

**PENEGAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2019
TENTANG REKLAME
DI KOTA SEMARANG PROVINSI JAWA TENGAH**

Nabila Risqi Amalia

NPP. 30.0705

Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah

Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong

Email: Nabilarisky40@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Dr. Wiredarme, S.Pd.,MH.

ABSTRACT

Problem Statement/Background(GAP): Researchers focus on the implementation of billboards that have not been organized so that it requires handling in the form of controlling billboards that do not comply with the rules. **Purpose:** The purpose of this study is to describe and analyze the enforcement of Regional Regulation Number 4 of 2019 in Semarang City, Central Java Province, inhibiting factors in the enforcement of Regional Regulation Number 4 of 2019 on Billboards in Semarang City, efforts to overcome obstacles in the Enforcement of Regional Regulation Number 4 of 2019 on Billboards in Semarang City, Central Java Province. **Method:** This study uses a qualitative method with an inductive approach. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. **Result:** The findings obtained by the author in this study are that the enforcement of Regional Regulation Number 4 of 2019 concerning billboards in Semarang City has not run according to the rules. The inhibiting factors are, 1) There is no Mayor Regulation that further regulates the division of tasks and authority in controlling permanent and non-permanent billboards by the Department, 2) limited budget availability, 3) lack of Apparatus Resources, 4) lack of public awareness about the implementation of billboards, 5) a culture of people who want to take care of billboard licenses instantly without going through the SOP for implementation. **Conclusion:** Enforcement of Regional Regulation Number 4 of 2019 concerning Billboards in Semarang City will not be effective if the Mayor's Regulation which is the implementing regulation of the Regional Regulation is not immediately made, so other inhibiting factors will not be resolved if the main problem of Law Enforcement is not resolved.

Keyword: promotional media, Pamong Praja Police Unit.

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang(GAP): Peneliti berfokus pada penyelenggaraan reklame yang belum teratur sehingga memerlukan adanya penanganan berupa penertiban reklame yang tidak sesuai aturan. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah, faktor penghambat dalam penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame Di Kota Semarang, upayamengatasi hambatan pada Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:**

Temuan yang diperoleh penulis dalam penelitian ini yaitu Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame Di Kota Semarang belum berjalan sesuai aturan. Adapun yang menjadi faktor penghambat yaitu, 1) Belum adanya Peraturan Walikota yang mengatur lebih lanjut mengenai pembagian tugas dan wewenang dalam penertiban reklame permanen dan non permanen oleh Dinas, 2) terbatasnya ketersediaan anggaran, 3) kurangnya Sumber Daya Aparatur, 4) kurangnya kesadaran masyarakat tentang penyelenggaraan reklame, 5) budaya masyarakat yang ingin mengurus izin reklame secara instan tanpa melalui SOP penyelenggaraan. **Kesimpulan:** Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame Di Kota Semarang tidak akan efektif apabila Peraturan Walikota yang menjadi aturan pelaksana Peraturan Daerah tidak segera dibuat, sehingga faktor-faktor penghambat lainnya tidak akan teratasi apabila permasalahan utama Penegakan Hukum tidak terselesaikan.

Kata Kunci: media promosi, Satuan Polisi Pamong Praja.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kompleksitas aktivitas berkaitan dengan perdagangan dan jasa menjadikan ramainya persaingan promosi hingga memicu munculnya pesan komersial berbentuk reklame. Kota Semarang termasuk kawasan berpeluang tinggi penyelenggaraan reklame sesuai Perda Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame. Semakin banyak jumlah reklame yang memenuhi izin penyelenggaraan reklame, maka semakin besar pula Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang yang bersumber dari pajak reklame. Berdasarkan data Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang, realisasi pajak reklame tahun 2020 sampai 2023 belum memenuhi target capaian yang diharapkan. Meskipun begitu, terjadi adanya kenaikan realisasi tiap tahunnya. Hal ini berarti, pemerintah berusaha untuk terus meningkatkan pendapatan pajak reklame secara berkala, karena potensi pajak reklame di Kota Semarang sangat besar.

