

PERAN SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DALAM PENERTIBAN REKLAME DI KOTA SEMARANG PROVINSI JAWA TENGAH

Divia Nourma Kusuma Candra
NPP. 32.0430

Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong
Email: candradivia@gmail.com

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

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): The increasing number of billboard violations, particularly non-permanent billboards that breach regulations and disrupt public order, necessitates an analysis of the role of the authorities responsible for enforcement. **Purpose:** This study aims to describe and analyze the role of the Semarang City Civil Service Police Unit (Satpol PP) in the regulation of billboards, as well as to identify inhibiting factors and efforts made to overcome these obstacles. **Method:** This research uses a qualitative descriptive method and incorporates three conceptual variables: the theory of the Role of Public Sector Organizations according to Jones in Mahsun, which includes policy planning, policy implementation, and policy supervision dimensions; the variable of the Civil Service Police Unit; and the variable of Regulation based on Wibowo, which includes law enforcement and prevention dimensions. **Results/Findings:** The study results indicate that the role of the Semarang City Civil Service Police Unit in billboard regulation is good and in accordance with standard operating procedures and regulations. However, enforcement through dismantling remains suboptimal due to budget constraints, lack of structured big data, and low awareness among advertising agencies and the public. Efforts made include effective budget management, more intensive public outreach, and improvement of staff performance. **Conclusion:** The role of the Semarang City Civil Service Police Unit as a maintainer of public order and enforcer of local regulations is functioning well but remains less than optimal due to certain obstacles. The suggestions presented in this study are expected to serve as input for improving billboard management practices.

Keywords: Civil Service Police Unit, Billboards, Regulation

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Peningkatan jumlah pelanggaran reklame terutama reklame non permanen yang melanggar aturan dan mengganggu ketertiban umum sehingga perlu dilakukan analisis terhadap peran aparat yang menangani. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang dalam penertiban reklame, serta mengidentifikasi faktor penghambat dan upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif serta menggunakan 3 variabel konsep yaitu variabel teori Peran Organisasi Sektor Publik menurut Jones dalam Mahsun yang meliputi dimensi perencanaan kebijakan, pelaksanaan kebijakan dan pengawasan kebijakan, variable Satuan Polisi Pamong Praja, dan variable Penertiban menurut Wibowo dengan dimensi penegak hukum dan pencegahan. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban reklame di Kota Semarang sudah baik dan sesuai dengan SOP dan

aturan namun pelaksanaan penertiban dengan cara pembongkaran masih belum optimal karena mengalami kendala keterbatasan anggaran, tidak adanya big data yang tertata serta kurangnya kesadaran dari biro reklame maupun masyarakat. Upaya yang dilakukan adalah dengan melaksanakan pengelolaan anggaran dengan efektif, sosialisasi lebih intens dan peningkatan kinerja pegawai. **Kesimpulan:** Peran dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang sebagai penyelenggara ketertiban umum dan penegak peraturan daerah berjalan dengan baik namun kurang maksimal karena adanya hambatan sehingga saran yang diberikan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaksanaan penyelenggaraan reklame.

Kata Kunci: Satuan Polisi Pamong Praja, Reklame, Penertiban

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketertiban umum merupakan elemen penting dalam menciptakan kehidupan masyarakat yang aman, adil, dan tertib, yang hanya dapat terwujud melalui keberadaan serta penegakan hukum yang efektif. Namun sering kali terdapat kesenjangan antara hukum yang ada dengan penerapannya di lapangan. Dalam konteks ini, reklame sebagai bagian dari aktivitas ekonomi dan informasi publik memiliki potensi untuk menimbulkan gangguan ketertiban jika tidak diatur dan diawasi dengan baik. Penertiban reklame ilegal merupakan bagian dari upaya perlindungan masyarakat dalam ruang publik. Hal ini sejalan dengan pandangan Eviany dan Sutiyo (2023) bahwa negara memiliki tanggung jawab menciptakan lingkungan yang tertib, aman, dan nyaman bagi seluruh warga. Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang letak daerah sangat strategis menjadikan peningkatan jumlah penduduk akan memicu pertumbuhan jumlah reklame yang signifikan seiring meningkatnya aktivitas sosial, ekonomi, dan politik, terutama menjelang masa pemilihan umum. Sayangnya, banyak pelanggaran ditemukan dalam penyelenggaraan reklame, seperti pemasangan tanpa izin, pelanggaran lokasi, keterlambatan atau penghindaran pembayaran pajak, reklame rusak maupun tidak layak pasang serta penggunaan materi isi dan dimensinya yang tidak sesuai aturan. Berikut ini adalah jumlah pembongkaran reklame di Kota Semarang menurut data dari Dinas Penataan Ruang Kota Semarang.

