

**PENEGAKAN PERATURAN DAERAH DALAM PENYELENGGARAAN
REKLAME OLEH SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DI
KABUPATEN KARAWANG PROVINSI JAWA BARAT**

ALIYYAH FEBRIANI

32.0356

Institut Pemerintahan Dalam Negeri

Email : 32.0356@praja.ipdn.ac.id

Pembimbing Skripsi: Didi Sudiana, SE., M.M

ABSTRACT

Problem/Background (GAP): *The implementation of advertising in Karawang Regency, West Java Province, still faces various problems such as the installation of advertisements that are not in accordance with zoning, not paying taxes, not having permits, to the condition of damaged advertisements and endangering the public. Although Regional Regulation No. 3 of 2019 and Regent Regulation No. 308 of 2023 have been issued, violations of these provisions still often occur. This shows that there are challenges in the effectiveness of law enforcement by the Civil Service Police Unit (Satpol PP), especially related to limited resources and low public awareness. **Purpose :** This study aims to describe and analyze the effectiveness of the enforcement of Regional Regulations by Satpol PP in implementing advertising in Karawang Regency. **Method:** The approach used is descriptive qualitative with data collection through in-depth interviews with Satpol PP officers, advertising business actors, and other related parties. Data were analyzed using a thematic approach with source triangulation to ensure the validity of the information. **Results:** The study shows that enforcement of Regional Regulations by Satpol PP has been implemented through illegal advertising control activities, administrative sanctions, and coordination with other agencies. However, there are still obstacles such as limited facilities and infrastructure, inadequate budget, and minimal public understanding of applicable regulations. **Conclusion:** Enforcement of Regional Regulations by Satpol PP in implementing advertising in Karawang Regency is quite good, but not optimal. Increased institutional capacity, adequate budget allocation, and ongoing socialization are needed to increase public legal awareness and the effectiveness of advertising enforcement.*

Keywords: *Enforcement, Satpol PP, Advertising Implementation*

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, masih menghadapi berbagai permasalahan seperti pemasangan reklame yang tidak sesuai zonasi, tidak membayar pajak, tidak memiliki izin, hingga kondisi reklame yang rusak dan membahayakan masyarakat. Meskipun telah diterbitkan Peraturan Daerah No. 3 Tahun 2019 dan Peraturan Bupati No. 308 Tahun 2023, pelanggaran terhadap ketentuan tersebut masih sering terjadi. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam efektivitas penegakan hukum oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), terutama terkait keterbatasan sumber daya dan rendahnya kesadaran masyarakat. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis efektivitas penegakan Peraturan Daerah oleh Satpol PP dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karawang. **Metode:** Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap petugas Satpol PP, pelaku usaha reklame, serta pihak terkait lainnya. Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik dengan triangulasi sumber untuk memastikan keabsahan informasi. **Hasil/Temuan:** Penelitian menunjukkan bahwa penegakan Perda oleh Satpol PP telah dilaksanakan melalui kegiatan penertiban reklame ilegal, pemberian sanksi administratif, serta koordinasi dengan instansi lain. Namun, masih terdapat hambatan seperti keterbatasan sarana dan prasarana, anggaran yang belum memadai, serta minimnya pemahaman masyarakat terhadap aturan yang berlaku. **Kesimpulan:** Penegakan Peraturan Daerah oleh Satpol PP dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karawang tergolong cukup baik, namun belum optimal. Diperlukan peningkatan kapasitas

kelembagaan, alokasi anggaran yang memadai, serta sosialisasi berkelanjutan untuk meningkatkan kesadaran hukum masyarakat dan efektivitas penegakan reklame.

Kata Kunci: Penegakan, Satuan Polisi Pamong Praja, Penyelenggaraan Reklame

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan kesejahteraan, ketertiban, dan keadilan bagi masyarakat melalui perumusan kebijakan dan penegakan hukum. Dalam konteks pemerintahan daerah, fungsi ini dijalankan melalui produk hukum seperti Peraturan Daerah (Perda) yang disesuaikan dengan karakteristik lokal. Penegakan Perda menjadi penting untuk menjaga ketertiban dan kepastian hukum di masyarakat, termasuk dalam hal penyelenggaraan reklame (UU No. 23 Tahun 2014). Kabupaten Karawang, yang dulunya dikenal sebagai “Lumbung Padi Jawa Barat,” kini telah berkembang menjadi kawasan industri besar dengan pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang pesat. Peningkatan aktivitas usaha mendorong pemanfaatan media reklame sebagai sarana promosi. Namun, pertumbuhan ini juga menimbulkan berbagai pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame, seperti pemasangan tanpa izin, penempatan yang tidak sesuai zonasi, serta reklame yang membahayakan masyarakat (BPS Karawang, 2024).

Untuk menertibkan kondisi ini, Pemerintah Kabupaten Karawang mengeluarkan Perda Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame. Penegakan aturan tersebut menjadi tugas Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018. Satpol PP diberi kewenangan untuk menindak pelanggaran reklame dan menjaga ketertiban umum. Namun dalam praktiknya, masih banyak ditemukan reklame ilegal yang berdiri di berbagai titik strategis, menunjukkan lemahnya efektivitas penegakan perda (Perda Karawang No. 3 Tahun 2019; PP No. 16 Tahun 2018). Data Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Karawang menunjukkan fluktuasi jumlah izin reklame dalam tiga tahun terakhir, yaitu 396 izin pada tahun 2022, turun menjadi 219 izin pada 2023, dan naik lagi menjadi 309 pada 2024. Sementara itu, jumlah pelanggaran reklame ilegal pada 2022 adalah 117 kasus, turun menjadi 62 kasus pada 2023, namun melonjak menjadi 209 kasus pada 2024. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan izin tidak serta merta menurunkan pelanggaran, sehingga menandakan adanya celah dalam sistem pengawasan dan penegakan (DPMPTSP & Satpol PP Karawang, 2024).

