

**PENERTIBAN PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH  
SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DI KOTA PALU  
PROVINSI SULAWESI TENGAH**

Nawwaf Ikham  
NPP. 31.0868

*Asdaf Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah  
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong*

Email : [nawafikram@gmail.com](mailto:nawafikram@gmail.com)

Pembimbing Skripsi : Dwi Putri Yuliani, MM

**ABSTRACT**

**Problem/Background (GAP):** *In modern times like today, business people and legislative figures are competing to promote their products through advertising media such as billboards. This results in many advertisements not complying with the provisions, which results in advertisement violations. The Palu City Government issued Mayor's Regulation Number 17 of 2022 concerning the Implementation of Advertisements itself, which contains all the provisions and policies for implementing advertisements. The theory used in this research is the Theory of Order. **Objective:** This research aims to analyze and describe the regulation of advertising by Satpol PP in Palu City and determine the obstacles in its implementation. **Method:** This research also uses descriptive qualitative research methods. Data collection techniques used were interviews, observation and documentation. **Results/Findings:** The process of implementing the control has gone well, but factors are still found that are obstacles in controlling the implementation of these advertisements, The low level of public concern and awareness means that there are still many advertisements that do not comply with the provisions and do not match the designated location.. **Conclusion:** The conclusion of this research shows that the implementation of enforcement carried out by the Palu City Satpol PP is still not optimal and efforts are needed to improve the results of enforcement, namely by providing training and development programs to improve employee skills and knowledge. Increase patrol intensity, improve infrastructure, and also increase public awareness.*

*Keywords: Control, Satpol PP, Advertisements*

**ABSTRAK**

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Di zaman modern seperti sekarang ini pebisnis dan tokoh tokoh legislatif berlomba-lomba untuk mempromosikan produknya melalui media periklanan seperti reklame. Hal tersebut membuat banyaknya reklame yang tidak sesuai ketentuan yang mengakibatkan terjadinya pelanggaran reklame.

Pemerintah Kota Palu mengeluarkan Peraturan Wali Kota Nomor 17 Tahun 2022 Tentang Penyelenggaraan Reklame itu sendiri yang di dalamnya berisi seluruh ketentuan dan kebijakan dalam penyelenggaraan reklame. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Penertiban. **Tujuan** : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP di Kota Palu serta mengetahui hambatan dalam pelaksanaannya. **Metode**: Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. **Hasil/Temuan**: Dalam proses pelaksanaan penertiban sudah berjalan dengan baik namun masih didapati faktor yang menjadi penghambat dalam penertiban penyelenggaraan reklame tersebut seperti tingkat kepedulian dan kesadaran masyarakat yang rendah menyebabkan masih banyaknya didapati penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai ketentuan dan tidak sesuai lokasi yang ditetapkan. **Kesimpulan**: Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan penertiban yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Palu masih belum maksimal dan diperlukan upaya untuk meningkatkan hasil penertiban yaitu dengan menyediakan pelatihan dan program pengembangan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pegawai. Meningkatkan intensitas patroli, meningkatkan sarana prasarana, dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat.

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

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Reklame dapat diartikan sebagai istilah yang digunakan dalam teknik dalam menginformasikan produk baik barang maupun jasa yang dihasilkan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk mengkonsumsi produk yang telah dihasilkan. Reklame pada umumnya berisi tentang informasi umum suatu produk. Reklame terdiri dari beberapa jenis dan macam contohnya seperti, Poster, Selebaran, Buklet, Fulder, Embalase, Advertensi, Etiket, Label, Logo, Mobile, Baliho, Spanduk, Papan Nama dan Etalase.

Tidak bisa dipungkiri dengan adanya perkembangan zaman dan kemajuan teknologi maka beriringan dengan kemajuan perkembangan disektor wirausaha di Indonesia, semakin modern serta semakin maju pula pemasangan reklame baik reklame permanen ataupun insidental. Dengan reklame yang ada tentunya akan memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat, lingkungan maupun pemerintahan. Salah satu pengaruh positif bagi pemerintah seperti halnya memberikan peningkatan terhadap pemasukkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) melalui pajak terhadap pemasangan reklame yang ada. "PAD Kota Palu dari pajak reklame. Dalam RDP bersama DPRD Palu PAD Kota Palu dari pajak reklame tahun kemarin 2 setengah miliar ditargetkan di tahun ini bisa mencapai 4 miliar".

