

# EFEKTIVITAS SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM PENERTIBAN PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA MALANG PROVINSI JAWA TIMUR

Rhama Satria Putra Widjaja

NPP. 29.0986

Asal Pendaftaran Kota Malang, Provinsi Jawa Timur

Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong

Email: rhamawidjaja@gmail.com

## ABSTRACT

**Problem Statement/Background (GAP):** The author focuses on the existence and the effectiveness of the Municipal Police that should be able to overcome problems related to the implementation of billboards in Malang City. **Purpose:** This thesis aims to determine and analyze the effectiveness of the Municipal Police in controlling the implementation of billboards in Malang City, the supporting and inhibiting factors, as well as the efforts of the Municipal Police in increasing the effectiveness of controlling the implementation of billboards. **Method:** This thesis uses a qualitative descriptive method with an inductive approach. Data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. **Result:** The results showed that the effectiveness of the Malang City Municipal Police in controlling the implementation of billboards was not effective enough. The inhibiting factors consist of a lack of human resources, standard operating procedures that are still not specific, inadequate infrastructure, lack of awareness of billboard violators, unclear identity of billboards that violate, and not optimal performance and work motivation systems. **Conclusion:** The effectiveness of the Malang City Municipal Police in controlling the implementation of billboards was not effective enough because of the lack of human resources, inadequate infrastructure, lack of awareness of billboard organizers to comply with the rules, and not optimal performance and work motivation systems. In order to improving effectiveness on regulating billboards in Malang City, it is recommended to improving the quality of human resources in the Malang City Municipal Police in the form of providing opportunities for personnel to develop self-competence and optimizing the reward and punishment system for Malang City Municipal Police personnel as a form of appreciation for the hard work of personnel and the work motivation of the personnel, following up on the condition of facilities and infrastructure, especially those used for controlling billboards, can be in the form of re-procuring mobile cranes as well as maintenance and maintenance of infrastructure facilities, and establishing communication and conducting intensive socialization to billboard organizers related to the rules for implementing billboards that apply in Malang City.

**Keywords:** Effectiveness, Municipal Police, Advertisements

## ABSTRAK

**Rumusan Masalah/Latar Belakang (GAP):** Penulis menitikberatkan pada keberadaan dan efektifitas Satpol PP Kota Malang yang seharusnya mampu mengatasi permasalahan terkait penerapan reklame di Kota Malang. **Tujuan:** Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis efektifitas Polres dalam pengendalian pelaksanaan reklame di Kota Malang, faktor pendukung dan penghambat, serta upaya Polres dalam meningkatkan efektifitas penertiban penyelenggaraan reklame. **Metode:** Skripsi ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektifitas Satpol PP Kota Malang dalam pengendalian pelaksanaan reklame belum cukup efektif. Faktor penghambat terdiri dari kurangnya sumber daya manusia, standar operasional prosedur yang masih belum spesifik, infrastruktur yang belum memadai, kurangnya kesadaran pelanggar reklame, ketidakjelasan identitas reklame yang melanggar, dan belum optimalnya kinerja dan sistem motivasi kerja. **Kesimpulan:** Efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame belum cukup efektif karena kurangnya sumber daya manusia, sarana prasarana yang belum memadai, kurangnya kesadaran penyelenggara reklame untuk mematuhi aturan, dan belum optimalnya kinerja dan sistem motivasi kerja. Dalam rangka meningkatkan efektifitas pengaturan reklame di Kota Malang, disarankan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Satpol PP Kota Malang berupa pemberian kesempatan kepada personel untuk mengembangkan kompetensi diri dan mengoptimalkan sistem *reward and punishment* bagi anggota Satpol PP Kota Malang sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras personel dan motivasi kerja personel, menindaklanjuti kondisi sarana dan prasarana khususnya yang digunakan untuk penertiban reklame dapat berupa pengadaan ulang mobile crane serta pemeliharaan dan pemeliharaan sarana prasarana, serta menjalin komunikasi dan melakukan sosialisasi secara intensif kepada penyelenggara reklame terkait aturan pelaksanaan reklame yang berlaku di Kota Malang.

**Kata Kunci:** Efektivitas, Satpol PP, Reklame

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pelaksanaan otonomi di Indonesia yang sudah berjalan sejak Era Reformasi memiliki dampak terhadap penguatan kewenangan pemerintah daerah dalam mengelola daerahnya sendiri karena bertambahnya beban urusan pemerintahan yang diemban dan dipertanggungjawabkan oleh pemerintah daerah. Penyerahan urusan Pemerintah Pusat kepada pemerintah daerah meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan terhadap pelaksanaannya menjadi wewenang pemerintah daerah sebagai implikasi dari desentralisasi tugas itu sendiri dan disesuaikan dengan kemampuan daerah dan tetap terkendali melalui peraturan perundang-undangan. (Isharyanto, 2006). Salah satu wujud pemberian hak dan wewenang kepada pemerintah daerah dalam menyelenggarakan otonomi daerah adalah dengan pembentukan peraturan daerah. Peraturan daerah menjadi instrumen penting dalam menjalankan pemerintahan di daerah yang mencakup tugas, fungsi, serta wewenang pemerintah daerah serta menjadi alat hukum dalam menjamin terlaksananya kebijakan pemerintah dan kepastian hukum atas kebijakan pemerintah. Penegakan