Dengan berbagai tantangan tersebut, penelitian ini berfokus pada evaluasi efektivitas penegakan Perda tentang penyelenggaraan reklame oleh Satpol PP di Kabupaten Karawang. Hal ini penting untuk mengkaji sejauh mana fungsi penegakan hukum dijalankan secara optimal dan memberikan rekomendasi perbaikan guna menciptakan lingkungan yang tertib dan sesuai dengan norma peraturan yang berlaku.

1.2 Gap Penelitian

Meskipun Pemerintah Kabupaten Karawang telah menetapkan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame dan memberikan kewenangan kepada Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) untuk menegakkannya, pelanggaran terhadap aturan tersebut masih marak terjadi di lapangan. Hal ini terlihat dari data tiga tahun terakhir yang menunjukkan adanya fluktuasi signifikan dalam jumlah izin reklame yang diterbitkan dan pelanggaran reklame ilegal yang ditemukan. Pada tahun 2024, meskipun jumlah izin reklame meningkat dibanding tahun sebelumnya, pelanggaran reklame justru mengalami lonjakan tajam. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi yang telah ada dengan implementasinya di lapangan. Selain itu, penegakan hukum yang dilakukan oleh Satpol PP belum sepenuhnya efektif dalam menertibkan penyelenggaraan reklame ilegal, yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti keterbatasan sumber daya, lemahnya pengawasan, serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat. Hingga saat ini, belum banyak penelitian yang secara khusus mengevaluasi efektivitas penegakan Perda tersebut oleh Satpol PP di Karawang. Oleh karena itu,

diperlukan kajian lebih mendalam untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dihadapi, mengevaluasi pelaksanaan tugas Satpol PP, dan merumuskan strategi penegakan hukum yang lebih optimal agar penyelenggaraan reklame dapat berjalan sesuai aturan yang berlaku.

1.3 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas persoalan terkait penyelenggaraan dan penegakan peraturan reklame di berbagai wilayah. Permana (2019) meneliti penegakan Peraturan Wali Kota terkait pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Bandung dan menemukan bahwa lemahnya kesadaran penyelenggara reklame serta keterbatasan aparat menjadi penghambat utama efektivitas penegakan. Fokus penelitian ini lebih pada pelaksanaan teknis di kota besar dengan cakupan wilayah yang luas, berbeda dengan fokus penelitian saat ini yang menitikberatkan pada penegakan Perda oleh Satpol PP di tingkat kabupaten. Penelitian Saharuddin dan Safitri (2014) di Kota Samarinda menyoroti peran Satpol PP dalam penertiban reklame yang belum optimal akibat kurangnya koordinasi antarlembaga. Sementara itu, Putri dan Rahman (2023) meneliti pengawasan oleh Satpol PP di Kabupaten Kampar dan menyimpulkan bahwa keterbatasan sarana dan sumber daya manusia turut menghambat proses penertiban reklame ilegal. Amalia (2023) dalam penelitiannya di Kota Semarang menemukan bahwa meskipun telah ada Perda, kurangnya peraturan turunan serta budaya masyarakat yang permisif menyebabkan penegakan reklame tidak berjalan efektif. Adapun penelitian Bima et al (2021) di Kabupaten Deli Serdang mengungkap bahwa meskipun SOP Satpol PP sudah berjalan dengan baik, hambatan struktural seperti keterbatasan personil dan fasilitas menjadi tantangan tersendiri. Di sisi lain, Rizky et al. (2022) mengevaluasi implementasi kebijakan reklame di Kota Semarang menggunakan kriteria efektivitas, efisiensi, dan responsivitas, dan menemukan bahwa lemahnya koordinasi antarlembaga serta penyalahgunaan oleh agen reklame menjadi masalah utama. Adira et al. (2024) menunjukkan bahwa pelaksanaan kebijakan reklame di Tanjungpinang sebagian besar berjalan sesuai aturan, meskipun tantangan tetap ada dalam hal perizinan dan penertiban. Penelitian Saputra et al. (2019) fokus pada peran Dinas Penataan Ruang dalam merancang kebijakan titik reklame di Semarang, bukan pada aspek penegakan hukum. Secara internasional, Spurgeon (2013) dan Andriychuk & Nagaraja (2022) lebih menyoroti tantangan regulasi reklame digital dan peran regulator dalam konteks media baru dan revolusi industri 4.0.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian ini memiliki kebaruan ilmiah karena secara spesifik mengkaji penegakan Perda Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Reklame oleh Satpol PP di Kabupaten Karawang, wilayah yang memiliki karakteristik sebagai kawasan industri dengan pertumbuhan penduduk dan ekonomi yang pesat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada peran atau pengawasan Satpol PP, penelitian ini menekankan pada aspek penegakan hukum secara menyeluruh dengan menggunakan teori penegakan hukum Soerjono Soekanto, yang jarang digunakan dalam studi sejenis. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh data kuantitatif pelanggaran dan izin reklame dalam tiga tahun terakhir, yang memberikan kontribusi baru dalam melihat kesenjangan antara regulasi dan implementasi di lapangan.