Adapun dampak yang negatif yang dapat mempengaruhi kehidupan bermasyarakat seperti dapat mengalihkan fokus pengendara motor maupun mobil di jalan yang bisa menyebabkan terganggunya ketentraman dan ketertiban umum. Maka dari itu pemerintah daerah menetapkan aturan dan ketentuan ketentuan yang harus dipatuhi dalam hal penyelenggaraannya sehingga mendapatkan izin untuk memasang maupun mendirikan reklame. Dalam hal ini Pemerintah Daerah memiliki peran penting dalam

hal mengatur dalam hal penyelenggaraan reklame yang ditetapkan melalui hukum Peraturan Daerah yang lebih rincinya tertera pada Peraturan Wali Kota Palu. Dengan adanya aturan hukum sehingga dapat meningkatkan ketentraman, ketertiban, dan meningkatkan kerapian dan keindahan daerah Kota Palu.

Kenyataan yang terjadi di lapangan berdasarkan berita yang sempat menjadi perbincangan hangat di daerah Kota Palu, dikutip dari laman netiz.id Pemerintah Kota Palu melalui sejumlah Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) melakukan aksi penertiban reklami di berbagai titik di Kota Palu. Operasi Penertiban ini dilakukan oleh tim yang terdiri dari Satpol PP Kota Palu, Beberapa OPD, Serta Tim Koordinasi Pengawasan, Pengendalian, dan Penertiban Reklame, didukung oleh lurah dan Satgas Pancasila dari Kelurahan Mamboro dan Mamboro Barat. Tujuan dari pemasangan reklame itu sendiri meliputi reklame informatif, reklame persuasif, reklame pengingat dan reklame penambah nilai serta reklame yang mendukung aktivitas lain (Suryanto, 2005).

Kehadiran Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai peran penting dan diperlukan karena mempunyai tugas dan fungsi sebagai penegak peraturan daerah dalam memelihara ketentraman dan ketertiban umum agar dapat membantu menstabilkan proses berlangsungnya pemerintah dan dapat menimbulkan rasa aman kepada masyarakat dengan hadirnya Satuan Polisi Praja. Dalam pelaksanaan tugasnya Satuan Polisi Pamong Praja tidak hanya berjalan sendiri namun juga melakukan koordinasi dan kerja sama dengan instansi lainnya seperti polisi, tentara, dinas perhubungan, dan instansi yang bersangkutan dan berkaitan tergantung dari tugas yang dilaksanakan.

Satuan Polisi Pamong Praja memberdayakan unit polisi publik untuk menjaga keamanan dan ketertiban masyarakat dengan didukung pada 7 (tujuh) asas hukum yang diatur dalam Undang-Undang nomor 23 tahun 20014 sebagai penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat, dengan ini Satuan Polisi Pamong Praja diharapkan mampu menjalankan pemerintahan dengan lancar dan efektif. Peraturan yang menjadi dasar lain yang mengatur kewenangan Satpol PP yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satpol PP. Penyelenggaraan reklame diwilayah kota palu telah ditetapkan dan diatur lebih jelasnya dalam Peraturan Wali Kota nomor 17 Tahun 2022 tentang penyelenggaraan reklame.

Pemerintah Kota Palu diharapkan melakukan tindakan tegas sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan terhadap penyelenggaran reklame yang tidak memenuhi ketentuan seperti tidak memiliki izin ataupun memasang reklame dilokasi yang tidak diperbolehkan untuk dipasang, bukan hanya pemberian peringatan saja tetapi dengan melaksanakan sesuai dengan sanksi yang telah ditetapkan dengan tegas terhadap masyarakat yang memasang reklame yang tidak sesuai dalam peraturan yang berlaku agar dapat terciptanya ketentraman, ketertiban juga keindahan dalam estetika bangunan bagi masyarakat/dunia usaha.

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

Penyelenggaraan pemasangan Reklame yang ada di kota palu terdapat beberapa masalah yang umumnya dihadapi oleh Satuan Polisi Pamong Praja berhubungan tentang masalah perizinan maupun masalah pemasangannya, masalah-masalah yang dimaksud antara lain dalam penyelenggaraan dan pemasangan reklame adalah Reklame yang ada biasanya tidak memiliki izin dari pihak Satuan Polisi Pamong Praja yang dimana tidak sesuai dengan aturan-aturan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Peraturan Wali Kota nomor 17 tahun 2022 tentang penyelenggaraan reklame.