terhadap peraturan daerah tidak lepas dari tugas dan fungsi dari Satuan Polisi Pamong Praja yang selanjutnya disebut Satpol PP. Satpol PP dibutuhkan eksistensinya sebagai institusi pemerintah daerah yang membantu kepala daerah dalam menjalankan fungsi penegakan peraturan daerah, memelihara ketenteraman dan ketertiban umum, serta menciptakan perlindungan masyarakat. Sebagai daerah otonom, Kota Malang memiliki visi yaitu “Kota Malang Bermartabat”. Visi ini bertujuan untuk menciptakan keadaan, situasi, tatanan, serta kepribadian yang mulia bagi masyarakat Kota Malang. Dalam mencapai visi tersebut, terdapat salah satu misi yaitu mewujudkan kota yang rukun dan toleran berasaskan keberagaman dan keberpihakan terhadap masyarakat serta memastikan kepuasan masyarakat atas layanan pemerintah yang tertib hukum, profesional dan akuntabel. Artinya, Kota Malang memiliki keinginan yang besar dalam mewujudkan ketenteraman, ketertiban, dan kesejahteraan masyarakat sebagai cerminan dari perwujudan kota yang rukun dan toleran serta tertib hukum. Perwujudan visi dan misi tersebut adalah dibentuknya Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame serta Peraturan Walikota Malang Nomor 27 Tahun 2015 tentang Penataan Reklame. Peraturan ini dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan dan memanfaatkan potensi Kota Malang di bidang pemasangan reklame dengan tetap memperhatikan ketertiban, keindahan, dan melindungi kepentingan banyak masyarakat di dalamnya serta mengatur dan mengendalikan penyelenggaraan reklame di Kota Malang sebagai salah satu penyumbang pendapatan asli daerah.

## **1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)**

Terdapat beberapa permasalahan berkaitan dengan penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang. Fakta-fakta yang terjadi lapangan khususnya terkait dengan penertiban penyelenggaraan reklame adalah selain pemasangan reklame yang tidak sesuai tempat yang ditentukan, banyak pemasangan reklame yang tidak memiliki izin maupun tidak sesuai spesifikasi yang ditentukan dalam peraturan tersebut. Pernyataan ini sejalan dengan adanya kejadian pemasangan reklame salah satu merek rokok di Bundaran Patung Pesawat Jalan Soekarno-Hatta yang tidak memiliki izin dan memasang reklame pada tempat yang dilarang. Akibatnya, estetika dan tata ruang Kota Malang tidak mencerminkan Kota Malang sebagai kota pariwisata. Selain itu, keselamatan pengguna jalan akan terancam karena kurangnya pengawasan reklame oleh Satpol PP, seperti salah satu kejadian ambruknya papan reklame tidak berizin berukuran 5 (lima) x 4 (empat) meter dengan tinggi 10 (sepuluh) meter di Jalan Raya Sulfat, Kecamatan Blimbing, Kota Malang yang seharusnya dapat diantisipasi. Hilangnya potensi Pendapatan Asli Daerah Kota Malang menjadi akibat dari kurangnya penertiban terhadap penyelenggaraan reklame. Potensi kehilangan pendapatan daerah akibat pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame yang ditemukan saat operasi penertiban reklame pada Agustus 2020 yaitu sekitar Rp467.000.000,00 dari 15 reklame. Jumlah pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame yang ditemukan dan didata oleh Satpol PP Kota Malang cukup tinggi dan mengalami peningkatan yang signifikan khususnya pada Maret ke April 2021, yaitu dari 209 kasus menjadi 925 kasus pelanggaran terhadap pelaksanaan reklame di Kota Malang. Selain itu, permasalahan dengan sumber daya manusia pada Satpol PP Kota Malang berpengaruh terhadap pelaksanaan penertiban reklame yaitu belum terpenuhinya rasio personil Satpol PP yang dapat dicapai di Kota Malang yaitu hanya sebesar 1,296 (78%) dari rasio 1,666 yang ditargetkan yang diperoleh

dari jumlah personil Satpol PP yaitu 116 orang dikali 10.000 dibagi jumlah penduduk yaitu 894.821 orang.

### **1.3. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Evi Adnatul Millah, Bashori Muchsin, & Sunaryanto (2014) berjudul Implementasi Kebijakan Penertiban Dan Pengawasan Reklame di Kota Malang Oleh Satpol PP Berdasarkan Peraturan Walikota No 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame, menemukan bahwa Penertiban dan pengawasan Satpol PP Kota Malang oleh penyelenggara reklame dilakukan sesuai dengan ketentuan. Hal ini terlihat pada indikator standar pengendalian dan pengawasan, evaluasi kegiatan dan penerapan tindakan korektif, yaitu terpenuhinya standar pengendalian dan pengawasan karena adanya keseragaman standar pengendalian dan pemantauan poster serta adanya kesepakatan bersama antara kewenangan pengawasan dan pengawasan, evaluasi kegiatan pelaksanaan reklame yang rutin dilakukan setiap hari, serta pengendalian dan pemantauan reklame yang melanggar pedoman berjalan dengan baik. Faktor pendukungnya adalah tingginya komitmen petugas Tim Reklame Kota Malang, ketersediaan data dan informasi tentang pelanggaran reklame. Faktor penghambatnya adalah jumlah pegawai Satpol PP yang terbatas, anggaran yang tidak mencukupi untuk monitoring reklame, regulasi sanksi yang lemah. Selanjutnya, dalam penelitian oleh Yanuar Dwi (2018) yang berjudul Efektivitas Satuan Polisi Pamong Praja Menertibkan Pedagang Kaki Lima Di Zona Merah Kota Bandung ditemukan bahwa Efektivitas Satpol PP Kota Bandung tidak cukup efektif dari segi karakteristik organisasi karena selalu terdapat ketidaksesuaian antara posisi staf dalam struktur organisasi, karakteristik lingkungan seperti penempatan personil Satpol PP Kota Bandung yang kurang merata di lapangan, karakteristik pegawai yaitu kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh petugas Satpol PP Kota Bandung kepada PKL tersebut serta kebijakan dan praktik manajemen harus melibatkan staf untuk mengetahui kendala apa saja yang ada dalam rangka penertiban reklame. Selanjutnya, berdasarkan penelitian oleh Agnesia Margaretha Gunawan (2015) berjudul Studi Deskriptif Tentang Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame Di Kota Surabaya ditemukan bahwa pengawasan izin reklame belum dijalankan secara efektif. Hal ini disebabkan oleh kuantitas sumber daya manusia yang kurang memadai, kualitas dan kuantitas tim pendukung yang tidak memadai, serta intensitas proses pengawasan yang masih belum merata di seluruh wilayah di kota Surabaya.

