

# EFEKTIVITAS PENERTIBAN REKLAME OLEH SATUAN PAMONG PRAJA DI KOTA MEDAN PROVINSI SUMATERA UTARA

Owen Valentino Maleakhi Simanullang  
NPP. 30.0126  
Asdaf Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara  
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong  
Email: owenmanullang@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Maris Gunawan Rukmana, S.IP., M.Si

## ABSTRACT

**Problem Statement/Background (GAP):** The author focuses on the problem of the many violations in billboard installation in Medan City, North Sumatra Province. **Purpose:** The purpose of this study is to determine the effectiveness of billboard control by Pamong Praja Police Unit. **Method:** The research method used is descriptive qualitative research and with data collection techniques using interviews, observation, and documentation. **Result:** From the research conducted by the author, the results obtained are the effectiveness of billboard control in the Medan City Pamong Praja Police Unit has been running according to procedures and the achievements obtained are in accordance with the objectives of the agency. However, it is considered not optimal in its implementation because there are several inhibiting factors such as the lack of public knowledge related to the implementation of billboards. **Conclusion:** The control of billboards by the Civil Service Police Unit in Medan City, North Sumatra Province is in accordance with procedures but is still not effective because there are still obstacles that need to be maximized.

**Keywords:** Effectiveness, Regulation, Advertisement.

## ABSTRAK

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Penulis berfokus pada permasalahan tentang banyaknya pelanggaran dalam pemasangan reklame di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja. **Metode:** Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dan dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. **Hasil/Temuan:** Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, hasil yang diperoleh adalah efektivitas penertiban reklame di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan sudah berjalan sesuai prosedur dan pencapaian yang diperoleh sudah sesuai dengan tujuan dinas. Namun hal tersebut dinilai belum maksimal dalam pelaksanaannya karena terdapat beberapa faktor penghambat seperti minimnya pengetahuan masyarakat terkait penyelenggaraan reklame. **Kesimpulan:** Penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara sudah sesuai prosedur namun masih belum efektif karena masih adanya kendala yang perlu dimaksimalkan.

**Kata kunci:** Efektivitas, Penertiban, Reklame

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Negara Indonesia adalah negara hukum. Segala perbuatan dan tindakan yang dilakukan warga negara harus dilandasi dengan tanggung jawab. Hukum yang dibuat oleh pemerintah untuk membatasi tindakan darisetiap warga negara agar tindakan yang dilakukan tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain. Peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah kepada masyarakatnya bertujuan agar mencapai kesejahteraan Seperti yang dicantumkan di awal UUD 1945. Otonomi daerah memberikan wewenang yang lebih luas, konkret, dan bertanggung jawab dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah. Karena tugas dan fungsi antara pemerintah pusat dan daerah serupa, makasetiap daerah perlu memiliki pendapatan yang cukup untuk bertanggung jawab dalam penyelenggaraan pemerintahan. Oleh karena itu, Diinginkan bahwa setiap daerah dapat mengembangkan diri, berkembang, menjadi lebih kompetitif dan sejahtera melalui pelaksanaan pemerintahan dan pembangunan daerah yang dilengkapi dengan sumber pendanaan yang memadai. Reklame merupakan alat pemasaran yang digunakan Untuk memikat perhatian sejumlah konsumen, digunakanlah kata-kata dan gambar yang bersifat persuasif. dan menarik perhatian, untuk mempromosikan barang atau jasa yang ingin dijual. Biasanya ditempatkandi kawasan umum yang sering dilalui banyak orang dan mudah dibaca dan dikenali. Umumnya reklame banyak ditemukan di sudut jalan dan di tiang- tiang jalan maupun di pepohonan. Hal ini dapat mengurangi nilai estetik di daerah tersebut, terlebih pemasangannya yang illegal berpotensi merugikan daerah.