Tabel 1.1
Jumlah Pembongkaran Reklame

NO	JENIS		JUMLAH PEMBONGKARAN	
	REKLAME NON PERMANEN	REKLAME PERMANEN	2023	2024
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Spanduk		1929	2205
2	Pamflet		1544	1860
3	Vertical Banner		2459	3053
4	Balon Udara		0	0
5	Panggung Spanduk		0	0
6	Umbul-Umbul		86	132
7	Bando		0	0
8	Penunjuk Arah		0	0
9		Billboard	34	62
10		Baliho	70	123

11		Reklame Kendaraan	0	0
12		Megatron	21	57
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13		Multivision	0	6
14		Graffiti	0	0
15		Neon Box	0	0
16		Cover	0	0
		JUMLAH	6143	7492

Sumber: Data Dinas Penataan Ruang, 2025

Kondisi ini tidak hanya merusak estetika kota dan mengganggu ketertiban umum, tetapi juga menimbulkan kerugian bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) akibat berkurangnya penerimaan pajak dari reklame ilegal. Hal ini bisa menyebabkan anggaran daerah menjadi tidak realistis, karena pendapatan dari reklame yang diharapkan tidak tercapai. Reklame non-permanen yang paling sering melanggar aturan menjadi kewenangan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) untuk ditertibkan, sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Semarang. Sedangkan reklame permanen menjadi kewenangan Dinas Tata Ruang karena cenderung berukuran besar dan terpasang dalam waktu yang lama dan memiliki izin penempatan dari Dinas Tata Ruang.

Pelanggaran dalam pemasangan reklame di Kota Semarang menuntut tindakan tegas dari Satpol PP, termasuk penertiban dan pembongkaran, karena reklame ilegal dinilai merusak tata kota dan mengganggu ketertiban. Pemerintah diharapkan tidak hanya memberi peringatan, tetapi juga menjatuhkan sanksi tegas untuk memberikan efek jera. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara lebih mendalam peran Satpol PP Kota Semarang dalam penertiban reklame, serta hambatan yang dihadapi dan strategi yang diterapkan dalam upaya menegakkan ketertiban umum sesuai peraturan yang berlaku. Penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor penghambat dalam pelaksanaan penertiban reklame yang dilakukan oleh Satpol PP, serta memberikan rekomendasi untuk peningkatan kinerja. Diharapkan, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan masyarakat dalam menciptakan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Reklame merupakan media yang memberikan dampak positif dalam menyampaikan informasi serta menjadi sarana promosi yang efektif bagi pelaku usaha dan instansi tertentu. Namun, apabila penyelenggaraan reklame tidak menaati aturan yang berlaku, keberadaannya justru dapat menimbulkan dampak negatif, seperti mengganggu ketertiban umum, merusak estetika kota, hingga membahayakan pengguna jalan. Meskipun Pemerintah Kota Semarang telah menerbitkan regulasi seperti Peraturan Daerah (Perda) Kota Semarang Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame, pelanggaran terhadap aturan ini masih sering ditemukan, baik dalam bentuk reklame permanen maupun non-permanen. Berdasarkan data dari instansi terkait, jumlah pembongkaran reklame terus meningkat setiap tahunnya, yang menunjukkan bahwa kesadaran dan kepatuhan penyelenggara reklame terhadap peraturan masih rendah.

Selain meningkatnya pelanggaran, target dan realisasi pajak reklame juga belum sepenuhnya tercapai, yang mengindikasikan adanya reklame ilegal yang tidak terdata dan berdampak langsung pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hal ini memperkuat dugaan bahwa penegakan hukum oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) belum berjalan secara maksimal. Penindakan terhadap pelanggaran reklame masih menghadapi berbagai kendala, termasuk lemahnya pemberian sanksi yang belum mampu memberikan efek jera. Meskipun

Satpol PP merupakan lembaga yang memiliki kewenangan untuk menertibkan pelanggaran reklame, penelitian yang secara khusus membahas efektivitas peran dan kinerja mereka di Kota Semarang masih sangat terbatas. Keterbatasan kajian ini menciptakan kesenjangan penelitian yang penting untuk ditelusuri, guna memberikan gambaran lebih jelas mengenai strategi penegakan dan upaya peningkatan efektivitas dalam menjaga ketertiban umum terkait penyelenggaraan reklame.