### **1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni mengukur seberapa efektif pelaksanaan penertiban reklame yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Malang, dilihat dari sisi efektivitas Satpol PP Kota sebagai organisasi yang melaksanakan kebijakan. Selain itu untuk mengukur tingkat efektivitas Satpol PP dalam menertibkan reklame, peneliti menggunakan teori efektivitas organisasi dari Steers (Steers, 1985) yang menyatakan bahwa faktor yang memengaruhi efektivitas sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya dapat dilihat dari karakteristik organisasi, karakteristik lingkungan, karakteristik pekerja, serta praktik dan manajemen kebijakan. Penelitian ini lebih berfokus kepada pengukuran tingkat keefektifitasan pelaksanaan kebijakan yang telah berjalan dan berusaha memberikan upaya

yang dapat dilakukan untuk menghadapi hambatan yang ada dalam kebijakan penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Malang.

### **1.5. Tujuan.**

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang, faktor pendukung dan penghambat, serta upaya-upaya Satpol PP dalam meningkatkan efektivitas penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang.

## **II. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui pendekatan induktif sebagai langkah untuk menjawab fokus penelitian dan menjawab rumusan masalah. Penulis mengumpulkan data melalui angket, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Simangunsong (2017), Penelitian kualitatif memiliki bentuk desain penelitian yang berbeda-beda karena menyesuaikan dengan bentuk penelitian kualitatif yang alami, yaitu bersifat *emergent* dimana fenomena muncul secara tiba-tiba menurut prinsip-prinsip alamiah. Penelitian kualitatif juga dikenal sebagai penelitian partisipatif, yaitu desain penelitian bersifat fleksibel dan dapat diubah menyesuaikan dengan rencana yang dibuat oleh fenomena pada tempat penelitian yang sesungguhnya.

Penulis mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam melakukan pengumpulan data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap 11 orang informan yang terdiri dari Kepala Satpol PP Kota Malang, Sekretaris Satpol PP Kota Malang, Kepala Subbagian Perencanaan dan Keuangan, Kepala Subbagian Umum dan Kepegawaian, Kepala Bidang Ketenteraman dan Ketertiban Umum, Kepala Bidang Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah, Kepala Seksi Operasi Ketenteraman Ketertiban Umum, Kepala Seksi Pembinaan dan Pengawasan Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah masing-masing 1 orang, serta petugas lapangan Satpol PP Kota Malang (dalam hal ini petugas lapangan yang langsung terjun dalam tim penertiban reklame).

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan melakukan penghimpunan data dan informasi mengenai penertiban reklame yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Malang. Data yang telah terkumpul direduksi dengan cara memilah dan menyeleksi data yang relevan sehingga data lebih terfokus dengan hal yang berkaitan dengan topik permasalahan, sehingga data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan penelitian untuk melakukan pengumpulan data tambahan dan menelitinya jika diperlukan. Penyajian data dilakukan dengan memaparkan data yang telah terseleksi untuk mengamati pola dan hubungan antar data. Penyimpulan dan verifikasi dilaksanakan setelah melakukan penyajian data dan memperoleh data yang difokuskan dengan topik permasalahan serta telah dilihat dan dihubungkan dengan data dan pendukung lainnya. Setelah melakukan rangkaian tahapan tersebut, akan dihasilkan kesimpulan mengenai efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang menggunakan beberapa metode penelitian yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teori Steers (1985) mengenai efektivitas organisasi dengan dimensi karakteristik organisasi, karakteristik lingkungan, karakteristik pekerja, serta praktik dan manajemen kebijakan. Adapun pembahasan dapat dilihat pada subbab berikut.

#### 3.1. Karakteristik Organisasi

Penulis melakukan pengukuran terhadap efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang melalui karakteristik organisasi yang dipandang dari struktur maupun teknologi. Struktur organisasi menentukan bagaimana mekanisme pembagian sumberdaya, alur koordinasi dan komando, serta pembagian tugas dan fungsi khususnya dalam hal penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP Kota Malang. Sedangkan, teknologi dalam karakteristik organisasi ini merupakan kemampuan organisasi untuk memanfaatkan teknologi dalam menjalankan tugas dan fungsi organisasi, terutama bagi Satpol PP Kota Malang dalam penertiban penyelenggaraan reklame.

Bentuk struktur organisasi Satpol PP Kota Malang secara legalistik telah sesuai, dibuktikan dengan dikeluarkannya Peraturan Walikota Malang Nomor 65 Tahun 2019 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Malang. Peraturan Walikota ini juga berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 7 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah yaitu Satpol PP sebagai organisasi perangkat daerah bertipe A yang melaksanakan urusan pemerintahan bidang ketenteraman dan ketertiban umum serta sub urusan pemerintahan bidang kebakaran. Maka dari itu, Satpol PP memiliki wewenang dan tugas untuk menciptakan ketertiban umum dan ketenteraman, salah satunya melalui kegiatan penertiban penyelenggaraan reklame.

