggaraan reklame yang mana tertuang pada Peraturan daerah Nomor 9 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo. Pengaturan penyelenggaraan reklame merupakan salah satu upaya guna meningkatkan pengendalian, pembinaan dan pengawasan sebagai bentuk usaha melindungi kepentingan dan ketertiban umum.

Berdasarkan Peraturan daerah Kabupaten Sukoharjo Nomor 9 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame, reklame dapat diartikan berupa benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau Badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Adanya peraturan daerah mengenai penyelenggaraan reklame bertujuan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah Kabupaten Sukoharjo melalui pajak reklame, meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, melindungi ketertiban dan

*Silvia Chindy Monica, et al.*

keselamatan pengguna jalan, mengendalikan keserasian tata ruang kota serta menjaga keindahan dan kelestarian lingkungan sesuai dengan rencana penataan kawasan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dalam menetapkan konten maupun materi yang termuat dalam reklame serta hal-hal yang berkaitan dalam penyelenggaraan reklame haruslah memperhatikan etika agar norma kesopanan terjaga.

Menurut kenyataan di lapangan dalam pengimplementasian kebijakan penyelenggaraan reklame masih ditemukan pelanggaran yang menyalahi peraturan daerah yang telah diatur, namun tindakan dari pihak terkait masih terlihat belum dilakukan secara menyeluruh. Seperti yang tertuang dalam Pasal 15 Ayat (1) Perda Nomor 9 Tahun 2018 yang menyatakan bahwa “Penyelenggara Reklame wajib memiliki izin dari Bupati.”

Perizinan merupakan salah satu aspek penting dalam sektor pelayanan publik, secara izin ialah bukti penting secara hukum. Di Kabupaten Sukoharjo masih sering ditemukan orang maupun badan hukum yang secara sadar tidak mentaati aturan pada pasal tersebut, dapat dilihat dari masih maraknya reklame liar atau reklame yang tidak memiliki izin resmi dari instansi terkait yang tentunya tidak memperhatikan tata letak kota dan keserasian lingkungan. Pelanggaran ini sering terlihat di ruas jalan di Kabupaten Sukoharjo menjelang pemilihan kepala daerah seperti saat ini atau menjelang hari raya keagamaan seperti Idul Fitri, Hari Raya Natal, dll. Tak jarang pula ditemukan banner maupun rontek berupa iklan restoran, iklan bazar buku murah dan iklan lainnya, dibuktikan dengan adanya razia reklame pada 13 Februari 2020 yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja di kawasan Alun-Alun Satya Negara Sukoharjo dan Solo baru.

Keberadaan reklame yang tidak memiliki izin, tentunya menyebabkan kerugian yang cukup besar pada pemasukan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor ekonomi, hal tersebut dikarenakan pendapatan daerah yang seharusnya didapat dari retribusi pajak reklame dan biaya sewa lahan bagi yang berada di lahan milik pemerintah. Sehingga diperlukan peningkatan upaya penertiban guna mengatasi keberadaan reklame ilegal ini.

Instansi yang mempunyai tugas pokok dalam bidang pelayanan perizinan pemasangan reklame di Kabupaten Sukoharjo adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMTSP) Kabupaten Sukoharjo. Sebelum dilakukan pemasangan reklame Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (DPUPR) telah membuat perencanaan penempatan reklame serta melakukan pembinaan dan pengaturan ruang reklame berdasarkan lokasi atau kawasan yang sesuai dengan

pemanfaatan wilayah. Sedangkan yang bertanggung jawab dalam mengawasi serta menertibkan reklame di Kabupaten Sukoharjo adalah Satuan Polisi Pamong Praja.

Permasalahan lain yang sering dijumpai yakni reklame yang masih terpasang di sejumlah titik di Kabupaten Sukoharjo namun telah berakhir masa izin pemasangannya. Reklame yang tidak segera dibongkar setelah berakhir masa izin pemasangannya dan tidak diperpanjang lagi maka akan dilakukan pembongkaran oleh Pemerintah Daerah dan hasil dari pembongkaran tersebut menjadi milik Pemerintah Daerah.