Oleh karena itu, pemerintah terus mengoptimalkan upaya penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang reklame agar tercapai adanya keseimbangan antara estetika kota dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Semarang. Peningkatan penerimaan pajak reklame selain dipengaruhi oleh objek pajak, juga didukung dengan adanya subjek pajak yaitu penduduk atau masyarakat. Banyaknya jumlah penduduk memicu terjadinya kegiatan produksi dan konsumsi sehingga memberikan peluang munculnya usaha produktif berkembang secara keseluruhan. Di Kota Semarang banyak ditemukan reklame yang melanggar peraturan daerah, penyebabnya karena pajak dan retribusi sewa lahan reklame yang tidak dibayar, penempatan reklame tidak sesuai lokasi, sifat, isi/bahan, dimensi yang ditentukan dalam peraturan, kegagalan dalam memelihara konstruksi reklame dalam keadaan baik, setelah izin penyelenggaraan reklame berakhir tidak segera dilakukan pembongkaran.

Guna menciptakan ketertiban terhadap penataan reklame di Kota Semarang, diperlukan adanya penertiban penyelenggaraan reklame yang sesuai aturan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang supaya tercipta tata ruang yang baik. Ditinjau dari permasalahan terkait penyelenggaraan reklame yang belum sesuai tujuan, maka Pemerintah Kota Semarang menerbitkan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang reklame agar tercipta keserasian tata ruang yang diharapkan pemerintah. PP Nomor 16 Tahun 2018 menerangkan bahwa Satpol PP merupakan unsur utama penegak Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah, penyelenggara ketertiban umum dan ketentraman, serta perlindungan masyarakat. Pemerintah Kota Semarang bersama dengan Satuan Polisi Pamong Praja perlu menata kembali penyelenggaraan reklame di Kota Semarang. Permasalahan mengenai penegakan peraturan daerah penting untuk diteliti sebab peraturan daerah menjadi bagian sistem hukum nasional berdasarkan pancasila. Perda berfungsi sebagai pelaksana otonomi daerah dan tugas pembantuan sesuai UUD NRI 1945 dan UU tentang Pemerintahan Daerah.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Reklame merupakan media untuk menyampaikan informasi yang tertuju kepada masyarakat dengan harapan masyarakat dapat terpengaruh akan maksud pesan yang disampaikan oleh perseorangan atau instansi pemerintah maupun swasta. Reklame di klasifikasikan dalam dua jenis, yaitu reklame permanen meliputi reklame papan, kendaraan, megatron, multivision, graffiti, sedangkan reklame tidak permanen meliputi baliho, MMT, selebaran, poster, peragaan, dan suara. Keberadaan reklame selain memberikan dampak positif berupa media promosi, juga menyebabkan munculnya dampak negatif apabila penyelenggaraannya tidak memerhatikan estetika lingkungan yaitu mengganggu dan merusak tatanan kota. Penyelenggaraan reklame memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan pajak daerah Kota Semarang yang dilimpahkan untuk pembiayaan pembangunan Kota Semarang. Namun, apabila penyelenggaraan reklame tidak di dasarkan pada aturan yang mengatur tentang reklame akan menimbulkan kerugian bagi daerah serta masyarakat sebagai unsur penikmatnya. Berdasarkan data Dinas Penataan Ruang tahun 2020-2022, jumlah pembongkaran reklame mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa penyelenggara reklame belum sepenuhnya menaati peraturan daerah yang telah menjadi dasar penyelenggaraan reklame. Di tambah dengan target dan realisasi pajak reklame di Kota Semarang menurut data Badan Pendapatan Daerah Kota Semarang tahun 2020-2023 belum memenuhi target capaian yang di harapkan. Oleh karena itu, pemerintah terus mengoptimalkan upaya penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang reklame agar tercapai adanya keseimbangan antara estetika kota dan kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Semarang.