Struktur organisasi erat kaitannya dengan sumber daya manusia di dalamnya. Sumber daya manusia dalam suatu organisasi terdiri dari kualitas dan kuantitas SDM serta spesialisasi pekerjaan yang ada. Secara kuantitas, jumlah keseluruhan personil Satpol PP Kota Malang baik ASN maupun TPOK sudah memenuhi rasio jumlah Satpol PP dengan jumlah penduduk di Kota Malang yaitu 1 (satu) anggota Satpol PP dibanding dengan 10.000 jumlah penduduk menurut Renstra Satpol PP Kota Malang Tahun 2018-2023. Namun, jumlah personil ASN Satpol PP belum memenuhi rasio minimal yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 60 Tahun 2016 tentang Pedoman Penetapan Jumlah Polisi Pamong Praja. Jumlah ASN Satpol PP yang ideal bagi Kota Malang menurut perhitungan pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 6 Tahun 2012 adalah 251-350 ASN. Sedangkan, jumlah ASN masih jauh dengan standar tersebut. Kualitas sumber daya manusia yang ada di Satpol PP Kota Malang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, dimulai dari tingkat pendidikan terakhir anggota maupun sertifikasi keahlian tertentu. Faktor inilah yang menentukan penempatan personil Satpol PP Kota Malang. Kualitas para personil menjadi kendala khususnya bagi penertiban penyelenggaraan reklame di Satpol PP Kota Malang yaitu dalam mendapatkan anggota Satpol PP yang menguasai keahlian tertentu diperlukan pelatihan ataupun pendidikan sehingga nantinya saat melaksanakan tugas dapat berjalan dengan maksimal. Namun, ini menjadi kendala karena anggaran yang terbatas. Cara meniyasati hal ini adalah bagaimana personil khususnya ASN di Satpol PP Kota Malang dapat

melaksanakan tugas sesuai kebutuhan organisasi dengan tetap mendapatkan *monitoring* dari pimpinan.

Penempatan personil secara umum di Satpol PP Kota Malang sudah sesuai dengan kompetensi masing-masing personil maupun kebutuhan organisasi. Beberapa personil di Bidang Ketenteraman dan Ketertiban Umum (KKU) maupun Bidang Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah (PPUD) telah yang memiliki sertifikasi sebagai Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS). Selain itu, distribusi personil disesuaikan dengan kebutuhan organisasi. Penempatan personil pada bidang operasional lebih banyak daripada bidang yang melaksanakan fungsi pengawasan dan pembinaan. Penempatan personil dalam tim penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP Kota Malang dilakukan melalui pembagian tim yang menangani khusus pelanggaran reklame insidental pada Bidang Ketenteraman dan Ketertiban Umum (KKU), terdiri dari 6-7 anggota Satpol PP, dengan komando dibawah Kepala Seksi Operasi Ketenteraman dan Ketertiban Umum. Sedangkan, untuk penanganan pelanggaran reklame tetap dibentuk tim pada Bidang Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah (PPUD) karena kaitannya dengan fungsi pembinaan dan pengawasan yang terdiri dari 4-5 anggota dengan komposisi 1 (satu) orang merupakan ASN Satpol PP Kota Malang pada Seksi Pembinaan dan Pengawasan.

Pemberian kesempatan bagi personil Satpol PP Kota Malang untuk mengembangkan kompetensi diri menjadi hal yang penting dalam organisasi. Maka dari itu, Satpol PP Kota Malang mewujudkan hal ini dengan memberikan kesempatan pada setiap ASN Satpol PP untuk mengikuti pelatihan ataupun pendidikan yang mendukung pelaksanaan tugas dan fungsi pada Satpol PP Kota Malang. Selain itu, personil yang berstatus sebagai TPOK juga diberikan kesempatan untuk mengikuti tes CASN yang diadakan setiap tahunnya dan beberapa pengembangan kompetensi yaitu peningkatan kapasitas oleh Satpol PP Kota Malang.

Teknologi dalam karakteristik organisasi mendukung terlaksananya tugas, fungsi, serta tujuan organisasi yang mencakup beberapa variasi pemanfaatan teknologi yang ada. Dalam melaksanakan tugasnya, Satpol PP Kota Malang selalu memanfaatkan teknologi khususnya dalam penertiban penyelenggaraan reklame, dimulai dari penerimaan laporan pelanggaran reklame melalui media sosial resmi Satpol PP Kota Malang maupun melalui aplikasi SAMBAT yang dimiliki oleh Pemerintah Kota Malang. Sedangkan, untuk pendataan pelanggaran menggunakan *Google Forms* sehingga data pelanggaran reklame dapat terintegrasi dan real time, serta dalam menyampaikan laporan penertiban reklame, Satpol PP Kota Malang memanfaatkan media sosial resmi, baik melalui Instagram maupun Twitter. Dalam hal pendataan pelanggaran reklame, personil Satpol PP Kota Malang juga dimudahkan melalui *Google Forms* karena data pelanggaran reklame selalu bertambah setiap harinya. Personil Satpol PP Kota Malang wajib memiliki dan dapat menggunakan smartphone masing-masing untuk memudahkan koordinasi dan pelaporan dalam melaksanakan penertiban penyelenggaraan reklame.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa upaya Satpol PP Kota Malang dalam mewujudkan penertiban reklame yang efektif telah memenuhi beberapa indikator dalam karakteristik organisasi. Indikator yang telah dipenuhi yaitu struktur organisasi yang telah sesuai dengan aturan yang berlaku, kesesuaian penempatan personil berdasarkan kompetensi, pemberian kesempatan pengembangan diri personil, dan pemanfaatan teknologi dalam pelaksanaan pekerjaan yang telah optimal. Sedangkan, Satpol PP Kota Malang belum mampu memenuhi proporsi ideal antara kuantitas dan kualitas SDM dengan kebutuhan organisasi.

### **3.2. Karakteristik Lingkungan**

Penulis melakukan pengukuran terhadap efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang melalui karakteristik lingkungan, baik dari lingkungan eksternal maupun internal organisasi. Kondisi internal organisasi maupun eksternal yang terjadi di luar Satpol PP Kota Malang berpengaruh terhadap penertiban penyelenggaraan reklame, baik itu yang mendukung maupun menghambat.