Penyelenggaraan reklame selain melibatkan mengenai kegiatan perekonomian juga berkaitan erat dengan tata ruang kota, keselarasan dan kelestarian lingkungan. Proses penempatan reklame meliputi proses pemetaan, penataan dan penetapan titik reklame yang memperhatikan estetika, keamanan, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana penataan kawasan sesuai dengan Pasal 11 Ayat (2) Perda Nomor 9 Tahun 2018 yang berbunyi :

“Perencanaan penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memperhatikan norma agama, kesopanan, kesusilaan, estetika, keamanan, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana tata ruang daerah..”

Reklame yang tidak berizin tentunya melanggar ketentuan pada pasal tersebut, seperti kita ketahui masih banyak ditemukan reklame berbentuk spanduk maupun selebaran atribut kampanye calon kepala daerah Kabupaten Sukoharjo di jalan protokol terlarang yakni diantaranya jalan raya Nguter-Tanjunganom, jalan Ngasem-Kleco, Tugu Kartasura, jalan Solo-Jogja, maupun pepohonan yang tidak mengindahkan keserasian lingkungan. Ketidaksesuaian pemasangan reklame sesuai titik yang telah ditetapkan juga mengakibatkan merosotnya kualitas kota karena tata ruang kota dilanda polusi papan reklame yang berlebih.

Adanya proses implementasi kebijakan sangat menentukan apakah sebuah produk kebijakan publik memenuhi tujuan idealnya. Karena kerap ditemukan produk kebijakan publik berupa perundang-undangan mengalami stagnasi apalagi jika berbenturan dengan kepentingan publik. Implementasi kebijakan adalah proses yang rumit dan kompleks dengan melibatkan berbagai aktivitas dan kegiatan serta berbagai macam pemangku kepentingan (Budiman Rusli, 2013: 85).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul “Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo.”

*Silvia Chindy Monica, et al.*

## **METODE**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan empiris, dengan data primer dari wawancara dan observasi di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini bersifat preskriptif dan terapan, dengan fokus pada norma hukum dan penerapan prinsip hukum sesuai yang diatur dalam peraturan daerah. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), yaitu menganalisis undang-undang dan regulasi terkait isu hukum. Data primer diperoleh langsung dari sumber di lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi dan literatur pendukung. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dengan pihak terkait dan studi pustaka untuk mengumpulkan informasi teoritis. Analisis data dilakukan dengan teknik deduktif silogisme, yaitu menarik kesimpulan berdasarkan premis yang ada. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama enam bulan, mencakup tahap pengajuan judul, penyusunan rencana penelitian, seminar, pengumpulan data, analisis, penulisan laporan akhir, dan sidang penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo**

#### ***Komunikasi***

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari pihak pertama atau komunikator kepada pihak kedua atau komunikan. Pernyataan tersebut sesuai dengan pandangan yang dikemukakan oleh Bernard Berelson dan Gray A. Steiner dalam Mulyana (2013:68) komunikasi merupakan suatu transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang disebut dengan komunikasi. Teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini lebih spesifik pada komunikasi kebijakan, yaitu proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan (*policy maker*) kepada pelaksana kebijakan (*policy implementor*).

Adapun beberapa dimensi pada komunikasi kebijakan diantaranya dimensi transmisi, dimensi kejelasan informasi dan dimensi konsistensi. Penanggungjawab pelaksanaan kebijakan harus mengkomunikasikan isi kebijakan tersebut kepada para pelaksana dan substansi kebijakan harus dipahami oleh para pelaksana dengan sebaik-baiknya. Perintah-perintah implementasi kebijakan yang tidak ditransmisikan dan yang terdistorsi dalam transmisi atau tidak konsisten akan mendatangkan

hambatan-hambatan serius dalam implementasi kebijakan. Hambatan yang sering kali terjadi dalam transmisi implementasi diantaranya terkait pertentangan pendapat antar pelaksana dengan perintah yang dikeluarkan oleh pengambil kebijakan, informasi yang melewati berlapis-lapis hirarki birokrasi, komunikasi dihambat oleh persepsi yang selektif dan ketidakmauan para pelaksana untuk mengetahui persyaratan-persyaratan suatu kebijakan.