1.5 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan bagaimana penegakan Peraturan Daerah terkait penyelenggaraan reklame dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat proses penegakan tersebut, serta mengkaji upaya-upaya yang dilakukan oleh Satpol PP dalam mengatasi berbagai hambatan guna menciptakan penegakan hukum yang lebih efektif dan tertib sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

II. METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan penegakan Peraturan Daerah dalam penyelenggaraan reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini mengikuti pendekatan induktif, di mana kesimpulan diambil berdasarkan fenomena yang diamati di lapangan, tanpa mengandalkan teori yang sudah ada sebelumnya (Moleong, 2018; Simangunsong, 2016). Dalam penelitian kualitatif yang berlandaskan pada filsafat postpositive atau paradigma interpretive, suatu realitas atau obyek tidak dapat dilihat secara parsial dan dipecah ke dalam beberapa variable (Ridwan & Tungka, 2024). Metode ini cocok untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang peristiwa atau fenomena sosial yang terjadi. Data yang digunakan berupa data deskriptif, yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Simangunsong, 2016). Operasional konsep dalam penelitian ini mengacu pada teori penegakan hukum oleh Soerjono Soekanto (2019), yang mencakup lima dimensi penegakan hukum: faktor hukum, faktor penegak hukum, faktor sarana dan fasilitas, faktor kebudayaan, dan faktor masyarakat. Dimensi-dimensi ini menjadi indikator keberhasilan penegakan hukum dalam menciptakan ketertiban di masyarakat, dengan fokus pada kepastian hukum, kualitas penegak hukum, serta kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam penegakan hukum. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara dengan informan kunci, dan diskusi terfokus. Sedangkan data sekunder berasal dari dokumen, laporan, artikel, dan sumber lainnya yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2019). Informan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling untuk memastikan informasi yang diperoleh relevan dan mendalam. Informan yang terlibat dalam penelitian ini termasuk Kepala Satuan Polisi Pamong Praja, Sekretaris Satpol PP, serta perwakilan masyarakat yang terlibat langsung dalam implementasi peraturan daerah terkait reklame. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mencatat fenomena yang terjadi di lapangan secara langsung, sementara wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan untuk menggali perspektif dan pengalaman informan terkait penegakan peraturan daerah. Pertama, menyiapkan pedoman wawancara. Kedua, menyiapkan alat untuk wawancara, Ketiga, mengatur waktu untuk wawancara (Simangunsong 2017:215). Pendekatan ini umumnya lebih sesuai dan efisien dalam situasi di mana jumlah responden relatif terbatas (Nurdin & Hartati). Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara (Sugiyono, 2019). Dalam analisis data, teknik yang digunakan mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dan menemukan pola yang signifikan, sementara penyajian data bertujuan untuk mengorganisir data dalam bentuk yang mudah dipahami. Penarikan kesimpulan dilakukan setelah data dianalisis secara mendalam dan tervalidasi melalui proses verifikasi (Miles dan Huberman, 1992).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penegakan Peraturan Daerah

Penegakan hukum adalah upaya untuk memastikan penerapan hukum atau peraturan yang berlaku di suatu wilayah, yang dilakukan oleh aparat pemerintah melalui tindakan yang terorganisir untuk menegakkan hukum dengan cara menghukum, menghalangi, memulihkan, atau menemukan pelanggar. Dalam konteks penyelenggaraan reklame, Peraturan Daerah (Perda) bertujuan untuk menciptakan kepastian hukum, keamanan, ketertiban, serta keserasian dalam penyelenggaraan iklan. Penyelenggaraan reklame mencakup serangkaian tindakan pemerintah daerah, seperti perencanaan, izin, regulasi, kontrol, dan pengawasan untuk memastikan penggunaan ruang wilayah sesuai dengan kepentingan umum. Hal ini mengacu pada Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) berperan penting dalam penegakan hukum terkait reklame, dengan tugas pembinaan, pengawasan, pengendalian, dan penegakan hukum. Selain itu, ada beberapa Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang terlibat, seperti

BAPENDA yang mengelola pajak reklame, dan DPMPTSP yang mengurus izin reklame. Keberhasilan Satpol PP dalam menegakkan Perda Karawang Nomor 3 Tahun 2019 dapat diukur menggunakan lima dimensi teori penegakan hukum yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, yaitu faktor hukum, penegak hukum, sarana dan fasilitas, kebudayaan, serta masyarakat.