Faktor eksternal yang memengaruhi penertiban reklame adalah bagaimana kesadaran masyarakat khususnya para penyelenggara reklame untuk memahami dan menaati peraturan daerah. Kondisi-kondisi eksternal yang memengaruhi kinerja pelaksanaan penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP Kota yaitu berupa kesadaran warga khususnya penyelenggara reklame dalam menaati peraturan reklame yang menjadi salah satu kendala. Sebagai contoh, banyak reklame yang tidak sesuai ketentuan adalah reklame yang tidak memiliki identitas sehingga sulit untuk mencari maupun melakukan klarifikasi kepada pemilik reklame. Hal ini dapat dihindari dengan kesadaran penyelenggara reklame untuk memenuhi syarat-syarat izin reklame. Bukti yang menguatkan pendapat ini adalah pada saat pelaksanaan observasi oleh Peneliti di Rumah Makan Bakso dan Mie Solo Jalan Danau Toba Sawojajar Kota Malang bersamaan dengan operasi penertiban reklame tetap oleh personil di Bidang Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah berupa pemberian surat peringatan ketiga (SP3) kepada pelanggar reklame tetap. Reklame yang melanggar merupakan jenis reklame tetap yang menempel pada bangunan rumah makan tersebut. Namun yang menjadi permasalahan adalah identitas pemilik reklame yang tidak jelas, baik dari pemilik rumah makan maupun vendor yang mengiklankan produknya di reklame tersebut. Hal ini juga berdampak terhadap pendataan perizinan reklame. Dengan banyaknya pelanggaran reklame dengan identitas yang tidak jelas akan menyusahakan personil Satpol PP Kota Malang dalam pendataan.

Lingkungan internal pada organisasi Satpol PP Kota Malang adalah terbatasnya sumber daya manusia di dalamnya. Jumlah aparatur yang ditempatkan di bidang operasional yaitu sebanyak 127 orang tidak sebanding dengan permasalahan yang menyangkut ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat di Kota Malang dan beban kerja yang harus dilaksanakan oleh Satpol PP Kota Malang karena tim operasional tidak hanya melaksanakan penertiban reklame saja, namun juga melaksanakan kegiatan penertiban lainnya, seperti penertiban pedagang kaki lima, penertiban bangunan liar, dan sebagainya.

Penulis mengambil kesimpulan bahwa lingkungan internal dan eksternal dalam Satpol PP Kota Malang mampu memengaruhi efektivitas penertiban reklame, namun keduanya menjadi hambatan dalam mewujudkan penertiban reklame yang efektif. Lingkungan internal dalam Satpol PP Kota Malang seperti ketidaksesuaian antara jumlah personil Satpol PP Kota Malang khususnya dalam bidang operasional dengan beban kerja yang berat. Sedangkan, faktor eksternal yang memengaruhi penertiban reklame adalah bagaimana kesadaran masyarakat khususnya para penyelenggara reklame untuk memahami dan menaati peraturan daerah

### **3.3. Karakteristik Pekerja**

Penulis melakukan pengukuran terhadap efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang melalui karakteristik pekerja yang terdiri dari faktor keterikatan terhadap organisasi dan prestasi kerja yaitu proses dengan mana perilaku dibangkitkan, diarahkan dan



dipertahankan selama berjalannya waktu yang menentukan kemampuan pekerja untuk memberikan sumbangan pada organisasi yang dinaunginya sebagai imbalan motivasi pekerja yang sangat menentukan performa organisasi.

Keterikatan personil terhadap organisasi Satpol PP Kota Malang membahas tentang bagaimana tingkat keterikatan personil terhadap organisasi baik dari sudut pandang pimpinan Satpol PP Kota Malang maupun personil itu sendiri, pengaruh keterikatan personil dengan organisasi terhadap pelaksanaan penertiban reklame, serta upaya organisasi untuk meningkatkan keterikatan personil terhadap Satpol PP Kota Malang sebagai bentuk tanggungjawab antara pegawai dengan organisasi. Tingkat keterikatan personil terhadap organisasi Satpol PP Kota Malang cukup baik karena banyaknya upaya-upaya yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Malang dalam meningkatkan keterikatan personil, khususnya secara emosional agar terwujud rasa memiliki dan jiwa korsa. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Malang dalam meningkatkan keterikatan personil adalah melalui kegiatan apel pagi, olahraga bersama di hari Jumat, serta pemberian atribut bagi personil demi menciptakan jiwa korps satu rasa dan menumbuhkan kekompakan bagi setiap personil Satpol PP Kota Malang.

Prestasi dan motivasi kerja para personil dalam proses penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP Kota Malang menjadi penentu apa saja faktor pendorong bagi para personil Satpol PP Kota Malang agar mampu melaksanakan pekerjaannya dengan baik dan sebagai bentuk penghargaan organisasi terhadap kerja keras personil khususnya yang terkait dengan penertiban penyelenggaraan reklame. Hal ini penting untuk diperhatikan, mengingat Satpol PP Kota Malang tidak sama seperti organisasi perangkat daerah lainnya karena harus bekerja 24 jam untuk menjaga ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat. Bentuk motivasi yang diberikan oleh Satpol PP Kota Malang kepada personil yang terlibat dalam penertiban penyelenggaraan reklame adalah dengan sistem reward and punishment. Selain itu, pengawasan dan pendampingan oleh pimpinan menjadi salah satu bentuk motivasi kerja yang diberikan oleh Satpol PP Kota Malang untuk mendukung efektifnya penertiban penyelenggaraan reklame. Pelaksanaan apel pagi maupun apel persiapan penertiban juga menjadi media untuk memberikan motivasi kepada para personil agar mampu melaksanakan penertiban reklame.