Informasi mengenai isi kebijakan tidak hanya diinformasikan kepada implementor melainkan juga kepada semua pihak yang berkepentingan. Dimensi-dimensi ini menghendaki agar kebijakan publik disampaikan tidak hanya kepada para pelaksana (implementor) tetapi juga pada kelompok sasaran kebijakan dan pihak lain yang berkepentingan baik langsung maupun tidak langsung terhadap kebijakan publik tersebut. Proses implementasi kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo melibatkan beberapa aktor pelaksana kebijakan yang menaungi berbagai tugas dan fungsi sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan kebijakan. Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Satu Pintu berperan sebagai dinas yang memiliki tugas menaungi segala aktivitas perizinan reklame dan Satuan Polisi Pamong Praja yang bertugas sebagai pihak yang menertibkan dan membersihkan reklame yang tidak memiliki izin atau yang sudah berakhir masa tayangnya.

Selain kedua lembaga pelaksana diatas, peran masyarakat selaku pihak sasaran dalam implementasi kebijakan merupakan penentu dari berhasil atau tidaknya sebuah implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan lembaga pelaksana kebijakan mengenai penyelenggaraan reklame, teori komunikasi kebijakan yang terdiri dari dimensi transmisi, dimensi kejelasan informasi dan dimensi konsistensi dilakukan dengan baik serta sesuai dengan keadaan di lapangan. Komunikasi antar perangkat daerah terkait saling membantu satu sama lain sesuai dengan fungsi dan tugas masing-masing.

Pihak DPMPTSP memberikan data kepada Satpol PP tentang perizinan reklame. Data tersebut mencakup masa tayang dan lokasi penempatan reklame. Jika di lapangan pihak Satpol PP menemukan reklame yang tidak sesuai dengan data yang diperoleh maka Satpol PP berhak membongkar reklame tersebut jika berjenis reklame insidentil, namun jika jenis reklame tetap pihak Satpol PP tidak bisa langsung membongkar karena reklame tetap memiliki uang jaminan bongkar, jadi harus menghubungi terlebih dahulu pihak pemasang reklame dan menunggu keputusan apakah akan dibongkar sendiri atau dibongkar oleh Satpol PP. Pelanggaran semacam ini bisa ditindak lebih lanjut oleh pihak pengadilan karena telah melanggar peraturan

*Silvia Chindy Monica, et al.*

daerah dan perwali. Namun lain halnya dengan reklame yang sudah rusak maka harus segera dibersihkan dan dibongkar agar tidak mengganggu masyarakat lain serta mencegah terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

### ***Sumber daya***

Fungsi sumber daya dalam sebuah kebijakan mempengaruhi berhasil atau tidaknya kebijakan tersebut. Meskipun aturan dari sebuah kebijakan sudah jelas dan dianggap tidak memiliki kendala, namun apabila sumber daya tidak memiliki kualitas dan kuantitas yang memadai, akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu kebijakan. Menurut Edward III dalam Widodo (2010:98) terdapat beberapa sumber daya yang berpengaruh dalam pelaksanaan kebijakan yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya: sumber daya manusia, sumber daya anggaran atau keuangan dan sumber daya peralatan.

Dari beberapa sumber tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut. Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) memiliki sumber daya yang baik secara kualitas dan kuantitas. Hal tersebut bisa dilihat dari struktur organisasi kepegawaian yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, jumlah pegawai memadai dan pegawai mengerti apa yang harus dikerjakan. Sedangkan sumber daya manusia di Satpol PP kurang begitu memadai, karena secara kuantitas sumber daya manusia di Satpol PP khususnya di bidang reklame tidak begitu mencukupi. Untuk menertibkan reklame se Kabupaten Sukoharjo harusnya dikerahkan banyak anggota, mengingat Kabupaten Sukoharjo sangat luas dan jumlah yang dimiliki anggota reklame di Satpol PP saat ini hanya sebanyak 15 orang. Jumlah tersebut tentunya sangat minim jika harus membersihkan dan menertibkan reklame di Kabupaten Sukoharjo meskipun anggota Satpol PP dikerahkan setiap hari bahkan malam hari diwaktu-waktu tertentu.