Terdapat 14 jenis reklame yang bisa dipakai, seperti selebaran ataubrosur, stiker, reklame udara, reklame suara, peragaan, billboard, reklame berjalan atau kendaraan, baliho, spanduk, lukisan, reklame terapung dan megatron, neon box, dan film atau slide. Akan tetapi, dari berbagai jenis reklame tersebut, reklame selebaran seperti brosur, reklame baliho, dan reklame spanduk adalah yang paling umum digunakan dan ditemukan di berbagai sudut kota. Hal ini disebabkan karena jenis reklame tersebut dianggap lebih praktis dan ekonomis, sehingga banyak digunakan oleh masyarakat umum dan pihak swasta. Target pasarnya juga dinilai lebih luasketimbang iklan di internet yang hanya dapat dilihat oleh pengguna internetsaja. Begitu juga dengan iklan di televisi yang dapat dijangkau oleh kalangan yang memiliki televisi atau pun sedang menonton televisi. Sedangkan reklame sendiri, karena penempatan di lokasi yang strategis dan di tempat umum serta penggunaan bahasa dan gambar yang menarikterkadang membuat konsumen penasaran walau hanya untuk sekedar membaca atau melihatnya. Lokasi yang sering menjadi langganan tempat reklame adalah di sudut *traffic light* di perkotaan. Begitu juga dengan perkotaan di Medan, Sumatera Utara. Pemerintah daerah wajib melakukan pengendalian dan pengawasan secara sungguh-sungguh terhadap penyelenggaraan reklame. Pengendalian menurut Amins (2012: 35) diartikan sebagai sebuahproses guna memastikan bahwa kegiatan yang dilaksanakan untuk memenuhi berbagai tujuan manajemen dan organisasi berjalan sesuai dengan perencanaan yang ditentukan. Hal ini berarti dibutuhkan perangkathukum yang berguna sebagai landasan tujuan serta peran Pemerintah KotaMedan selaku pihak yang mengawasi jalannya penyelenggaraan reklame di Kota Medan untuk mewujudkan Kota Medan yang bersih, rapih dan tertata rapi.

Tugas pengawasan jalannya kegiatan periklanan atau reklame di Kota Medan dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Medan sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Peraturan Wali Kota Medan Nomor 46 Tahun 2020 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Peraturan Daerah KotaMedan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame merupakan sebuah langkah yang dimana langkah tersebut mengatur berbagai aturan yang bertujuan untuk menata pelaksanaan reklame yang beredar di berbagai wilayah Kota Medan agar menjadi lebih tertib. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak



Reklame dalam sebuah regulasi yang ditertibkan oleh Pemerintah Kota Medan yang bertujuan sebagai peningkatan pelayanan bagi masyarakat dalam hal penyelenggaraan reklame dengan mencermati prinsip-prinsip ketertiban, keindahan, kesamarataan, melindungi kepentingan umum, dan potensi daerah berwujud PAD (Pemerintah Asli Daerah) serta pengendalian penyelenggaraan reklame supaya dilaksanakan secara ekuivalen, serasi, dan seimbang dengan ekologi di sekitarnya.

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

Permasalahan yang berkaitan dengan banyaknya pelanggaran penyelenggaraan reklame yang teradministrasi di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan selama tahun 2019-2021 berjumlah 13.550 buah dengan rincian reklame tetap sebanyak 518 buah dan 13.032 buah reklame insidental. Jumlah pelanggaran reklame tersebut sangatlah besar dan riskan apabila dibiarkan secara terus-menerus tanpa tindakan yang tegas karena mengakibatkan Kota Medan menjadi kumuh, kotor, dan tidak tertib. Meninjau fenomena banyaknya pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame oleh pihak penyelenggara reklame yang biasa initerjadi di Kota Medan, maka keefektivitasan Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban harus dipertanyakan sudah sampai mana pelaksanaannya dalam melakukan fungsi penertiban dan efektivitas dalam penertiban reklame tersebut. Salah satu fenomena yang menjadi permasalahan penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Medan masih ada yang ditemukan penyelenggaraan reklamen yang tidak sesuai ketentuan yang belum ditertibkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan dan banyak reklame yang pendiriannya di fasilitas umum meskipun gangguan dan ketidaknyamanan pada ketertiban umum telah terjadi, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan masih belum mengambil tindakan yang memadai.