Pemberian kesempatan bagi personil Satpol PP Kota Malang untuk berinovasi khususnya untuk pelaksanaan penertiban reklame sendiri serta tingkat beradaptasi personil terhadap dinamika tugas selalu diupayakan oleh Satpol PP Kota Malang. Personil yang tergabung dalam tim reklame tidak hanya melaksanakan tugasnya setiap hari, namun juga didorong untuk memberikan *brainstorming* berupa terobosan-terobosan cara tertentu untuk mengefektifkan penertiban reklame yang dilakukan. Personil Satpol PP Kota Malang umumnya sudah mampu beradaptasi dengan dinamika tugas yang besar di Satpol PP sendiri. Bagi personil yang baru bergabung dengan Satpol PP Kota Malang akan diberikan pendampingan oleh personil lainnya agar cepat beradaptasi dengan lingkungan dan beban tugas. Salah satu bentuk adaptasi dengan tugas yang diberikan adalah pemahaman personil terhadap aturan. Sebagai organisasi perangkat daerah yang menegakkan peraturan daerah, setiap kegiatan harus berdasarkan atas peraturan maupun Standart Operational Procedure (SOP). Maka dari itu, setiap personil Satpol PP Kota Malang harus memahami dengan baik aturan yang ada khususnya mengenai penyelenggaraan reklame di Kota Malang agar tidak terjadi kesalahan pengambilan keputusan.

Karakteristik pekerja menjadi faktor yang penting dalam mewujudkan penertiban reklame yang efektif oleh Satpol PP Kota Malang. Faktor yang mendukung diantaranya adanya keterikatan formal dan emosional personil terhadap organisasi Satpol PP, tingkat adaptasi personil Satpol PP terhadap dinamika situasi dan kondisi, pemberian kesempatan personil Satpol PP untuk melakukan inovasi dalam melaksanakan pekerjaan, serta pemahaman personil Satpol PP terhadap aturan-aturan yang berlaku. Namun sebaliknya, sistem prestasi dan motivasi kerja personil Satpol PP belum terlaksana secara konkrit.

### **3.3. Kebijakan dan Praktik Manajemen**

Penulis melakukan pengukuran terhadap efektivitas Satpol PP dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Malang melalui kebijakan dan praktik manajemen. Penyusunan rencana strategis di Satpol PP Kota Malang menentukan bagaimana arah kebijakan dan target-target yang ditetapkan oleh Satpol PP Kota Malang sehingga pelaksanaan tugas dan fungsi didalamnya terarah dengan jelas untuk mencapai tujuan dari Satpol PP Kota Malang. Penyusunan rencana strategis di Satpol PP Kota Malang sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada. Operasi penertiban reklame merupakan salah satu program khusus yang ditetapkan Satpol PP Kota Malang. Program operasi ini merupakan bentuk dari pelaksanaan kebijakan eksternal Satpol PP Kota Malang demi mencapai pelaksanaan tugas pokok dan fungsi yang tertuang dalam Rencana Strategis Satpol PP Kota Malang Tahun 2018-2023, yaitu poin (1) adalah Peningkatan Peraturan Perundang-Undangan serta poin (2) yaitu Peningkatan Pemeliharaan Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat. Keterlibatan pihak eksternal dan internal Satpol PP Kota Malang dalam menyusun kebijakan tentang penertiban penyelenggaraan reklame penting adanya untuk menjamin ketepatan langkah-langkah pelaksanaan penertiban reklame. Personil Satpol PP Kota Malang dilibatkan secara khusus dan aktif dalam menyusun kebijakan penertiban reklame serta tidak terjadi hal-hal yang diinginkan dalam penertiban reklame, baik itu reklame insidental maupun yang tetap. Sedangkan, pihak eksternal yang dilibatkan adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) serta Badan Pendapatan Daerah, khususnya dalam hal pendataan dan penghitungan biaya jaminan bongkar reklame. Pembentukan prosedur standar operasional atau yang biasa disebut sebagai *Standart Operational Procedure* (SOP) merupakan salah satu bentuk dari lanjutan penyusunan rencana strategis Satpol PP Kota Malang. Dalam operasi penertiban reklame, personil Satpol PP Kota Malang berpatokan dengan SOP yang ada secara umum, yaitu Peraturan Peraturan Walikota Malang Nomor 16 Tahun 2015 Tentang Standar Operasional Prosedur Satuan Polisi Pamong Praja yaitu pada lampiran kedua yang mengatur tentang teknis operasional Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat.

Proses pencarian dan pemanfaatan sumberdaya pada Satpol PP Kota Malang mengenai penertiban reklame terdiri dari proses rekrutmen personil Satpol PP Kota Malang secara umum, pembagian dan pelibatan personil dalam penertiban reklame, dan pemanfaatan sumberdaya peralatan yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan penertiban reklame. Proses rekrutmen personil Satpol PP terdiri dari 2 (dua) cara, yaitu melalui penerimaan CPNS dan pengadaan Tenaga Pendukung Operasional Kegiatan (TPOK) yang selalu ada tiap tahunnya. Hal ini dilakukan agar selalu terjadi pembaruan dan penyegaran dalam organisasi sehingga pelaksanaan tugas dan fungsi Satpol PP mampu berjalan dengan optimal. Khusus bagi TPOK, pengadaannya dilakukan setiap tahun dan jumlahnya dikurangi

karena terbatasnya anggaran. Sebagai contoh, tahun 2021, Satpol PP Kota Malang menerima 165 anggota TPOK, sedangkan pada tahun 2022 hanya menerima 123 anggota TPOK.

Pembagian anggota yang termasuk dalam tim penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Malang dilakukan melalui penunjukan oleh pimpinan. Terdapat 2 (dua) tim yaitu Tim Beruang yaitu tim yang menangani penertiban reklame tetap yang beranggotakan 5 (lima) personil dari Bidang Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah (PPUD). Tim ini terdiri dari 1 (satu) Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), 4 (empat) anggota pendukung operasional yaitu TPOK yang membantu pekerjaan PPNS dalam hal menindak dan menjadi saksi dalam setiap proses penindakan pelanggaran reklame tetap karena pada pelanggaran reklame tetap membutuhkan proses penyidikan yang hanya dapat dilakukan oleh PPNS. Tim Reklame yang menangani pelanggaran reklame insidentil pada Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat ini terdiri dari 10 anggota, yaitu 1 komandan regu merupakan Kepala Seksi Operasi Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat dan 9 (sembilan) anggota pendukung operasional yaitu TPOK yang membantu melaksanakan kegiatan penertiban reklame secara langsung. Tim ini tidak hanya bekerja pada penertiban reklame insidentil, namun juga melaksanakan pembongkaran reklame apabila pelanggaran reklame tersebut telah dilakukan penindakan yustisial oleh PPNS dan telah berkekuatan hukum tetap melalui surat perintah pembongkaran reklame oleh Kepala Satpol PP Kota Malang.