Sumber daya anggaran juga berpengaruh dalam pelaksanaan Peraturan Daerah ini. Sumber daya anggaran merupakan salah satu variabel yang berperan dalam perihal pendanaan atau pembiayaan operasional pelaksanaan kebijakan. Apabila anggaran sangat minim, maka dapat berpengaruh terhadap keberhasilan kebijakan. Kenyataan yang peneliti lihat di lapangan di beberapa perangkat daerah dalam melaksanakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo berasal dari APBD Kabupaten Sukoharjo. Masing-masing perangkat daerah mengajukan anggaran dana per satu tahun. Dana dari APBD yang selanjutnya dialokasikan ke ketiga perangkat daerah tersebut digunakan untuk berbagai hal dalam rangka menunjang pelaksanaan Perda tentang penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sukoharjo misalnya untuk

menunjang peralatan/fasilitas dan perlengkapan, komunikasi yang berkaitan dengan sosialisasi, dan lainnya.

Sumber daya peralatan merupakan sumber daya pendukung yang dapat membantu proses penyelenggaraan reklame. Tanpa peralatan yang memadai, suatu implementasi kebijakan akan terhambat dan tidak bisa dimaksimalkan. Sumber daya peralatan dalam hal ini terkait dengan fasilitas yang ada di masing-masing perangkat daerah. Di DPMPTSP peralatan yang banyak dibutuhkan seperti alat-alat kantor, ATK, komputer dan lain sebagainya. Sedangkan peralatan yang dibutuhkan Satpol PP diantaranya mobil pengangkut barang, las, grenda, tali, gergaji dan lain-lain. Menurut hasil penelitian, sumber daya peralatan yang ada di masing-masing perangkat daerah sudah memadai dan cukup membantu proses implementasi kebijakan khususnya dalam penyelenggaraan reklame.

### *Disposisi*

Edward III dalam Widodo (2010:104) menjelaskan bahwa salah satu penentu keberhasilan suatu implementasi kebijakan tidak hanya seberapa jauh pengetahuan aktor yang bersangkutan melainkan juga dari kemauan aktor tersebut terhadap kebijakan yang akan diimplementasikan. Disposisi merupakan kemauan, keinginan dan kecenderungan para pelaku kebijakan untuk melaksanakan kebijakan secara sungguh-sungguh dan berkomitmen sehingga tujuan dari kebijakan tersebut dapat diwujudkan dengan baik. Disposisi tidak hanya akan menguntungkan pihak instansi saja tapi juga menguntungkan para aktor tersebut jika dalam pekerjaannya para aktor mengerjakan dengan baik dan maksimal. Dalam implementasi Perda tentang penyelenggaraan reklame menunjukkan disposisi yang positif. DPMPTSP dan Satpol PP selaku perangkat daerah yang berperan banyak dalam hal ini memberikan sikap serta kemauan yang positif dalam menyukseskan tujuan dari Perda tersebut. Semua perangkat daerah memiliki peran aktif dalam memberikan pelayanan termasuk dalam menanggapi respon keluhan dari berbagai pihak terutama bagaimana mengakomodir seluruh aktor yang bersangkutan agar implementasi kebijakan berjalan dengan baik.

Sikap para pelaksana dalam implementasi Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo adalah menerima dan melaksanakan sesuai dengan ketentuan. Sikap tersebut mempengaruhi intensitas disposisi para pelaksana. Kepatuhan sika para pelaksana terhadap kebijakan akan berpengaruh terhadap partisipasi masyarakat dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut. komitmen yang tinggi dan integritas para pelaksana kebijakan menyebabkan kebijakan berjalan dengan baik khususnya dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sukoharjo.



*Silvia Chindy Monica, et al.*

### **Struktur birokrasi**

Struktur birokrasi memberikan peranan yang tidak kalah penting dalam pelaksanaan implementasi peraturan daerah. Salah satu fungsi dari struktur birokrasi adalah memberikan kejelasan tentang tugas pokok dan fungsi (tupoksi) masing-masing aktor yang terlibat dalam implementasi kebijakan. Struktur birokrasi mencegah adanya tumpang tindih tugas antar aktor yang berperan. Kebijakan yang begitu kompleks menuntut kerjasama banyak orang, ketika struktur birokrasi tidak kondusif pada kebijakan yang tersedia, maka hal ini akan menyebabkan sumberdaya yang ada menjadi tidak efektif dan menghambat jalannya kebijakan.