A. Faktor Hukum

1. Kepastian Hukum

Faktor hukum memiliki peran penting dalam menciptakan ketertiban dan ketentraman masyarakat, terutama melalui kepastian, keadilan, dan kemanfaatan hukum. Dalam konteks Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, ketiga indikator dari teori Soerjono Soekanto dapat diterapkan untuk menganalisis kualitas penerapan hukum di wilayah tersebut. Dari sisi kepastian hukum, Pemerintah Kabupaten Karawang telah memiliki dasar hukum yang jelas, meliputi Perda Nomor 3 Tahun 2019, Peraturan Bupati Nomor 308 Tahun 2023, dan Peraturan Bupati Nomor 58 Tahun 2021. Ketiganya menjadi landasan Satpol PP Kabupaten Karawang dalam menjalankan tugas pembinaan, pengawasan, pengendalian, serta penegakan hukum terhadap penyelenggaraan reklame. Kepastian hukum ini ditegaskan pula oleh Kepala Satpol PP yang menyatakan bahwa pelaksanaan penegakan perda telah berjalan sesuai aturan yang berlaku, didukung oleh adanya tim koordinasi pengawasan dan pelayanan reklame. Selain itu, penerapan sanksi administratif yang diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 308 Tahun 2023 Pasal 43 menjadi bukti bahwa aturan dijalankan secara konkret. Sanksi tersebut mencakup penghentian pemasangan dan penayangan reklame, surat peringatan, pencabutan izin, pembongkaran, hingga pembebanan biaya paksa. Langkah ini menunjukkan komitmen untuk menindak pelanggaran secara tegas, sekaligus menjadi bagian dari upaya mendorong kepatuhan masyarakat terhadap ketentuan hukum yang berlaku. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa faktor hukum dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karawang telah menunjukkan keberfungsian yang baik, khususnya dalam aspek kepastian hukum. Hal ini ditandai dengan keberadaan regulasi yang jelas, pelaksana yang berwenang, serta mekanisme penegakan hukum yang sudah terimplementasi.

2. Keadilan Hukum

Keadilan hukum adalah suatu ukuran yang menilai apakah hukum diterapkan secara adil dan setara kepada semua pihak, tanpa diskriminasi dan dengan memperhatikan prinsip-prinsip keadilan. Keadilan hukum bukan hanya soal akhir dari suatu penegakan hukum, tetapi juga tentang proses hukum yang berlangsung, apakah proses tersebut memberikan kesempatan yang sama bagi semua pihak untuk diperlakukan secara adil dan transparan. Dalam konteks Penegakan Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, penegakan hukum harus melibatkan aparat penegak hukum yang memahami dan mengimplementasikan peraturan secara objektif dan tidak diskriminatif. Aparat penegak hukum seperti Satpol PP dan DPMPTSP harus memastikan bahwa prosedur perizinan reklame dijalankan secara transparan dan adil, tanpa ada unsur penyalahgunaan kekuasaan atau bias dalam proses pemberian izin. Berikut merupakan hasil wawancara bersama dengan Kepala Bidang Penegakan Peraturan Undang-undang Daerah Satpol PP Kabupaten Karawang yang menyatakan bahwa :

“Kalau untuk memastikan ini tentunya kembali bahwa penegakan Perda ini ada regulasinya ya, jadi kalau kita bicara keadilan masih relatif, kadang adil menurut satu orang belum tentu adil menurut orang lain, tapi kembali pada prinsip keadilan kepada regulasi yang sudah dibuat tentunya itu sudah menjadi produk hukum daerah Perda yang sudah menjadi keputusan Bersama antara pemerintah daerah dan DPRD, jadi tentunya sisi keadilan dari penegakan perda ini dilihat dari sisi regulasinya sudah ada, cuman tinggal kepada implementasi pelaksanaan dilapangannya bagaimana para stakeholder yang berkaitan dengan penegakan perda reklame ini bisa melaksanakan sesuai tanggungjawabnya dan kewajibannya.”

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa Penegakan Peraturan Daerah mengenai reklame sudah memiliki regulasi yang jelas karena telah disahkan sebagai produk hukum daerah oleh pemerintah daerah dan DPRD. Namun, dalam praktiknya, pelaksanaan dan implementasi dilapangan masih menjadi tantangan utama.

Prinsip keadilan dalam Penegakan Peraturan Daerah bersifat relative, karena keadilan bagi satu pihak belum tentu dianggap adil oleh pihak lain. Oleh karena itu, keberhasilan penegakan hukum ini bergantung pada bagaimana para pemangku kepentingan (stakeholder) menjalankan tugas, tanggung jawab, dan kewajibannya sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan.

3. Kemanfaatan Hukum

Kemanfaatan hukum dalam konteks Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame merujuk pada sejauh mana aturan tersebut memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha reklame. Peraturan ini bertujuan untuk menciptakan keteraturan, kepatuhan, dan kesejahteraan melalui tata kelola reklame yang tertib dan estetik. Satpol PP Kabupaten Karawang, sebagai bagian dari tim koordinasi pengawasan, menjalankan perannya dalam memastikan reklame yang dipasang memenuhi aspek tertib izin, tertib pajak, dan tertib pemasangan. Tertib izin mencegah pemasangan reklame ilegal, tertib pajak meningkatkan pendapatan daerah dari pajak reklame, dan tertib pemasangan menjamin reklame dipasang secara aman dan selaras dengan tata ruang kota. Hal ini tidak hanya menguntungkan pemerintah dari segi pendapatan dan kontrol, tetapi juga memberikan kenyamanan dan keselamatan bagi masyarakat umum. Selain pengawasan, edukasi kepada pelaku usaha juga menjadi bagian dari strategi kemanfaatan hukum. Pelaku usaha yang paham dan patuh terhadap peraturan akan menghindari sanksi serta menciptakan lingkungan usaha yang tertib. Di sisi lain, masyarakat mendapat manfaat berupa lingkungan kota yang lebih rapi, aman, dan estetik, terhindar dari reklame yang mengganggu atau membahayakan.