Pembagian personel yang terlibat sebagai tim penertiban reklame dilakukan atas dasar penilaian atasan, yaitu pemahaman atas Peraturan Daerah mengenai penyelenggaraan reklame dan kompetensi khusus personil sehingga dalam pembagian tim tidak melibatkan personel secara langsung. Beberapa anggota Satpol PP Kota Malang harus memiliki kompetensi untuk mengoperasikan *mobile crane* untuk membongkar reklame yang terlampaui tinggi. Kemampuan mengelas juga diperlukan dalam operasi penertiban reklame karena dalam beberapa kasus membutuhkan las untuk memotong tiang reklame liar. Peralatan yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan penertiban reklame menjadi hal yang penting untuk diperhatikan demi mencapai penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Malang yang efektif.

Kondisi peralatan-peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Malang kurang memadai, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Salah satu contohnya yaitu *Mobile crane* yang sering mogok dan bermasalah pada sistem hidroliknya serta ketinggian yang dapat dicapai oleh *mobile crane* terbatas di sekitar 4-5 meter sehingga kesulitan untuk membongkar reklame tetap yang lebih tinggi. Selain itu, dengan cakupan wilayah yang besar serta jumlah reklame insidentil yang melanggar selalu bertambah setiap hari membutuhkan kendaraan roda 4 yang memadai, karena setiap harinya kurang optimal apabila harus menggunakan 2 (dua) kendaraan roda 4 dengan pembagian 2 (dua) tim reklame insidentil.

Pola koordinasi dan komunikasi yaitu bentuk menyeluruh atau *all-channel* diterapkan dalam komunikasi antarpihak eksternal Satpol PP Kota Malang diterapkan karena banyaknya pihak eksternal yang terlibat dalam penertiban reklame selain Satpol PP Kota Malang. Pola komunikasi ini efektif diterapkan karena penertiban reklame tidak hanya menyangkut tugas pokok dan fungsi yang dilaksanakan oleh Satpol PP Kota Malang, namun pihak-pihak tersebut memiliki peran masing-masing juga dalam penertiban reklame sehingga semua informasi yang disampaikan dapat diketahui oleh semua yang menyangkut penertiban reklame. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Malang berperan dalam pendataan izin reklame, Badan Pendapatan

Daerah berperan dalam bukti pembayaran pajak reklame, Pengadilan Negeri Kota Malang berperan dalam hal pemberian putusan peradilan pidana ringan apabila kasus pelanggaran reklame telah dilimpahkan oleh PPNS ke Pengadilan Negeri Kota Malang, serta para penyelenggara reklame berperan dalam mematuhi aturan-aturan penyelenggaraan reklame.

Pola koordinasi dan komunikasi antara personel dengan pimpinan dalam pelaksanaan penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Malang dengan bentuk formal efektif diterapkan karena pola ini mengakomodir struktur organisasi Satpol PP Kota Malang. Dalam pengambilan keputusan, personil Satpol PP Kota Malang selalu dilibatkan agar mengidentifikasi langkah yang telah dilakukan sudah sangat tepat atau belum sehingga setiap pengambilan keputusan dilakukan musyawarah terlebih dahulu antara pimpinan dengan komandan regu tim reklame yang mewakili personil Satpol PP Kota Malang dalam menyampaikan pendapatnya mengenai tugas-tugas yang telah dilaksanakan, selanjutnya penentuan keputusan ditentukan oleh pimpinan.

Eksekusi penertiban reklame yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Malang dilaksanakan mengikuti *Standart Operational Procedure* (SOP) yang berlaku sesuai dengan Peraturan Peraturan Walikota Malang Nomor 16 Tahun 2015 Tentang Standar Operasional Prosedur Satuan Polisi Pamong Praja yang tertuang dalam lampiran pertama perihal Standar Operasional Prosedur Penegakan Peraturan Daerah serta lampiran kedua perihal Operasi Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat, Dalam peraturan tersebut telah dijelaskan bahwa ruang lingkup operasi penertiban Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat menjadi wewenang Satpol PP Kota Malang khususnya pada Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat.

Penertiban reklame tetap yang dilakukan oleh Bidang Penegakan Peraturan Perundang-Undangan Daerah berpatokan dengan *Standart Operational Procedure* (SOP) yang berlaku sesuai dengan Peraturan Peraturan Walikota Malang Nomor 16 Tahun 2015 Tentang Standar Operasional Prosedur Satuan Polisi Pamong Praja yang tertuang dalam lampiran perihal Penegakan Peraturan Daerah karena ranah dan wewenang dari bidang ini mengenai pembinaan dan pengawasan serta penyidikan apabila terjadi pelanggaran mengenai reklame. Menurut SOP yang berlaku, ada 2 (dua) bentuk penindakan pelanggaran, yaitu penindakan preventif non-yustisial dan penindakan yustisial. Penindakan terhadap para pelanggar Peraturan daerah khususnya dalam pelanggaran reklame, terlebih dahulu harus menandatangani surat pernyataan bersedia dan sanggup mentaati dan mematuhi aturan dalam jangka waktu 15 hari. Jika masih melanggar atau tidak menaati surat pernyataan tersebut diberikan surat teguran pertama, kedua, dan ketiga. Jangka waktu yang diberikan adalah 7 (tujuh) hari untuk surat teguran pertama, 3 (tiga) hari untuk surat teguran kedua, dan 3 (tiga) hari untuk surat teguran ketiga. Pada masa ini, syarat yang diberikan adalah untuk menyesuaikan reklame dengan aturan serta memenuhi syarat penyelenggaraan reklame yaitu dapat berupa surat pembayaran pajak reklame atau izin reklame. Jika masih tidak diindahkan, maka pelanggaran reklame tersebut diserahkan kepada Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) untuk ditindak secara yustisial sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### **3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian**