Implementasi kebijakan Peraturan Daerah tentang penyelenggaraan reklame dibantu oleh beberapa perangkat daerah yang bertugas sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Bupati Sukoharjo. Keberadaan beberapa perangkat daerah tersebut berperan aktif dalam setiap pelaksanaan kebijakan tentang penyelenggaraan reklame. Dimasing-masing perangkat daerah terdapat struktur birokrasi yang dibuat berdasarkan peran dan tugas masing-masing aktor. Dari kedua perangkat daerah tersebut, struktur birokrasi yang dijalankan cukup baik. Tidak ada pegawai yang melakukan banyak tugas karena tupoksi dari masing-masing bidang dan seksi sudah jelas.

### **Kendala Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo**

Adapun kendala implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame secara internal tidak ada hambatan apapun karena masing-masing perangkat daerah berusaha mengoptimalkan kinerjanya dengan baik dan berupaya memberikan pelayanan yang maksimal untuk masyarakat, namun terdapat beberapa kendala kecil internal yang dialami oleh Satpol PP sesuai dengan pernyataan Bima bahwa kurangnya persediaan peralatan, karena terkadang reklame terpasang tinggi, sedangkan satpol PP tidak punya mobil crain untuk mencabut reklame yang besar dan tinggi. Kendala yang lain dari reklame yang besar dan tinggi itu kan terkadang ada arus listriknya, sehingga satpol PP harus berkoordinasi dengan PLN.

Sedangkan faktor penghambat secara eksternal yaitu adanya orang ketiga atau biro jasa. Masih ditemukan adanya orang ketiga dalam pelaksanaan perizinan. Hal tersebut akan mengganggu dan menyulitkan pihak Satpol PP terkait dengan kelengkapan identitas pemilik reklame karena ketika nanti ada pelanggaran dilapangan akan sulit dihubungi. Selain itu, kesadaran masyarakat akan patuh terhadap hukum yang berlaku juga masih minim meskipun menurut penuturan

beberapa aktor terlibat sudah lebih baik dibanding dengan beberapa tahun yang lalu. Namun, menurut tinjauan yang dilakukan oleh peneliti, penertiban reklame insidental disepanjang jalan raya Kota Sukoharjo pasti ada pelanggaran reklame. Mulai dari masa tayang habis, jumlah reklame yang dipasang tidak sesuai dengan data, penempatan lokasi yang salah sampai reklame yang tidak memiliki izin. Bisa disimpulkan bahwa hambatan terbesar sebenarnya ada pada masyarakat atau pemilik reklame. Karena kebanyakan pelanggaran terjadi karena ulah masyarakat yang tidak mau mematuhi dan mengikuti prosedur hukum di daerahnya.

### **Upaya Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo**

Adapun upaya yang dilakukan untuk mengimplementasikan Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo sesuai dengan pernyataan Bima Hani Kusuma selaku Fungsional Polisi Pamong Praja Ahli Muda pada Satuan Polisi Pamong Praja yaitu:

“...kita Bersama-sama dengan BKD dan juga berkoordinasi dengan PLN (apabila reklame terlalu tinggi dan besar sehingga mengenai kabel PLN) untuk pemutusan arus listrik, selain itu kita beberapa kali juga meminjam mobil crane ke DPU termasuk operatornya, namun sebisa mungkin kita hubungi terlebih dahulu penyelenggara reklame sebagai peringatan awal sebelum dilakukan pembongkaran, siapa tahu mereka masih membutuhkan reklame tersebut hanya saja memang pemasangannya yang tidak sesuai dengan aturan. Jadi agar penyelenggara reklame tersebut bisa menertibkan sendiri reklame yang telah mereka pasang sehingga tidak rusak dan dapat dimanfaatkan kembali (wawancara, 20 Mei 2022 pukul 11.00 WIB)”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bima Hani Kusuma, Fungsional Polisi Pamong Praja Ahli Muda pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sukoharjo, terdapat beberapa upaya yang dilakukan dalam mengimplementasikan Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame. Salah satu upaya yang dilakukan adalah berkoordinasi dengan Badan Keuangan Daerah (BKD) terkait administrasi dan penegakan aturan mengenai reklame. Selain itu, Satpol PP juga bekerja sama dengan PLN untuk menangani reklame yang berpotensi mengganggu jaringan listrik, khususnya jika reklame tersebut terlalu tinggi atau besar hingga menyentuh kabel PLN. Dalam beberapa kasus, Satpol PP meminjam mobil crane beserta operator dari Dinas Pekerjaan Umum (DPU) untuk membantu dalam pembongkaran reklame yang melanggar aturan. Sebelum mengambil tindakan pembongkaran, Satpol PP berusaha menghubungi penyelenggara reklame terlebih