Perda ini juga menetapkan ketentuan teknis secara rinci mengenai jenis, ukuran, lokasi, dan tata cara pemasangan reklame sebagaimana tercantum dalam Pasal 8 ayat (2) huruf b. Ketentuan ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa ruang kota ditata secara terstruktur, tidak semrawut, dan mencerminkan estetika yang baik. Dengan demikian, keberadaan hukum ini menunjukkan nilai kemanfaatan yang tinggi dalam pembangunan kota yang teratur dan berkelanjutan.

B. Faktor Penegak Hukum

Penegakan hukum merujuk pada pihak-pihak yang berperan dalam melaksanakan dan menegakkan hukum atau peraturan yang ada. Ini mencakup individu, lembaga, serta kondisi yang mempengaruhi efektivitas pelaksanaan hukum atau peraturan tertentu. Penegak hukum memiliki hak dan kewajiban dalam melaksanakan tugasnya untuk menegakkan hukum yang berlaku. Dalam dimensi penegak hukum ini, peneliti akan membahas terkait penegak hukum dalam Penegakan Perda Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame, yaitu terdapat 3 indikator yang mempengaruhi penegak hukum :

1. Kualitas Penegak Hukum

Kualitas penegak hukum dalam konteks penegakan Perda tentang penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karawang sangat ditentukan oleh kemampuan, profesionalisme, dan integritas aparat penegak hukum, khususnya Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP). Penegakan hukum tidak dapat dilakukan secara sepihak oleh Satpol PP, melainkan harus melibatkan kerja sama lintas sektoral dengan berbagai instansi pemerintah yang berkaitan dengan aspek perizinan, perpajakan, struktur bangunan, dan tata ruang kota. Dalam wawancara dengan pihak Satpol PP, diungkapkan bahwa pengalaman mereka dalam menertibkan reklame telah membentuk kompetensi khusus dalam menghadapi berbagai dinamika di lapangan. Satpol PP bekerja sama dengan dinas perizinan untuk memastikan legalitas setiap reklame, serta dengan instansi perpajakan guna menjamin kepatuhan para pelaku usaha terhadap

kewajiban pajak daerah. Koordinasi ini penting karena pajak reklame merupakan sumber pendapatan penting bagi daerah. Di sisi lain, penilaian terhadap aspek teknis konstruksi reklame melibatkan dinas terkait untuk memastikan bahwa bangunan reklame memenuhi standar keamanan. Reklame yang tidak memenuhi persyaratan dapat membahayakan keselamatan masyarakat dan wajib ditertibkan. Begitu juga dalam hal lokasi pemasangan reklame, Satpol PP berkoordinasi dengan dinas perhubungan agar pemasangan reklame tidak mengganggu arus lalu lintas atau mengokupasi ruang publik secara ilegal.

Pendekatan kolaboratif ini menunjukkan bahwa kualitas penegakan hukum tidak hanya bergantung pada aturan tertulis, tetapi juga pada sinergi antarlembaga dan implementasi di lapangan. Dengan koordinasi yang baik, proses penegakan hukum menjadi lebih efektif, memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha, dan menjamin ketertiban serta keselamatan bagi masyarakat luas. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada terciptanya ruang kota yang lebih tertata dan harmonis.

2. Sikap Aparat

Sikap aparat penegak hukum, dalam hal ini anggota Satpol PP Kabupaten Karawang, menjadi aspek penting dalam menilai efektivitas dan penerimaan masyarakat terhadap proses penegakan Peraturan Daerah (Perda) tentang reklame. Sikap yang ditunjukkan aparat selama menjalankan tugas di lapangan sangat memengaruhi persepsi publik, terutama dalam hal ketegasan, keadilan, dan pendekatan yang digunakan saat berhadapan langsung dengan pelanggar atau masyarakat umum. Berdasarkan hasil wawancara, anggota Satpol PP Kabupaten Karawang dinilai telah menjalankan tugasnya dengan pendekatan yang humanis dan persuasif. Mereka berupaya menangani pelanggaran reklame tanpa bersikap arogan, dan lebih memilih menyelesaikan persoalan melalui dialog atau pembicaraan di kantor secara formal sesuai ketentuan yang berlaku. Pendekatan ini bertujuan menjaga hubungan baik dengan masyarakat serta menciptakan suasana yang kondusif dalam proses penegakan hukum.

Pandangan masyarakat juga mencerminkan apresiasi terhadap sikap anggota Satpol PP yang tidak represif dan tetap menghormati hak-hak masyarakat. Namun, ada catatan bahwa penegakan hukum perlu lebih konsisten dan tindak lanjut pengawasan harus diperkuat, karena beberapa reklame ilegal seringkali kembali bermunculan setelah dilakukan razia. Secara keseluruhan, sikap aparat Satpol PP Kabupaten Karawang dalam menegakkan Perda reklame dapat dikatakan positif dan sudah menunjukkan profesionalisme. Meskipun demikian, sikap humanis dan persuasif ini perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan, agar penegakan hukum tidak hanya berjalan efektif, tetapi juga mendapat dukungan serta kepercayaan penuh dari masyarakat.