1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam konteks pengawasan Satpol PP dalam penegakan Perda reklame maupun pengawasan ketertiban penyelenggaraan reklame. Penelitian yang dilakukan oleh Auliani Rokhman Istigfari (2022) dengan judul *Penegakan Hukum Terhadap Keterlambatan Pembayaran Pajak Reklame Di Kota Malang Akibat Pandemi Covid-19 Perspektif Perda Nomor 4 Tahun 2006 Dan Hukum Islam (Studi Kasus Kantor Badan Pendapatan Daerah Kota Malang)*, memiliki perbedaan dengan penelitian penulis, dimana penelitian ini mengkaji penegakan hukum reklame mengenai keterlambatan pembayaran pajak reklame akibat pandemi covid-19 di Kota Malang, dengan hasil penelitian penegakan hukum terkait keterlambatan pembayaran pajak reklame untuk meminimalisir kerugian PAD dan memberikan efek jera bagi pelanggar. Penelitian oleh Herdy Anizar (2013) yang berjudul *Efektivitas Pengawasan Pemasangan Reklame Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame Di Kota Pekanbaru*, mempunyai perbedaan dengan penelitian penulis dimana pada penelitian ini berfokus pada efektivitas pengawasan reklame terkait pajak reklame, dengan hasil pengawasan terhadap reklame di Kota Pekanbaru belum efektif karena masih ditemukan banyak pelanggaran terhadap pelaksanaannya. Penelitian oleh Margaretha Sinta Amir (2017) berjudul *Penegakan Hukum Perizinan Pemasangan Reklame yang Mempertimbangkan Lingkungan Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 di Kabupaten Kendal Provinsi Jawa Tengah*, mempunyai perbedaan dengan penelitian penulis dimana pada penelitian ini fokus penelitian mengenai penegakan hukum perizinan pemasangan reklame yang mempertimbangkan lingkungan dengan menggunakan teori penegakan hukum Soerdjono Soekanto, dengan hasil penegakan hukum belum efektif karena masih banyak ditemukan reklame yang tidak berizin dan tidak mempertimbangkan lingkungan. Penelitian oleh Sangaji Bimaruki (2018) yang berjudul *Peran Satuan Polisi Praja Kabupaten Sleman Dalam Penerapan Peraturan Bupati Sleman Nomor 13 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame*, mempunyai perbedaan dengan penelitian penulis dimana dalam penelitian ini berfokus pada peran dari satuan polisi

pamong praja dalam penerapan peraturan bupati, dengan hasil peran Satpol PP Kabupaten Sleman belum efektif karena masih banyak ditemukan pelanggaran dalam penertiban reklame.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni penegakan hukum Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame di Kota Semarang. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Semarang, Jawa Tengah. Teori yang digunakan adalah teori penegakan hukum menurut Moeljatno (2008) terdiri dari 3 indikator, yang mana berbeda dengan penelitian terdahulu, dengan hasil penegakan Perda reklame di Kota Semarang belum efektif karena belum adanya aturan pelaksana berupa Perwali sehingga menimbulkan adanya disharmonisasi antar OPD terkait dan realisasi anggaran tahunan menjadi tidak optimal.

1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah, faktor penghambat dalam penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame Di Kota Semarang, upaya mengatasi hambatan pada Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian metode kualitatif adalah metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivism, untuk meneliti saat kondisi obyek alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, Teknik pengumpulan data dilaksanakan secara triangulasi (gabungan), analisis data pendekatannya induktif, kualitatif dan *output* penelitian ditekankan makna pada generalisasi (Sugiyono, 2016:9).

Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Penulis melakukan wawancara terhadap 11 orang informan yang terdiri dari Kepala Satuan Polisi Pamong Praja, Kepala Bidang Penegakan Peraturan Daerah, Kepala Bidang Ketertiban Umum, Kepala Seksi Pengaduan, Kepala Seksi Pembinaan dan Penyuluhan, Kepala Seksi Pembinaan PPNS Satppol PP Kota Semarang, Kepala Dinas Tata Ruang, Staff Satpol PP, Staff Dinas Tata Ruang Kota Semarang, Biro Reklame berjumlah 3 orang, dan Masyarakat Kota Semarang berjumlah 2 orang. Adapun analisisnya menggunakan 3 tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menggunakan teknik analisis menggunakan teori penegakan hukum menurut Moeljadno (2008), yang mengemukakan bahwa penegakan hukum meliputi dimensi aturan, metode penertiban, dan pelaksanaan hukuman. Ketiga aspek ini akan menjadi dimensi dalam menilai seberapa efektif penegakan hukum penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP dan Distaru Kota Semarang berdasarkan Perda Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame.