### **1.3. Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu, baik dalam bidang studi tentang peran serta kinerja Satpol PP dalam penertiban reklame. Penelitian oleh Arhaeda (2016) yang berjudul Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Reklame di Kota Makassar, menemukan hasil bahwa Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Kurang Baik, Kurang Efektif, dan Belum optimal. Penelitian oleh Saharuddin & Wahyuni (2017) yang berjudul Peran Satuan Polisi Pamong Praja Terhadap Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 15 Tahun 2006 Tentang Perizinan Pemasangan Reklame di Kota Samarinda, menemukan hasil bahwa Pelaksanaan Peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Reklame di Kota Samarinda Masih Belum Efektif Karena Kurangnya Koordinasi Dengan Instansi Terkait yang Berakibat Terkendalanya a Data-Data yang dibutuhkan. Penelitian oleh Millah (2018) yang berjudul Implementasi Kebijakan Penertiban dan Pengawasan Reklame di Kota Malang Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame, menemukan hasil bahwa Pelaksanaan Penertiban Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang Sudah Berjalan Dengan Baik dan Teratur. Penelitian oleh Daulay (2022) yang berjudul Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru, menemukan hasil bahwa Pengawasan Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru Belum Berjalan Maksimal, Lemahnya Komitmen Tim Satgas Penertiban Reklame Dalam Melakukan Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru. Penelitian oleh Wardana (2019) yang berjudul Responsibilitas Satuan Polisi Pamong Dalam Penertiban Reklame Insidental, menemukan hasil bahwa Pelaksanaan Penertiban Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kabupaten Malang Sudah Berjalan Dengan Baik dan Teratur, Serta Setiap Segera Ditindaklanjuti Dengan Baik

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

Penulis melaksanakan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya dan belum dilakukan oleh peneliti terdahulu, karena konteks penelitian sebelumnya berpatok pada kinerja serta

implementasi peraturan Perda oleh Satpol PP terhadap pelanggaran reklame. Memiliki metode yang sama dengan penelitian Saharuddin dan Wahyuni tetapi menggunakan teori yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teori Efektivitas menurut Duncan dalam Steers (1985) . Selain teori, rumusan masalah yang diangkat juga memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Penulis menghubungkan penelitian dengan teori dari pemerintahan dan perlindungan masyarakat yang merupakan sesuai dengan tema fakultas.

### **1.5. Tujuan.**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dan mengevaluasi tindakan Satuan Polisi Pamong Praja dalam mengawasi dan mengatur reklame di wilayah Kota Medan, untuk mengetahui dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan dalam melakukan penertiban reklame di Kota Medan, mengetahui upaya yang dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja untuk mengefektifkan penertiban reklame di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.

## **II. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci, untuk menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, memberi nilai pada kualitas data, analisis terhadap data, menafsirkan data yang ada serta membuat kesimpulan atas temuan dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Metode kualitatif deskriptif digunakan penulis karena langsung terjun ke lapangan sehingga di rasa lebih tepat. Melalui pendekatan ini diharapkan dapat memperoleh informasi mengenai pelanggaran reklame yang ada di Kota Medan. Diharapkan juga melalui pendekatan ini dapat menjelaskan serta mengungkapkan kondisi aktual tentang kendala yang dihadapi dalam upaya penertiban pelanggaran reklame di Kota Medan

Peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini ada 17 orang yang diambil dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan, Penyelenggara Reklame, dan Masyarakat

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penulis menganalisis menggunakan teori Efektivitas menurut Duncan dalam Steers bahwa Efektivitas merupakan seberapa jauh organisasi menjalankan seluruh tugas pokoknya ataupun dalam mencapai sasaran dan tujuannya. Teori ini didukung dengan tiga variable yang menjadi pusat perhatian yaitu Pencapaian Tujuan, Integrasi, Adaptasi. Penulis menghubungkan teori tersebut dengan peraturan-peraturan yang memiliki hubungan terhadap permasalahan yang diteliti. Penyajian subbab juga disusun berdasarkan rumusan masalah yang ada pada penelitian.