3. Strategi

Strategi penegakan hukum merupakan kunci keberhasilan dalam implementasi Peraturan Daerah (Perda). Satpol PP Kabupaten Karawang telah menetapkan pendekatan yang terukur dan terstruktur dalam menegakkan Perda tentang reklame, dengan mengutamakan pendekatan persuasif humanis yang tetap berlandaskan pada aturan yang berlaku. Berdasarkan keterangan dari Kepala Bidang Penegakan Peraturan Perundang-undangan Daerah Satpol PP, strategi yang digunakan mengedepankan penyelesaian secara administratif terlebih dahulu. Proses ini dilakukan secara bertahap, dimulai dari peringatan hingga akhirnya, apabila diperlukan, dilakukan pembongkaran terhadap bangunan reklame yang melanggar ketentuan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa penegakan hukum tidak dilakukan secara represif, melainkan dengan memperhatikan aspek komunikasi dan kesadaran hukum dari pihak pelanggar.

Dari hasil observasi dan wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa strategi persuasif ini efektif dalam menumbuhkan kepatuhan secara sukarela dari pelaku usaha dan masyarakat. Strategi ini tidak hanya menegakkan aturan, tetapi juga mendorong kesadaran hukum yang lebih kuat, sehingga penegakan Perda tidak menimbulkan konflik yang merugikan, melainkan menciptakan ketertiban dan kerja sama dari berbagai pihak. Dengan demikian, strategi yang dilaksanakan oleh Satpol PP Kabupaten

Karawang dalam menegakkan Perda reklame mencerminkan pendekatan yang bijaksana, terstruktur, dan berorientasi pada kepatuhan jangka panjang.

C. Faktor Sarana dan Prasarana

Dalam melakukan Penegakan Peraturan Daerah harus juga didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai agar dalam melaksanakan kegiatannya, penegakan Peraturan Daerah dapat berjalan dengan maksimal. Pada indicator ini peneliti mengamati sarana dan prasana yang dapat meningkatkan keberhasilan dalam upaya penegakan Peraturan Daerah Kabupaten Karawang tentang Izin Penyelenggaraan Reklame diantaranya adalah :

1. Fasilitas

Fasilitas merupakan elemen penting dalam mendukung efektivitas penegakan Peraturan Daerah (Perda). Tanpa fasilitas yang memadai, pelaksanaan tugas penegakan hukum oleh Satpol PP akan mengalami kendala, terutama dalam kegiatan teknis seperti pembongkaran reklame ilegal di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Penegakan Peraturan Perundang-undangan Daerah Satpol PP Kabupaten Karawang, diakui bahwa hingga saat ini sarana dan prasarana yang dimiliki masih belum optimal. Beberapa alat penting seperti mobil crane dan mesin pemotong belum tersedia secara mandiri di Satpol PP, sehingga untuk melakukan pembongkaran, mereka harus berkoordinasi dengan dinas lain seperti Dinas Perhubungan (DISHUB) atau Dinas PRKP yang memiliki peralatan tersebut.

Meskipun demikian, Satpol PP tetap menjalankan tugasnya dengan memaksimalkan potensi dan sumber daya yang ada melalui kerja sama lintas instansi. Pembongkaran juga ditempatkan sebagai opsi terakhir, dengan pendekatan persuasif menjadi prioritas utama. Strategi ini memperlihatkan adaptasi dan fleksibilitas aparat dalam kondisi keterbatasan, namun tetap menjaga efektivitas dan tujuan penegakan hukum. Secara keseluruhan, keterbatasan fasilitas memang menjadi tantangan dalam penegakan Perda reklame, namun Satpol PP Kabupaten Karawang tetap berusaha menjalankan tugasnya dengan optimal melalui kolaborasi dan koordinasi dengan dinas terkait, agar pelaksanaan penertiban tetap berjalan dengan baik dan tertib.

2. Anggaran

Anggaran merupakan komponen penting dalam mendukung kinerja Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Karawang dalam menegakkan Peraturan Daerah, termasuk dalam hal penertiban reklame. Pemerintah daerah telah memberikan dukungan melalui alokasi anggaran yang mencukupi, baik untuk kegiatan operasional maupun untuk menyewa alat berat yang dibutuhkan dalam proses penertiban, seperti mobil crane atau peralatan teknis lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, salah satu anggota Satpol PP menyatakan bahwa meskipun anggaran telah tersedia, pada tahun sebelumnya anggaran tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini dikarenakan strategi yang diterapkan lebih mengedepankan pendekatan persuasif dan humanis, serta memaksimalkan koordinasi dengan dinas terkait. Pendekatan ini fokus pada pembinaan dan peningkatan kesadaran hukum, bukan pada tindakan represif atau pembongkaran paksa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara anggaran, Satpol PP Kabupaten Karawang telah mendapatkan dukungan dari pemerintah daerah. Namun, pemanfaatannya disesuaikan dengan strategi penegakan yang lebih menekankan dialog dan koordinasi. Pendekatan ini tidak hanya lebih efisien secara anggaran, tetapi juga menciptakan suasana yang lebih kondusif dalam penegakan hukum di masyarakat.