*Silvia Chindy Monica, et al.*

dahulu sebagai peringatan awal. Hal ini dilakukan agar penyelenggara dapat menertibkan reklame yang dipasang tidak sesuai dengan aturan sehingga reklame tersebut tidak rusak dan masih dapat dimanfaatkan kembali. Pendekatan ini menunjukkan bahwa selain melakukan penegakan aturan, Satpol PP juga memberikan kesempatan kepada penyelenggara reklame untuk memperbaiki situasi sebelum tindakan penegakan dilakukan.

Untuk mengatasi kendala dalam implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo, ada beberapa langkah yang bisa diambil oleh pihak terkait.

Secara internal, kendala yang dihadapi seperti kurangnya peralatan, terutama mobil crane, dapat diatasi dengan peningkatan investasi dalam peralatan yang diperlukan. Pihak Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dapat mengajukan permintaan anggaran tambahan kepada pemerintah daerah untuk pengadaan peralatan yang memadai, termasuk mobil crane. Selain itu, memperkuat koordinasi dengan instansi lain seperti PLN juga sangat penting untuk memastikan penanganan reklame yang mengganggu jaringan listrik berjalan lancar dan aman. Dalam hal ini, Satpol PP dapat membuat prosedur kerja yang jelas dan rutin berkomunikasi dengan pihak PLN untuk mengatasi masalah teknis terkait reklame yang berpotensi mengganggu jaringan listrik.

Secara eksternal, untuk mengatasi masalah yang disebabkan oleh keberadaan orang ketiga atau biro jasa dalam proses perizinan, Satpol PP bisa memperketat pengawasan dan verifikasi data pemilik reklame. Peningkatan transparansi dan penyederhanaan proses perizinan juga dapat membantu mengurangi ketergantungan masyarakat pada biro jasa, dengan demikian meminimalisir potensi kebingungan atau kesalahan data pemilik reklame. Selain itu, perlu dilakukan kampanye edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya mematuhi aturan dan peraturan terkait pemasangan reklame. Kampanye ini bisa melibatkan berbagai media, termasuk media sosial, untuk menjangkau lebih banyak orang.

Peningkatan kesadaran masyarakat juga bisa dilakukan melalui kegiatan sosialisasi yang melibatkan tokoh masyarakat atau komunitas lokal, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak dan konsekuensi dari pemasangan reklame ilegal atau tidak sesuai aturan. Selain itu, Satpol PP bisa melakukan penertiban rutin dengan pendekatan yang lebih preventif dan edukatif, seperti memberikan peringatan terlebih dahulu sebelum tindakan penegakan dilakukan, untuk memberi kesempatan kepada pemilik reklame memperbaiki kesalahan. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan hambatan dalam

implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sukoharjo dapat diatasi dengan lebih efektif dan efisien.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa implementasi kebijakan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sukoharjo menunjukkan beberapa aspek penting. Pertama, komunikasi antar perangkat daerah terkait reklame telah dikoordinasikan dengan baik, namun sumber daya manusia, keuangan, dan peralatan belum sepenuhnya optimal. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) berperan dalam pengawasan dan pengelolaan pajak reklame, tetapi belum sepenuhnya mengintegrasikan permohonan perizinan secara online melalui Online Single Submission (OSS). Selain itu, kekurangan personil di Satpol PP, khususnya dalam tim reklame, menjadi kendala, meskipun komitmen dan konsistensi pelaksana serta struktur birokrasi sudah baik. Kendala utama dalam implementasi kebijakan meliputi keterbatasan peralatan, koordinasi dengan PLN untuk masalah listrik, dan kesulitan identifikasi pemilik reklame akibat keterlibatan pihak ketiga. Rendahnya kesadaran masyarakat tentang aturan hukum juga menambah tantangan, mengakibatkan pelanggaran seperti masa tayang yang habis dan pemasangan tanpa izin. Untuk mengatasi tantangan ini, Satpol PP melakukan koordinasi dengan BKD dan PLN, meminjam peralatan dari DPU, serta menerapkan pendekatan preventif dan edukatif dengan memberikan peringatan kepada penyelenggara reklame. Langkah-langkah ini mencerminkan upaya Satpol PP untuk menegakkan aturan dan mendukung pemilik reklame, sambil meningkatkan kerjasama antar instansi demi menciptakan lingkungan yang tertib dan aman.