### **3.1. Pencapaian Tujuan**

Capaian tujuan merupakan suatu hasil yang diharapkan dari suatu kegiatan yang dilakukan. Capaian ini merupakan hasil dari serangkaian proses yang telah dilalui serta diharapkan sesuai dengan tujuan awal dari satu kegiatan. Penertiban Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Medan dilaksanakan agar tercapainya tujuan dari Satuan Polisi Pamong Praja yaitu agar tidak ada pelanggaran penyelenggaraan reklame. Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai salah satu tugas dan fungsi yaitu menegakkan peraturan daerah dan menyelenggarakan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat serta perlindungan masyarakat yang dalam pengimplementasian penegakan peraturan daerah terdapat bidang penegakan produk hukum daerah yang didalamnya termasuk fungsi penertiban produk hukum daerah salah satunya penyelenggaraan reklame. Sedangkan tujuan penertiban untuk menciptakan



ketertiban dan keamanan di masyarakat dengan menjaga kepatuhan terhadap peraturan penyelenggaraan reklame agar penyelenggaraan reklame berjalan dengan baik dan tidak merugikan pemerintah ataupun masyarakat. Setelah mengetahui sasaran dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan tentang penertiban reklame peneliti juga ingin mengetahui sanksi apa yang diberikan kepada penyelenggara reklame yang melanggar di Kota Medan. Karena pada dasarnya penertiban reklame juga memiliki prosedur dalam penertiban reklame yang melanggar baik itu mulai dari izin, pajak, dan posisi peletakan reklame. Sesuai Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2019 Tentang Penataan Reklame dijelaskan bahwa pada penertiban reklame tetap Satuan Polisi Pamong Praja menggunakan surat peringatan 1, 2, dan 3. Jangka waktu toleransi bagi penyelenggara reklame dari surat peringatan 1, 2, dan 3 masing-masing yaitu 7 hari, 5 hari, dan 3 hari. Apabila Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan melayangkan surat selama tiga kali namun tidak ada jawaban dari penyelenggara reklame maka langkah terakhir yaitu Satuan Polisi Pamong Praja melakukan gelar perkara dengan stakeholders terkait.

### **3.2. Integrasi**

Integrasi pada penelitian ini diukur dari tingkat kemampuan suatu organisasi untuk melakukan prosedur dan sosialisasi. Sesuai Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2019 Tentang Penataan Reklame dijelaskan bahwa pada penertiban reklame tetap Satuan Polisi Pamong Praja menggunakan surat peringatan 1, 2, dan 3. Jangka waktu toleransi bagi penyelenggara reklame dari surat peringatan 1, 2, dan 3 masing-masing yaitu 7 hari, 5 hari, dan 3 hari. Apabila Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan melayangkan surat selama tiga kali namun tidak ada jawaban dari penyelenggara reklame maka langkah terakhir yaitu Satuan Polisi Pamong Praja melakukan gelar perkara dengan stakeholders terkait.

### **3.3. Adaptasi**

Untuk mengukur kemampuan organisasi dalam beradaptasi peneliti melihat dari kesesuaian Standar Operasional Prosedur dan Saran dan Prasarana. SOP merupakan hal yang penting untuk menjadi sebuah standar yang dilakukan pegawai dalam menyelesaikan tugasnya. Selain itu, SOP juga dapat bermanfaat untuk mengurangi tingkat kesalahan dan kelalaian yang mungkin dilakukan oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas. Kefektivitasan penertiban reklame dilakukan harus sesuai dengan SOP agar dapat melakukan tugas dengan baik dan amandengan peraturan yang ada supaya mampu menjalankan penertiban dengan baik