Penertiban penyelenggaraan reklame telah dilakukan dengan optimal oleh Satpol PP Kota Malang. Namun, beberapa kendala yang dihadapi oleh Satpol PP dalam menciptakan penertiban reklame yang efektif. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh Peneliti, sumber daya manusia yang ada di

Satpol PP Kota Malang masih kurang, dilihat dari pemenuhan Standar Pelayanan Minimal (SPM) Satpol PP Kota Malang berdasarkan Rencana Strategis Satpol PP Kota Malang 2018-2023 yaitu jumlah ideal anggota Satpol PP Kota Malang adalah 251-300 anggota, sedangkan jumlah anggota Satpol PP Kota Malang masih belum memenuhi standar yaitu 218 orang. Selain itu, tim reklame pada bidang KKU yang hanya berjumlah 10 orang dengan wilayah Kota Malang yang luas seiring dengan berkembangnya reklame-reklame menyebabkan pelaksanaan penertiban reklame belum optimal. Selain itu, belum adanya Standart Operational Procedure (SOP) yang terintegrasi dan mendetail karena SOP menjadi patokan Satpol PP Kota Malang dalam menyelenggarakan penertiban reklame. Sebagai contoh, Peraturan Walikota Malang Nomor 16 Tahun 2015 Tentang Standar Operasional Prosedur Satuan Polisi Pamong Praja hanya mengatur SOP penertiban secara umum. Dalam proses penertiban reklame, Satpol PP Kota Malang selalu menekankan pendekatan secara persuasif dan bersifat pembinaan. Namun, kurangnya kesadaran para pelanggar reklame untuk datang mengklarifikasi kepada Satpol PP Kota Malang serta untuk mengikuti arahan-arahan pembinaan dari Satpol PP Kota Malang menyebabkan proses yang terjadi dalam penertiban reklame kurang efektif. Pendekatan secara persuasif seiring dengan SOP penegakan peraturan daerah yang dilaksanakan. Ketika ditemukan pelanggaran reklame, penyelenggara atau pemilik reklame diberikan surat pernyataan melanggar reklame beserta pembinaan untuk menaati syarat-syarat yang harus dipenuhi, seperti melengkapi bukti pembayaran pajak reklame atau mengurus izin reklame kepada DPM-PTSP. Namun, beberapa pelanggar reklame acuh tak acuh dengan peringatan yang diberikan. Sehingga, jika sudah mencapai tahapan pemberian surat peringatan ketiga (SP3), pelanggaran ini diserahkan kepada PPNS untuk dapat diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

#### IV. KESIMPULAN

Penulis menyimpulkan bahwa penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP Kota Malang belum efektif karena kurangnya sumber daya manusia, sarana prasarana yang belum memadai, kurangnya kesadaran para penyelenggara reklame untuk mematuhi aturan, serta tidak optimalnya sistem prestasi dan motivasi kerja. Upaya yang dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang dalam mengatasi faktor penghambat efektivitas penertiban penyelenggaraan reklame diantaranya melakukan sosialisasi mengenai aturan penyelenggaraan reklame di Kota Malang kepada para pemilik reklame, mengedepankan pendekatan secara persuasif kepada para pemilik reklame yang melanggar ketentuan, mengoptimalkan sumber daya manusia yang tersedia melalui cara *me-rolling* penempatan personil dalam tim, penyusunan *Standart Operational Procedure* (SOP) yang terintegrasi dan lebih detail, serta mengadakan sarana dan prasarana yang kurang secara kuantitas.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu penelitian. Observasi seharusnya dapat dilakukan dengan jangka waktu yang lebih lama karena observasi membutuhkan momen tertentu agar hasil penelitian lebih akurat dan lebih mendalam.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa berkaitan dengan efektivitas Satpol PP Kota Malang dalam penertiban penyelenggaraan reklame untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Method Approaches* (4 ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design* (4 ed.). California: SAGE Publications, Inc.
- Dunn, N. W. (1998). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Jakarta: Gadjah Mada University Press.
- Emzir. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gunawan, A.M. (2018). Studi Deskriptif Tentang Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame Di Kota Surabaya. *Universitas Airlangga*.
- Isharyanto, J. E. (2006). Upaya Pemberlakuan Hukum Negara Dalam Komunitas Lokal. *Jurnal Media Hukum*, 13(1), 61–73.
- Juniarko, O., Surjono, S., & Usman, F. (2012). Penataan Reklame pada Koridor Jalan Utama Kota Mataram. *Jurnal Tata Kota dan Daerah*. 2(1), 83-93.
- Millah, E.A., Muchsin, B., & Sunaryanto. (2018). Implementasi Kebijakan Penertiban Dan Pengawasan Reklame di Kota Malang Oleh Satpol PP Berdasarkan Peraturan Walikota No 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame. *Jurnal Administrasi Publik FIA Unisma*. 12(2), 53-59.
- Simangungsong, F. (2016). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. Bandung: Alfabeta.
- Siswadi, E. (2012). *Birokrasi Masa Depan Menuju Tata Kelola Pemerintah yang Efektif dan Prima*. Bandung: Mutiara Press.
- Rahardjo, S. (2006). *Membedah Hukum Progresif*. Kompas: Jakarta
- Steers, R. (1985). *Efektivitas Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (20 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Yanuar, Dwi. (2018). Efektivitas Satuan Polisi Pamong Praja Menertibkan Pedagang Kaki Lima Di Zona Merah Kota Bandung. *Universitas Komputer Indonesia*.