### REFERENSI

- Akib. Haedar. 2010. *"Implementasi Kebijakan: Apa, Mengapa, dan Bagaimana"*. Jurnal Administarsi Publik. Volume I Nomor 1.
- Alvin S. Johnson. 2006. *Sosiologi Hukum*. Jakarta: Asdi Mahastya.
- Armoyo, Ganis. 2014. *"Implementasi Kebijakan Pemerintah Kota Surabaya Mengenai Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 Terkait Dengan Penerbitan Izin Reklame Videotron Di Kota Surabaya"*. Jurnal Politik Muda. Volume III Nomor 3.
- Bambang Sunggono. 2003. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Silvia Chindy Monica, et al.

- Grindle, Merilee S. 1980. *Politics and Policy Implementation in The Third World*. Princnton University Press, New Jersey.
- Indiahono, Dwiyanto. 2017. *Kebijakan Publik Berbasis Dynamic Policy Analisis*. Yogyakarta. Gava Media
- Ishaq. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika
- Jonaedi, E., & Johnny, I. 2018. *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Depok: Prendamedia Grup.
- Kacung Marijan. 2010. *Sistem Politik Indonesia : Konsolidasi Demokrasi Pascs Orde Baru*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group,
- Marihot P. Siahaan. 2005. *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ndraha, Taliziduhu. 2003. *Kybernology: Ilmu Pemerintahan Baru 1*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Peter Marzuki. 2014. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Mahmud Group
- Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih Sulistyasih. 2015. *Implementasi Kebijakan Publik (Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ratna Artha Windari. 2017. *Pengantar Hukum Indonesia*. Depok. Jakarta: Rajawali Pers.
- Reny Rawasita, et.al. 2009. *Menilai Tanggung Jawab Sosial Peraturan Daerah, Pusat Studi Hukum dan Kebijakan Indonesia (PSHK)*.
- Ridwan HR. 2009. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusli, Budiman. 2013. *Kebijakan Publik, Membangun Pelayanan Publik yang Responsif*. Bandung: Hakim Publishing.
- Sabatier, Paul. 1986. "Top down and Bottom up Approaches to Implementation Research" *Journal of Public Policy* 6, (Jan)
- Sagama, Suwardi. 2016. "Analisis Konsep Keadilan, Kepastian Hukum Dan Kemanfaatan Dalam Pengelolaan Lingkungan". *Jurnal Pemikiran Hukum Islam*. Volume XV Nomor 1 Komunikasi, 1(2), 83–90.
- Sayuti Una. 2011. *Pedoman penulis skripsi (Edisi Revisi)*. Jambi: Syariah Press.
- Sholichin Abdul, wahab S. 2001. *Analisis Kebijakan Dari Formulasi Keimplementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sholichin Abdul, wahab S. 2005. *Analisis Kebijakan Formulasi Ke Implementasi Kebijakan Negara Edisi 2, Cetakan %*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sjachran Basah. 1992. *Perlindungan Hukum terhadap Sikap Tindak Administrasi Negara*, Alumni: Bandung
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharjono. 2014. "Pembentukan Peraturan Daerah Yang Responsif Dalam Mendukung

- Otonomi Daerah*". Jurnal Ilmu Hukum. Volume X Nomor 19.
- Suparwi, Femmy. 2019. "*Evaluasi Implementasi Kebijakan Publik Terhadap Peraturan Daerah Bermasalah*". Jurnal Supremasi (Jurnal ilmiah hukum). Volume IX Nomor 2.
- Widodo. M.S. Joko. 2006. *Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Yulis Tiena Masriani. 2017. *Pengantar Hukum Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Zaeni Asyhadif dan Arief Rahman. 2013. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta : Rajawali Pers.