3.1. Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang

Penegakan Peraturan Daerah dikatakan berhasil apabila tujuan yang telah ditetapkan dapat terlaksana dengan baik berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame. Berdasarkan peraturan tersebut dijelaskan bahwasanya yang menjadi kewajiban pemerintah daerah dalam penyelenggaraan reklame meliputi, a)Menyusun perencanaan program pengembangan dan evaluasi kebijakan; b)Menyusun perencanaan dan penataan reklame; c)Menyusun sistem informasi perencanaan dan penataan reklame; d)Menyusun standar

pelayanan minimal perizinan reklame; e)Melaksanakan survei lapangan, pemantauan, dan evaluasi; f)Mengelola pajak reklame; g)Melaksanakan pembinaan, pengawasan, dan pengendalian; h)Melaksanakan penegakan hukum; dan i)Mengelola retribusi sewa lahan reklame. Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang reklame di Kota Semarang menjadi acuan bagi Satuan Polisi Pamong Praja beserta Dinas Tata Ruang, Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman, Badan Pendapatan Daerah dalam menegakkan peraturan daerah berkaitan dengan penyelenggaraan reklame. Satuan Polisi Pamong Praja bertanggung jawab sebagai eksekutor penertiban reklame yang melanggar aturan.Dalam Perda Nomor 4 Tahun 2019 terdapat larangan dalam penyelenggaraan reklame sebagaimana tertulis pada pasal 43, yaitu penyelenggara reklame dilarang mengubah letak, jenis, bentuk, sifat, isi/materi, penempatan, dimensi, dan/atau konstruksi tanpa izin penyelenggaraan reklame; merusak fasilitas/sarana dan/atau prasarana kota dalam kegiatan penyelenggaraan reklame; mengalihkan surat keterangan terdaftar dan/atau izin penyelenggaraan reklame kepada pihak lain; dan/atau melanggar persyaratan yang tercantum dalam izin penyelenggaraan reklame dan peraturan daerah ini. Terkait dengan aturan dalam pasal tersebut, pada implementasinya di lapangan masih ditemukan pelanggaran penyelenggaraan reklame di beberapa titik tempat Kota Semarang, utamanya di daerah yang banyak didirikan kawasan permukiman, seperti daerah Kedungmundu, Mijen, dan Manyaran, sehingga masih diperlukan adanya penertiban untuk meningkatkan estetika Kota Semarang.

Selanjutnya, mengenai Hukuman bagi para pelanggar penyelenggaraan reklame dijelaskan lebih lanjut dalam pasal 43 ayat 2, yaitu dikenai sanksi berupa Pencabutan surat keterangan terdaftar; dan/atau izin penyelenggaraan reklame. Implementasi di lapangan terkait hukuman yang disiapkan, para penyelenggara reklame di Kota Semarang telah memahami aturan mengenai pemasangan reklame yang sesuai dengan Perda, akan tetapi mereka tetap melakukan pelanggaran yang sama secara berulang karena tuntutan ekonomi dan kebutuhan.

Penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 menggunakan metode penertiban preventif dan represif. Metode preventif melalui sosialisasi dan koordinasi antara Satpol PP dengan kewilayahan, yang mana ketika terjadi pelanggaran perda tentang reklame, kewilayahan berusaha untuk mengatasi permasalahan tersebut, mencoba melakukan peringatan lisan agar tidak melakukan pelanggaran yang sama secara berulang, atau apabila Satpol PP yang lebih dahulu mengetahui adanya pelanggaran reklame di wilayah setempat, maka aparat Satpol PP yang sedang melakukan penertiban pada hari itu menghubungi/mendatangi Kantor Kelurahan/Kecamatan yang termasuk dalam wilayah pelanggaran tersebut agar aduan yang diterima oleh wilayah dapat ditindaklanjuti terlebih dahulu.Sedangkan, dalam pelaksanaan metode represif Satpol PP Kota Semarang selalu berkoordinasi dengan kewilayahan tempat terjadinya pelanggaran reklame sebelum melakukan eksekusi pembongkaran, Satpol PP juga memiliki tim pengawasan cermat yang selalu memantau terhadap terjadinya pelanggaran di lapangan, serta Satpol PP juga selalu rutin melakukan patroli guna menemukan pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame.