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

Tujuan yang diharapkan pada penegakkan peraturan daerah khususnya penertiban penyelenggaraan reklame Satuan Polisi Pamong Praja bersama Dinas PMPTSP merinci mana saja yang melakukan pelanggaran penyelenggaraan reklame di Kota Medan. Untuk menindaklanjuti hal tersebut maka Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan melakukan giat patroli untuk mengecek titik-titik posisi reklame yang sesuai dengan data yang ada. Dalam pelaksanaan penegakan Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame di Kota Medan kita memiliki standar operasional prosedur yang tertera pada Peraturan Walikota Medan Nomor 17 Tahun 2019 Tentang Penataan Reklame. Dalam pelaksanaan penertiban reklame tetap dan reklame insidental tata cara pembongkarannya telah diatur yang diawali dengan mengecek lokasi media reklame yang diduga melanggar ketentuan selanjutnya apabila ditemukan pelanggaran maka Satpol PP Kota Medan mengirimkan surat peringatan kepada pemilik reklame yang bersangkutan untuk membongkarnya sendiri, selanjutnya apabila dalam tiga hari reklame tidak dibongkar mandiri maka Satpol PP Kota Medan mengirimkan surat peringatan sebanyak tiga kali dengan waktu peringatan pertama, kedua dan ketiga masing-masing paling lama 7 hari, 5 hari, dan 3 hari. Apabila surat peringatan telah dilayangkan

sebanyak tiga kali tidak ada itikad baik dari yang bersangkutan maka Satpol PP Kota Medan memberikan surat perintah pembongkaran dan langsung dilakukan pembongkaran oleh Satpol PP Kota Medan. Terkait reklame insidental Satpol PP Kota Medan bisa langsung ditertibkan apabila masa izin dan pajaknya telah berakhir. Sosialisasi terhadap penyelenggara reklame terlaksana dengan baik, namun masih memiliki kurangnya pengertian oleh penyelenggara reklame diakibatkan sosialisasi kadang dilakukan secara langsung di tempat dan tidak diumumkan dengan banyak pihak sehingga masih ada penyelenggara yang belum memahami aturan dan melanggar.

### **3.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya**

Penulis menemukan faktor penghambat dalam penertiban reklame di Kota Medan yaitu kurangnya pemahaman penyelenggara reklame dan masyarakat dalam melaksanakan penyelenggaraan reklame. Prosedur pelaksanaan penyelenggaraan reklame sudah dilaksanakan sesuai SOP yang berlaku dengan proses yang dianggap ideal dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame. Tingkat pemahaman penyelenggara dan masyarakat dianggap masih rendah dalam memahami prosedur penyelenggaraan reklame.

## **IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis laksanakan di Kota Medan mengenai penertiban pelanggaran reklame di Kota Medan dapat ditarik kesimpulan bahwa penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara sudah sesuai prosedur namun masih belum efektif karena masih adanya kendala yang perlu dimaksimalkan.

**Keterbatasan Penelitian.** Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan utama yaitu pada keterbatasan waktu serta akses yang dimiliki penulis dalam melaksanakan penelitian sehingga penelitian belum terlaksana dengan maksimal. Hal ini mengakibatkan data serta informasi yang diterima oleh peneliti belum mampu untuk melingkupi keseluruhan dari aspek penelitian

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Penulis mengharapkan untuk penelitian kedepannya yang mengambil permasalahan yang sama dan tempat yang sama agar melakukan penelitian secara mendalam dan menyeluruh di semua aspek yang terkait di Kota Medan, karena penulis menyadari dari hasil temuan penelitian ini yang masih tergolong awal.

## **V. UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing serta Dosen Penelaah yang telah mengambil andil untuk memberikan saran dan masukan dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih kepada seluruh informan penelitian yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan penulis selama pelaksanaan wawancara, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam menyukseskan pelaksanaan penelitian. Terima kasih.

## **VI. DAFTAR PUSTAKA**

- Arhaeda. (2016). *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Papan Reklame Di Kota Makassar*.
- Daulay, V. F. B. (2022). *Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru*.



- Millah, E. A. (2018). *Implementasi Kebijakan Penertiban dan Pengawasan Reklame di Kota Malang Oleh Satpol PP Berdasarkan Peraturan Walikota No.19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame*.
- Saharuddin, & Wahyuni. (2017). *Peran Satuan Polisi Pamong Praja Terhadap Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 15 Tahun 2005 Tentang Perizinan Reklame di Kota Samarinda*.
- Steers. (1985). *Managing Effective Organizations*. Kent Publishing.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In *Bandung Alf* (p. 143).
- Wardana, S. D. (2019). *Responsibilitas Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame Insidentil*.