Selain itu reklame sering melebihi batas waktu perizinan dan kontrak yang telah disepakati antara pemohon dan Satuan Polisi Pamong Praja yang sudah jelas mengenai batas akhir perizinannya. Pemerintah Kota Palu diharapkan melakukan tindakan tegas sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan terhadap penyelenggaraan reklame yang tidak memenuhi ketentuan seperti tidak memiliki izin ataupun memasang reklame di lokasi yang tidak diperbolehkan untuk dipasang, bukan hanya pemberian peringatan saja tetapi dengan melaksanakan sesuai dengan sanksi yang telah ditetapkan dengan tegas terhadap masyarakat yang memasang reklame yang tidak sesuai dalam peraturan yang berlaku agar dapat terciptanya ketentraman, ketertiban juga keindahan dalam estetika bangunan bagi masyarakat atau dunia usaha.

### **1.3 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu terkait Penertiban Reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palu. Penelitian oleh Owen Valentino Maleakhi Simanullang yang berjudul Efektivitas Penertiban Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara, menemukan bahwa Efektivitas penertiban reklame di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Medan telah berlangsung sesuai dengan prosedur yang ditetapkan, dan pencapaian yang telah dicapai sejalan dengan tujuan dinas, meski begitu, pelaksanaannya dinilai belum optimal karena terdapat beberapa faktor yang mengambat, seperti kurangnya pemahaman masyarakat tentang penyelenggaraan reklame (Owen Valentino Maleakhi Simanullang 2023). Penelitian oleh Yan Suprandy Djahier yang berjudul Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Palu, menemukan bahwa Implementasi yang dilakukan sesuai dengan indikator menunjukkan bahwa telah berlangsung dengan memuaskan, meskipun masih ada kebutuhan untuk meningkatkan komunikasi antar lembaga agar pelaksanaan kebijakan dapat berjalan lebih lancar. Selain itu, ketersediaan Sumber Daya Manusia juga belum optimal dalam menghambat pengoptimalan peraturan tersebut (Yan Suprandy Djahier 2015). Penelitian oleh Viola Fitriani Br, Daulay & Zaili Rusli yang berjudul Penertiban Reklame Di Kota Pekanbaru, menemukan bahwa Pengawasan penertiban reklame di Kota Pekanbaru belum mencapai tingkat optimal karena kurangnya koordinasi antara instansi terkait dalam menerapkan prosedur operasional standar (SOP) serta kurangnya keseriusan dari tim satgas penertiban reklame (Viola Fitriani Br, Daulay & Zaili Rusli 2022). Penelitian oleh Angela Marita Putrid & Abdul Rahman yang berjudul Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kabupaten Kampar, menemukan bahwa Pelaksanaan pemasangan reklame di Kabupaten Kampar telah dilakukan dengan cukup lancar, meskipun belum mencapai tingkat optimal karena adanya beberapa kelemahan dalam hal sumber daya manusia dan fasilitas yang terbatas (Angela Marita Putrid & Abdul Rahman 2023). Penelitian oleh Erfan Nursadewo yang berjudul Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame Tidak Berizin Di Kota Yogyakarta, menemukan bahwa Hasil penelitian terjawab Responsivitas bahwa masyarakat memiliki persepsi terhadap reklame yang tidak berizin. Dengan peringkat tidak rapi sebesar 30%, peringkat mengganggu fasilitas umum sebesar 26%, kemudian peringkat sembarang tempat sebesar 20%, selanjutnya merusak keindahan kota sebesar 18 dan terakhir kurang mendidil sebesar

6%. Dari hasil temuan dilapangan juga menjawab bahwa yang bertanggungjawab ialah Pemerintah Daerah sebesar 70%, kemudian Swasta sebesar 26%. Kemudian Responibilitas terjawab memiliki beberapa tugas penertiban terkait pelanggaran berdasarkan 12 jenis obyek perizinan dikota Yogyakarta (Erfan Nursadewo 2020).