Selanjutnya, pelaksanaan hukuman sebagai hasil dari pengawasan dan pengendalian berupa pembinaan, penjatuhan sanksi administratif, dan penjatuhan sanksi pidana sebagaimana tertulis pada pasal 47 Perda Nomor 4 Tahun 2019. Pemberian sanksi berupa sanksi administratif dilakukan apabila pelanggar reklame yang telah diberikan surat peringatan tidak segera menindaklanjutinya, sehingga dikenakan sanksi administratif.

3.2.Hambatan yang dihadapi oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang dalam Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah

Satpol PP telah melaksanakan setiap pasal di dalam perda tersebut yang menjadi tugas pokok dan fungsinya. Namun, penegakan Peraturan Daerah tidak akan maksimal apabila tidak ada

aturan pelaksana/Peraturan Walikota yang menjelaskan lebih lanjut mengenai tugas dan kewenangan dinas terkait yang berwenang dalam penyelenggaraan reklame, baik permanen maupun non permanen agar tidak terjadi disharmonisasi antar OPD. Disamping itu, masih terdapat oknum yang tidak taat aturan dan manipulatif dalam menyelenggarakan reklame sehingga belum adanya komitmen antara pemerintah dengan masyarakat mengenai hal ini. Faktor penghambat Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame, meliputi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang menjadi penyebab munculnya hambatan dalam penegakan perda diantaranya, belum adanya Peraturan Walikota yang mengatur tentang pembagian kewenangan tugas dengan instansi lain, biaya operasional penegakan perda yang menjadi kendala bagi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang. Salah satu contohnya yaitu kurang optimalnya kegiatan patroli rutin, khususnya di wilayah kecamatan yang jauh dari pusat kota juga karena kurangnya anggaran, kurangnya sumber daya aparatur, baik dari segi kualitas maupun kuantitas khususnya bidang ketertiban umum dalam hal patroli rutin di Kota Semarang. Implementasi bobot tugas yang ada di lapangan sangat besar, sehingga dibutuhkan lebih banyak aparatur yang memiliki wawasan luas dan cara berpikir kritis berkaitan dengan pelanggaran yang ditemukan di lapangan. Sedangkan, faktor eksternal yang menjadi penghambat Penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 adalah, Kesadaran masyarakat yang kurang menjadi hambatan paling besar dalam penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame. Hal ini disebabkan tidak semua masyarakat memahami tujuan dan prosedur penyelenggaraan reklame, sehingga kesadaran hukum bagi masyarakat guna mendukung penegakan perda tentang reklame perlu ditingkatkan, persepsi masyarakat dan biro reklame terhadap peraturan daerah yang mengatur tentang reklame masih kurang, biro reklame justru mencari celah agar dapat mendapat keuntungan dari media promosi reklame, namun pajak yang dibayar rendah, biro reklame juga banyak yang memasang reklame lebih dari jumlah yang diizinkan, misalnya mengajukan izin penerbitan reklame untuk 10 buah, namun pemasangan di lapangan lebih dari jumlah yang diizinkan, tidak adanya bigdata terkait penyelenggaraan reklame. Sebab, bigdata berfungsi untuk mempermudah Satuan Polisi Pamong Praja untuk dapat mengakses ketika melakukan penertiban penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 tentang reklame. Akan tetapi faktanya, dari Dinas Tata Ruang dan Bappenda berbeda, hal ini diperkuat dengan masih maraknya ditemukan reklame yang berizin, namun jumlah pemasangannya tidak sesuai sehingga terkesan adanya ego sektoral yang tinggi dari Dinas Tata Ruang, Bappenda, dan Satpol PP Kota Semarang yang notabene merupakan stakeholders penyelenggaraan dan penertiban reklame.