D. Faktor Masyarakat

Tokoh masyarakat merupakan individu yang memiliki pengaruh serta wewenang dalam suatu komunitas atau kelompok sosial. Mereka umumnya dihormati dan diakui oleh masyarakat karena pengetahuan, keterampilan, karakter, atau kontribusi mereka dalam meningkatkan kesejahteraan bersama. Dalam penelitian ini, faktor masyarakat diukur dengan menggunakan satu indikator, yaitu :

1. Tokoh Masyarakat

Tokoh masyarakat memiliki peran strategis dalam mendukung penegakan hukum di lingkungan mereka, termasuk dalam implementasi Peraturan Daerah (Perda) tentang izin penyelenggaraan reklame. Mereka dapat berfungsi sebagai penghubung antara aparat penegak hukum dengan masyarakat, sekaligus menjadi sumber informasi penting mengenai kondisi lapangan. Berdasarkan wawancara dengan Ketua RT 18 RW 04 di Desa Sirnabaya, diketahui bahwa wilayahnya masih banyak dipenuhi oleh spanduk dan baliho, termasuk dari ruko-ruko yang sudah tutup. Banyak dari reklame tersebut diduga tidak memiliki izin resmi dan dipasang secara sembarangan. Hal serupa juga disampaikan oleh warga sekitar, yang mengeluhkan keberadaan reklame yang tidak tertata, bahkan mengganggu pandangan dan membahayakan lalu lintas. Masyarakat juga mengakui bahwa Satpol PP telah melakukan razia, tetapi pengawasan dan sosialisasi aturan dinilai masih kurang.

Temuan ini diperkuat oleh pernyataan dari anggota Satpol PP Kabupaten Karawang yang mengakui bahwa sosialisasi khusus terkait Perda Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame belum dilaksanakan secara maksimal. Fokus mereka sejauh ini lebih diarahkan pada penertiban langsung terhadap reklame ilegal, sementara upaya penyadaran dan edukasi kepada masyarakat serta pelaku usaha masih minim. Surat pemberitahuan administratif telah dikirimkan, namun tidak cukup efektif untuk membangun pemahaman menyeluruh di masyarakat. Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa keterlibatan tokoh masyarakat sangat penting, terutama dalam memberikan informasi mengenai pelanggaran reklame di lingkungan mereka. Namun, masih terdapat kekurangan dalam hal sosialisasi dari pihak pemerintah, khususnya Satpol PP, yang menyebabkan pemahaman masyarakat terhadap aturan penyelenggaraan reklame belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dan peningkatan kegiatan sosialisasi secara menyeluruh guna memperkuat kolaborasi antara aparat dan masyarakat dalam menegakkan ketertiban reklame di wilayah Kabupaten

E. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola hidup berkembang dalam suatu kelompok masyarakat dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kebudayaan mencakup berbagai aspek seperti nilai-nilai, norma, tradisi, bahasa, seni, serta interaksi sosial yang membentuk identitas suatu masyarakat. Dalam kaitannya dengan penegaka hukum ini, kebudayaan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku, sikap, serta cara pandang masyarakat terhadap hukum dan keadilan. Untuk menilai faktor kebudayaan ini, peneliti menggunakan satu indikator, yaitu :

1. Kesadaran Hukum

Kesadaran hukum masyarakat sangat berperan dalam efektivitas penegakan Peraturan Daerah (Perda), khususnya terkait penyelenggaraan reklame. Nilai-nilai budaya dan pemahaman masyarakat terhadap hukum turut memengaruhi perilaku mereka dalam mematuhi aturan. Di wilayah Desa Sirnabaya, fenomena pemasangan reklame secara sembarangan oleh warga masih banyak ditemukan, terutama di kalangan pelaku usaha kecil seperti pedagang kaki lima atau pemilik ruko.

Berdasarkan hasil wawancara, terungkap bahwa banyak masyarakat belum memahami regulasi terkait reklame karena minimnya sosialisasi dari pemerintah, khususnya dari pihak Satpol PP

Kabupaten Karawang. Masyarakat menganggap bahwa wilayah mereka jauh dari jangkauan pengawasan, sehingga merasa bebas memasang spanduk atau baliho tanpa izin resmi. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran hukum lebih disebabkan oleh kurangnya edukasi dan pemahaman, bukan semata-mata karena niat untuk melanggar aturan.

Selain itu, lemahnya pengawasan di daerah tertentu memperkuat persepsi masyarakat bahwa pelanggaran terhadap Perda tidak akan dikenai sanksi yang serius. Akibatnya, aturan hukum dianggap tidak efektif dan tidak relevan dengan kondisi mereka sehari-hari. Kondisi ini mencerminkan adanya celah dalam sistem penegakan hukum dan tata kelola ruang publik. Oleh karena itu, Satpol PP tidak hanya dituntut untuk melakukan penertiban, tetapi juga perlu memperkuat peran edukatif melalui sosialisasi dan penyuluhan hukum kepada masyarakat secara berkala. Dengan peningkatan kesadaran hukum, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami pentingnya kepatuhan terhadap aturan dalam menjaga ketertiban, keamanan, dan estetika lingkungan.