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

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan yakni Penertiban Penyelenggaraan Reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Palu, selain itu lokasi penelitian ini dilakukan di wilayah yang berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Owen Valentino Maleakhi Simanullang, Yan Suprandy Djahier, Viola Fitriani Br. Daulay & Zaili Rusli, Angela Marita Putrid & Abdul Rahman dan Erfan Nursadewo. Selain itu teori yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda yaitu menggunakan Konsep Penertiban (Eva Eviany & Sutiyo 2023) yang menyatakan bahwa indikator penertiban yang baik dapat dinilai melalui 3 (tiga) dimensi yaitu Upaya Berupa Tindakan, Perlengkapan Yang Diperlukan serta Tujuan.

#### **1.5 Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pelaksanaan Penertiban Penyelenggaraan Reklame oleh Satpol PP Kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah.

## **II. METODE**

Penelitian merupakan suatu proses mencari kebenaran serta memecahkan masalah secara sistematis dengan berlandaskan data yang terjadi di lapangan (Nurdin & Hartati 2019). Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menempatkan penulis sebagai instrumen kunci, untuk menetapkan fokus pada penelitian, menentukan informan dari sumber data, memberikan nilai pada kualitas data, analisis data, mengolah data yang ada dan membuat kesimpulan atas temuan dalam penelitian (Simangunsong 2016). Desain penelitian adalah proses yang terdiri dari segala hal yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian (Moh. Nazir 2005). Penelitian ini di dalam pengumpulan data menggunakan triangulasi atau gabungan dari beberapa sumber data yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan 3P (*Person, Place, Paper*) (Arikunto 2007). Dalam mengumpulkan data kualitatif, penulis melakukan wawancara secara mendalam terhadap 8 orang informan yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling ini dipakai agar hanya informan yang mengerti tentang permasalahan yang akan penulis teliti saja yang akan di wawancarai(Simangunsong 2016). Informan tersebut terdiri dari beberapa elemen yaitu Kepala Satpol PP Kota Palu, Kabid Penegakan Perda Satpol PP Kota Palu, Kasi Penegakan Perda Kota Palu, Anggota Satpol PP dan Masyarakat Kota Palu. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan (Sugiyono 2015).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menganalisis penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP Kota Palu dengan menggunakan konsep teori penertiban (Eva Eviany & Sutiyo 2023), hal ini dilakukan selain lebih memperjelas topik permasalahan juga digunakan untuk mengukur sejauh mana penertiban penyelenggaraan reklame berjalan secara efektif atau tidak. Berikut adalah dimensi beserta indikatornya :

#### 3.1 Upaya Berupa Tindakan

Upaya berupa tindakan yang dilakukan oleh Satpol PP adalah segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh pegawai Satpol PP dalam rangka melaksanakan tugas dan fungsinya untuk memelihara ketertiban umum dan ketentraman masyarakat. Tindakan tersebut dapat berupa tindakan preventif, represif, atau pembinaan yang dapat dilakukan menggunakan dua indikator yaitu penertiban langsung dan penertiban tidak langsung. Upaya berupa tindakan yang dilakukan pegawai Satpol PP merupakan bagian penting dari upaya untuk mewujudkan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.

##### 3.1.1 Penertiban Langsung

Penertiban secara langsung oleh Satpol PP Kota Palu dalam menertibkan penyelenggaraan reklame yang melanggar dari Pasal 5 ayat 1 dalam Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2022 yang dimana menggunakan mekanisme penertiban berdasar pada Pasal 6 Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2022. Pemberian sanksi administratif oleh Satpol PP Kota Palu sesuai aturan yang ada yaitu peringatan tertulis, pemberian tanda silang pada reklame, pencabutan izin dan pembongkaran reklame. Peneliti melakukan wawancara pada 7 januari 2024 bersama Kepala Satuan Polisi Pamong Praja terkait SOP dan mekanisme penertiban dan pelanggaran penyelenggaraan reklame di Kota Palu dan dapat ditarik kesimpulan bahwa metode Penertiban yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Palu sudah sesuai dengan Peraturan Wali Kota yang berlaku semenjak tahun 2022 yaitu memberikan peringatan selanjutnya apabila peringatan tidak diindahkan oleh penyelenggara reklame maka reklame tersebut akan ditertibkan oleh Satpol PP itu sendiri.