3.3. Penyelesaian Masalah Terhadap Hambatan Yang Dihadapi oleh Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah

Penyelesaian masalah terhadap hambatan yang dihadapi oleh Satpol PP dalam penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah yaitu dengan melakukan pendekatan restorative justice, rutin melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan biro reklame, serta berkolaborasi dengan instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang, Bappenda, DPU, dan Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman untuk bersama-sama membentuk tim penertiban reklame guna menegakan peraturan daerah tentang reklame di Kota Semarang walaupun belum ada penjelasan lebih lanjut di dalam Perda. Berkaitan dengan hambatan ketersediaan anggaran, upaya yang dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang adalah dengan memahami mekanisme penganggaran yang dilimpahkan, kemudian mengutamakan prioritas anggaran untuk program dan kegiatan yang sifatnya pokok dan penting, Satpol PP Kota Semarang melakukan sosialisasi melalui media sosial dan media cetak agar masyarakat di era modern dapat dengan mudah mengakses informasi terbaru berkaitan dengan penyelenggaraan reklame.

3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Pelaksanaan penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 tentang Reklame melalui penegakan Perda oleh Satpol PP Kota Semarang dan pembongkaran skala besar reklame oleh Dinas Tata Ruang Kota Semarang belum berjalan secara efektif dan optimal. Hal ini di nilai berdasarkan teori penegakan hukum menurut Moeljadno (2008) yang terdiri dari 3 dimensi dan 5 indikator, dimana kelima indikator yang meliputi Perbuatan yang dilarang, hukuman yang di siapkan, metode preventif, metode reprresif, dan sanksi yang diberikan cenderung belum efektif dan belum optimal karena dasar aturan pelaksana berupa Perwali yang mengatur tentang Perda reklame di Kota Semarang belum ada, sehingga menimbulkan berbagai dampak lanjutan, seperti disharmonisasi antar OPD karena ketidakjelasan pembagian tugas dan wewenang dalam penegakan Perda reklame. Sama halnya dengan temuan penelitian dari Margaretha Sinta Amir bahwa penegakan hukum perizinan reklame belum maksimal karena faktor sarana prasarana serta masyarakat serta ketentuan penyelenggaraan reklame belum sepenuhnya terlaksana sesuai aturan sehingga temuan penelitian ini memperkuat temuan penelitian dari Margaretha Sinta Amir karena penegakan hukum dikatakan efektif apabila berhasil mewujudkan semua unsur penegakan hukum. Berbeda dengan temuan dari Auliani Rokhman Istigfari bahwa keterlambatan pembayaran pajak reklame akibat pandemi covid-19 di Kota Malang, sedangkan Satpol PP dan Distaru Kota Semarang tidak memegang peranan pembayaran pajak, namun hanya menerbitkan izin penyelenggaraan dan melakukan penertiban reklame manakala reklame yang terpasang tidak sesuai aturan Perda Nomor 4 Tahun 2019.

3.8 Diskusi Temuan Menarik Lainnya (opsional)

Penulis menemukan faktor penghambat disebabkan karena keterbatasan anggaran penertiban oleh Satpol PP, sehingga kegiatan patroli rutin penertiban reklame belum mampu menjangkau seluruh wilayah administratif Kota Semarang, utamanya yang berada di wilayah pinggiran sehingga estetika kota daerah pinggir jauh berbeda dengan pusat kota yang setiap hari di pantau oleh petugas Satpol PP. Hal ini perlu diadakan kolaborasi antara Pemerintah Kota Semarang dengan OPD terkait termasuk Satpol PP agar kinerja dalam melakukan penertiban lebih maksimal.