3.2 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penegakan Peraturan Daerah tentang penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karawang sudah didukung oleh regulasi yang jelas serta peran aktif Satpol PP, meskipun masih menghadapi tantangan dalam pelaksanaan di lapangan, terutama terkait keterbatasan sarana prasarana, sosialisasi, dan kesadaran hukum masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Permana (2019) dan Saharuddin & Safitri (2014) yang juga menemukan bahwa kelemahan utama dalam penegakan hukum reklame terletak pada keterbatasan aparat dan kurangnya koordinasi antarlembaga. Penelitian Putri dan Rahman (2023) serta Bima et al. (2021) menambahkan bahwa kendala sarana, sumber daya manusia, dan fasilitas menjadi hambatan signifikan, yang juga teridentifikasi dalam penelitian ini, dimana Satpol PP masih harus bergantung pada dinas lain untuk alat pembongkaran. Sementara itu, temuan Amalia (2023) mengenai budaya masyarakat yang permisif juga menguatkan hasil penelitian ini yang menunjukkan rendahnya kesadaran hukum masyarakat akibat minimnya edukasi dan sosialisasi dari pemerintah. Berbeda dengan penelitian Rizky et al. (2022) yang lebih menyoroti penyalahgunaan oleh agen reklame, penelitian ini lebih menitikberatkan pada peran aparat dan masyarakat dalam implementasi Perda. Adira et al. (2024) dan Saputra et al. (2019) memberikan gambaran yang lebih fokus pada kebijakan dan perencanaan, sementara penelitian ini menitikberatkan pada aspek penegakan hukum dan keterlibatan masyarakat secara langsung. Secara keseluruhan, temuan ini mengonfirmasi bahwa efektivitas penegakan Perda reklame sangat bergantung pada sinergi antara regulasi yang jelas, kualitas penegak hukum, fasilitas pendukung, dan peran aktif masyarakat, yang konsisten dengan berbagai studi sebelumnya di konteks lokal maupun nasional.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penegakan Peraturan Daerah Kabupaten Karawang Nomor 3 Tahun 2019 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame masih belum berjalan secara optimal. Terdapat beberapa faktor penghambat yang signifikan, seperti keterbatasan sarana dan prasarana, pemanfaatan anggaran yang belum maksimal, kurangnya sosialisasi, serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Satpol PP Kabupaten Karawang disarankan untuk mengambil langkah strategis, antara lain dengan mengajukan pengadaan fasilitas pendukung, mengoptimalkan penggunaan anggaran, meningkatkan sosialisasi peraturan daerah, dan membangun kesadaran hukum publik melalui keterlibatan tokoh masyarakat dan pelaku usaha.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada ruang lingkup yang hanya fokus pada satu instansi pelaksana (Satpol PP) dan satu wilayah administratif, yaitu Kabupaten Karawang, sehingga belum mencerminkan kondisi secara lebih luas di daerah lain. Selain itu, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek penegakan dari sisi regulasi dan implementasi, tanpa mengkaji secara mendalam dampak sosial dan ekonomi dari keberadaan reklame ilegal maupun legal.

Arah masa depan penelitian dapat diarahkan pada studi komparatif antar daerah untuk melihat efektivitas penegakan Perda reklame di berbagai wilayah, termasuk pendekatan inovatif dalam pengawasan berbasis teknologi digital. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas fokus pada evaluasi dampak reklame terhadap tata ruang, estetika kota, dan penerimaan pajak daerah, guna memberikan rekomendasi yang lebih komprehensif bagi kebijakan publik yang berkelanjutan.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan Terimakasih dan apresiasi mendalam kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan akses dalam pengumpulan data penelitian. Penghargaan juga disampaikan kepada semua pihak yang berkontribusi dan mendukung kelancaran serta keberhasilan penelitian ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Adira, T. R., Nazak, N., & Putra, A. (2024). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA TANJUNGPINANG TAHUN 2022. *Madika: Jurnal Politik Dan Governance*, 4(1), 43-58. <https://doi.org/10.24239/madika.v4i1.2148>
- Amalia, N. R. (2023). Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah (Doctoral dissertation, IPDN).
- Andriychuk, O., & Nagaraja, S. (2022, May). Regulating Digital Advertising from the Perspective of the 4th Industrial Revolution. In *International Conference on the Legal Challenges of the Fourth Industrial Revolution* (pp. 153-170). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-40516-7_9
- Bima, Ritonga, S., & Batubara, B. M. (2021). Peranan Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame Di Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 1(1) 2021: 134-142.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Nurdin, I & Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Putri, A. M., & Rahman, A. (2023). Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Kampar. *Jurnal Tatapamong*, 5(1), 1–24.
- Permana, D. (2019). Penegakan Peraturan Wali Kota Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Bandung. *Jurnal Tatapamong*, 1(2), 123–132.
- Simangunsong, F. (2017). *Metode Penelitian Pemerintahan*. Alfabeta.
- Ridwan, R., & Tunga, N. F. (2024). *Metode penelitian* (L. O. A. Dani, Ed.). Yayasan Sahabat Alam Rafflesia. Simangunsong, F. (2017). *Metode Penelitian Pemerintahan*. Alfabeta.
- Rizky, M. I., Waluyo, W., & Najicha, F. U. (2022). Pelaksanaan Pengawasan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Semarang Oleh Dinas Penataan Ruang Kota Semarang Terhadap Lingkungan. *Jurnal Discretie*, 3(2), 110-118. <https://doi.org/10.20961/jd.v3i2.53440>
- Saharuddin, & Safitri, W. (2014). Peran Satuan Polisi Pamong Praja Terhadap Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 15 Tahun 2005 Tentang Perizinan Pemasangan Reklame di Kota Samarinda. *Yuriska : Jurnal Ilmiah Hukum*, 6(1), 1–17.
- Saputra, F. A., Hananto, U. D., & Herawati, R. (2019). TUGAS DAN FUNGSI DINAS PENATAAN RUANG KOTA SEMARANG DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME. *Diponegoro Law Journal*, 8(3), 2004-2013. <https://doi.org/10.14710/dlj.2019.25501>

Soekanto, S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum. PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Spurgeon, C. (2013). Regulating integrated advertising. In *The Routledge companion to advertising and promotional culture* (pp. 71-82). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315741247>