Tabel 3.1

Jumlah Penertiban Penyelenggaraan Reklame Kota Palu Tahun 2023

Bulan	Jumlah Penertiban				
	Baliho	Stiker Caleg	Spanduk	Banner	Reklame lainnya
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Januari	88	-	-	-	-
Februari	2	-	-	-	-
Maret	23	-	-	-	13
April	34	-	-	-	-
Mei	158	-	-	-	31

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Juni	5	-	-	-	13
Juli	31	-	-	-	31
Agustus	127	-	-	-	35
September	120	-	-	-	58
Oktober	37	-	-	-	25
November	2649	320	18	33	96
Desember	62	-	2	-	170
<b>Jumlah</b>	<b>3346</b>	<b>3220</b>	<b>20</b>	<b>33</b>	<b>427</b>

Sumber : Satpol PP Kota Palu

Berdasarkan tabel diatas terjadi peningkatan atas penyelenggaraan reklame yang tidak memenuhi ketentuan terkhususnya pada pemasangan baliho yang memuncak pada bulan November yang dimana pada saat ini semakin mendekati waktu Pemilu sehingga para calon legislatif semakin banyak mendirikan reklame dalam mempromosikan dirinya.

### 3.1.2 Penertiban Tak Langsung

Penertiban tidak langsung mengacu pada upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatur juga mengendalikan aktivitas penyelenggara reklame tanpa melakukan penegakan hukum secara langsung. Upaya yang dilakukan bermaksud untuk mencegah pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame dan menciptakan kondisi lingkungan yang kondusif dan indah. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan didapati bahwasannya penertiban tak langsung yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palu yaitu dengan melakukan sosialisasi juga himbauan terhadap masyarakat mengenai Peraturan Daerah yang telah menentukan bagaimana ketentuan-ketentuan dalam melaksanakan Penyelenggaraan Reklame.

### 3.2 Perlengkapan Yang Diperlukan

Perlengkapan yang diperlukan oleh pegawai Satpol PP dalam melakukan penertiban penyelenggaraan reklame adalah perlengkapan yang digunakan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam rangka memelihara ketertiban umum dan ketentraman masyarakat berdasarkan peraturan menteri dalam negeri republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2019.

#### 3.2.1 Peraturan atau Hukum

Peraturan dan aturan diperukan oleh pegawai Satpol PP untuk mengetahui sejauh mana ketepatan peraturan atau aturan yang dikeluarkan terkait penertiban penyelenggaraan reklame dan mengevaluasi sejauh mana aturan yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik daerah setempat. Peraturan yang menjadi pedoman dari Satpol PP Kota Palu dalam melakukan penertiban penyelenggaraan reklame adalah Peraturan Wali Kota Nomor 17 Tahun 2022 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti di lapangan didapati bahwa sudah jelas dasar hukum yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame di Kota Palu. Penggunaan Peraturan Wali Kota Nomor 17 Tahun 2022 sudah dilakukan dengan baik oleh pihak Satpol PP sehingga bisa tepat sasaran dan mengungari pelanggaran dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Palu.

### **3.2.2 Aparatur Penertiban**

Aparatur penertiban dalam penertiban peny penyelenggaraan reklame mengacu pada pegawai Satpol PP yang bertugas untuk melakukan penertiban tersebut. Pegawai Satpol PP yang bertugas menangani harus mempunyai kualifikasi dan kompetensi yang sesuai dengan tugas dan fungsinya. Berdasarkan data dan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti Bahwasannya Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palu telah menyiapkan tim terpadu sebagai upaya yang dilakukan untuk melancarkan berjalannya penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Palu yang dipimpin langsung oleh Ketua Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palu.

### **3.3 Tujuan**

Tujuan adalah hasil akhir yang ingin dicapai dari suatu kegiatan. Dalam penertiban penyelenggaraan reklame, tujuan yang ingin dicapai oleh Satpol PP adalah mewujudkan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat, mencegah penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai ketentuan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap aturan penyelenggaraan reklame. Penindakan hukum terhadap pelaku penyelenggaraan reklame dapat menimbulkan efek jera dan mencegah meningkatnya penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai ketentuan. Satpol PP Kot Palu harus melaksanakan tugas dan fungsinya dalam menangani penyelenggaraan reklame untuk mencapai tujuan serta visi misi yang telah ditetapkan.