IV. KESIMPULAN

Peneliti memperoleh kesimpulan bahwasanya, Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame Di Kota Semarang belum efektif. Hal ini berdasarkan teori penegakan hukum menurut Moeljatno, bahwasanya penegakan hukum memuat dimensi aturan, metode penertiban, dan pelaksanaan hukuman yang dapat disimpulkan sebagai berikut, aturan mengenai reklame belum efektif, karena belum adanya aturan pelaksana berupa Peraturan Walikota yang mengatur lebih lanjut substansi dari Perda Nomor 4 Tahun 2019, Metode penertiban yang dilakukan melalui metode preventif dan represif. Metode preventif dengan sosialisasi dan koordinasi antara Satpol PP dan kewilayahan (Kelurahan/Kecamatan), sedangkan metode represif dilakukan melalui tim pengawasan cermat yang selalu memantau terhadap terjadinya pelanggaran di lapangan, Satpol PP juga selalu rutin melakukan patroli guna menemukan pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame, serta Distaru yang melakukan pembongkaran berdasar SOP pembongkaran reklame yang berlaku, Pelaksanaan hukuman meliputi sanksi yang diberikan sebagai hasil dari pengawasan dan pengendalian, meliputi pembinaan, penjatuhan sanksi administratif, dan penjatuhan sanksi pidana sebagaimana tertulis pada pasal 47 Perda Nomor 4 Tahun 2019. Pelaksanaan hukuman sesuai Perda telah terlaksana dengan baik di masyarakat yang melanggar aturan mengenai penyelenggaraan reklame.

Faktor penghambat dalam penegakan Perda No 4 Tahun 2019 Tentang Reklame disebabkan karena faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi, belum adanya Peraturan Walikota yang mengatur tentang pembagian kewenangan OPD terkait, keterbatasan anggaran, dan kurangnya personil Satpol PP. Faktor eksternal meliputi kesadaran masyarakat yang kurang, budaya masyarakat dengan persepsi serba instan sehingga sistematika penyelenggaraan reklame tidak ditaati, serta tidak ada bigdata penyelenggaraan reklame. Upaya yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Semarang dalam mengatasi hambatan penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 tentang reklame di Kota Semarang antara lain sebagai berikut :

1. Melakukan penertiban yang humanis;
2. Melakukan komunikasi intens dengan masyarakat;
3. Rutin mengadakan sosialisasi kepada masyarakat umum dan biro reklame;
4. Prioritas anggaran untuk program dan kegiatan yang sifatnya pokok dan penting;
5. Melakukan evaluasi dan pembinaan.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni terbatasnya waktu melaksanakan penelitian sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih awal temuan penelitian, oleh karena itu peneliti menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan utamanya dalam kegiatan patroli rutin di wilayah yang bukan pusat Kota Semarang agar penyelenggaraan penegakan merata tidak hanya di wilayah pusat kota.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang dan Dinas Tata Ruang Kota Semarang beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian. Selain itu, penyelenggara reklame yang berkaitan dengan penelitian dan meluangkan waktunya untuk di wawancara guna penggalian informasi serta seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. S. (2017). Penegakan Hukum Perizinan Pemasangan Reklame yang Mempertimbangkan Lingkungan Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 di Kabupaten Kendal [Skripsi, Universitas Negeri Semarang]. <http://lib.unnes.ac.id/29950/>
- Anizar, H. (2013). Efektivitas Pengawasan Pemasangan Reklame Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame di Kota Pekanbaru
- Ariani, N. M., Wijaya, M. I. H., Priambudi, B. N., Pradana, B., Pugara, A., & Puspasari, D. A. (2022). Karakteristik Dan Tipologi Peletakan Reklame pada Bangunan di Kawasan Perdagangan Jasa Kota Semarang.
- Bimaruki, S. (2018). Peran Satuan Polisi Praja Kabupaten Sleman dalam Penerapan Peraturan Bupati Sleman Nomor 13 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Reklame (Studi Kasus Pemasangan Reklame di Kabupaten Sleman) [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].
- Moeljatno. (2008). Asas-asas Hukum Pidana. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, L. J. (2014). Peraturan Daerah. (2019). Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame.
- Peraturan Daerah. (2021). Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Semarang Tahun 2011 - 2031.
- Peraturan Pemerintah. (2018). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja.
- Soekanto, S. (2008). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum,. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.