#### **3.3.1 Keteraturan dan Kepatuhan**

Penertiban penyelenggaraan reklame ini mampu mewujudkan kondisi masyarakat yang tertib dan taat hukum dalam hal penyelenggaraan reklame. Keteraturan yang dimaksud dalam konteks ini berarti terciptanya kondisi masyarakat yang aman, nyaman dan tertib. Kepatuhan dan keteraturan hukum dalam konteks ini berarti masyarakat patuh terhadap peraturan/aturan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame. Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama kasi penegakkan perda dan masyarakat setempat, peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya keteraturan dan kepatuhan masyarakat belum sepenuhnya sadar dan peduli terhadap peraturan penyelenggaraan reklame yang telah ditetapkan, walaupun mekanisme penertiban sudah dilakukan sesuai dengan prosedur akan tetapi tidak menimbulkan efek jera terhadap para penyelenggara reklame yang tidak memenuhi ketentuan ataupun tidak pada lokasi yang diperbolehkan karena lemahnya tindakan hukum yang diberikan sehingga masyarakat mempunyai rasa kurang peduli terhadap lingkungannya sendiri.

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

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Owen Valentino Maleakhi Simanullang yaitu pengetahuan dan kesadaran masyarakat yang masih kurang (Owen Valentino Maleakhi 2023). Walaupun sudah dilakukannya sosialisasi terhadap masyarakat Kota Palu, tapi oknum penyelenggaraan reklame yang tidak

memenuhi ketentuan dan tidak sesuai lokasi pemasangan tetap saja ada juga dikarenakan sifat orang palu yang terbilang keras kepala dan susah diberi tahu. Sarana dan prasarana pendukung penertiban penyelenggaraan reklame yang masih perlu ditingkatkan lagi demi menghasilkan penertiban penyelenggaraan reklame yang lebih maksimal. Sumber Daya Manusia yang dimana di Satpol PP Kota Palu merupakan mayoritas SMA atau Sederajat kurang berkompeten dalam mendukung penertiban penyelenggaraan reklame.

#### **IV. KESIMPULAN**

Penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palu sudah melakukan penertiban sesuai landasannya yaitu Peraturan Wali Kota Nomor 17 Tahun 2022 tentang penyelenggaraan reklame juga telah melakukan sosialisasi kepada masyarakat terkait penyelenggaraan reklame itu sendiri, tetapi karena tingkat kepedulian dan kesadaran masyarakat yang rendah menyebabkan masih banyaknya didapati penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai ketentuan dan tidak sesuai lokasi yang ditetapkan. Maka dari itu diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, meningkatkan sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta intensitas patroli agar dapat menciptakan suasana yang tertib penyelenggaraan reklame sesuai dengan aturan yang ada.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian.

**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 penertiban penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

#### **V. UCAPAN TERIMA KASIH**

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

#### **VI. DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2007). Classroom action research. *Jakarta: Earth Literacy*.
- Daulay, V. F. B., & Rusli, Z. (2022). *Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru*. Cross-border, 5(1), 815-832. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/1179>
- Djabier, Y. S. (2019). *Implementasi Kebijakan Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Palu*. <https://media.neliti.com/media/publications/148495-ID-implementasi-kebijakan-izin-penyelenggar.pdf>
- Eva Eviany, Sutiyo. (2023). *Perlindungan Masyarakat Penyelenggaraan Ketenteraman, Ketertiban Umum, dan Manajemen Kebencanaan*. Klaten : PT.Nas Media Indonesia.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian*. cet. 3. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Media Sahabat Cendekia.

- Nursadewo, E. (2020). *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame Tidak Berizin di Kota Yogyakarta*. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/2292/>
- Putri, A. M., & Rahman, A. (2023). *Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kabupaten Kampar*. *Jurnal Tatapamong*, 1-24. <https://ejournal.ipdn.ac.id/jurnaltatapamong/article/view/3283>
- Siagian, S.P. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Simangunsong, F. (2016). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. cet. 1. Bandung: Alfabeta.
- Simanullang, O. V. (2023). *Efektivitas Penertiban Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara*. <http://eprints.ipdn.ac.id/16036/>
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarna. (2011). *Dasar-dasar manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Suyanto, M. (2005). *Strategi perancangan iklan televisi perusahaan top dunia*. Penerbit Andi./6

#### **PERATURAN**

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja

Peraturan Wali Kota Palu Nomor 17 Tahun 2022 Tentang Penyelenggaraan Reklame