1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian sebelumnya sebagai metode untuk membandingkan kajian sebelumnya mengenai hal serupa sebagai acuan dan sumber inspirasi. Salah satu penelitian terdahulu yang membahas peranan Satpol PP dalam penertiban reklame adalah penelitian yang dilakukan oleh Bima (2020) berjudul *Peranan Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame Di Kabupaten Deli Serdang*. Penelitian ini berfokus pada peranan Satpol PP Kota Deli Serdang dalam penertiban reklame dengan hasil penelitian yaitu bahwa peran Satpol PP Kota Deli Serdang sudah dilaksanakan sesuai fungsinya, namun belum berjalan secara efektif dan maksimal karena masih ditemukan beberapa hambatan seperti kurangnya koordinasi dengan instansi terkait serta keterbatasan sumber daya manusia yang ada. Berbeda dengan penelitian penulis yang dimana penelitian ini menemukan hambatan terkait kinerja peran Satpol PP yang bersumber dari keterbatasan anggaran, kurangnya sarana dan prasarana, tidak adanya big data dan kurangnya kesadaran masyarakat.

Pandangan serupa juga disampaikan oleh Angela Marita Putri dan Abdul Rahman (2023) dalam penelitiannya yang berjudul *Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kabupaten Kampar*. Dalam penelitiannya mereka menganalisis bagaimana pelaksanaan pengawasan terhadap penertiban pemasangan reklame yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Kampar Provinsi Riau dengan menggunakan 2 teori yaitu teori pengawasan dan teori penertiban. Namun hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa pengawasan dan penertiban pemasangan reklame di Kabupaten Kampar masih belum maksimal. Hal ini disebabkan karena Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kampar masih terkendala oleh sarana dan prasarana serta sumber daya manusia yang terbatas, meskipun telah memiliki Standar Operasional Prosedur yang jelas dan penyusunan jadwal yang baik.

Sejalan dengan permasalahan yang telah disebutkan, penelitian berjudul *Efektivitas Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya Pasal 20 Ayat (1) Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Ketertiban Umum Dan Ketentraman Masyarakat* karya Nurul Rifatul Ainiya (2021), juga membahas terkait penertiban reklame. Fokus penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menganalisis hambatan dan upaya Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya untuk mencapai keefektifitasan penertiban reklame. Efektivitas yang dibahas dalam penelitian menggunakan teori efektivitas menurut Soerjono Soekanto sehingga mendapatkan hasil penelitian berupa hambatan yang dialami oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dikarenakan kurangnya sarana dan fasilitas yang menunjang, kurang adanya personil yang diarahkan dan banyaknya pelanggaran reklame disebabkan oleh kurangnya kesadaran masyarakat akan hukum yang berlaku. Hal ini sejalan dengan penelitian penulis dengan hambatan yang disebutkan seperti kurangnya sarana dan prasarana dan kurangnya kesadaran masyarakat akan aturan yang ada.

Masih terkait peraturan daerah maka penelitian karya Naufal Adli (2024) yang berjudul *Penegakan Perda Kota Serang No 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kota Serang Provinsi Banten*, juga ikut menjadi sumber acuan bagi penulis. Penelitian ini membahas terkait peraturan daerah dan mendeskripsikan dan menganalisis penegakan Peraturan Daerah Kota Serang No 3 Tahun 2021, mengidentifikasi faktor penghambat serta upayanya dalam penegakan Peraturan Daerah Kota Serang No 3 Tahun

2021 Di Kota Serang. Penegakan perda juga merupakan kunci utama dalam menentukan bagaimana peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam menertibkan reklame di suatu daerah. Sehingga hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu bahwa masih banyak ditemukan masyarakat yang masih belum mengetahui dan memahami peraturan daerah yang ada. Selain itu, masih ada Sebagian masyarakat yang tetap mendirikan reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan. Selain itu ditemukan juga beberapa hambatan yang bersumber dari internal maupun eksternal Satpol PP yang mempengaruhi penyelenggaraan reklame sehingga penegakan daerah tersebut belum berjalan optimal.

Penelitian selanjutnya lebih jauh membahas terkait pelaksanaan pembayaran pajak reklame yang tidak tertib sesuai dengan penelitian karya Dika Mulya Abadzi (2024) yang berjudul *Penertiban Reklame Yang Tidak Taat Pajak Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kota Bengkulu Provinsi Bengkulu*. Seperti yang telah dijelaskan dalam penelitian penulis bahwa penyelenggaraan reklame yang illegal juga mempengaruhi pendapatan daerah yang bersumber dari pajak reklame. Fokus pembahasan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelaksanaan penertiban reklame yang tidak mematuhi kewajiban pajak berdasarkan regulasi Peraturan Daerah Kota Bengkulu Nomor 11 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa masih banyak reklame illegal yang tidak membayar pajak kepada dinas terkait sehingga penertiban yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bengkulu berupaya melaksanakan penertiban terhadap reklame yang tidak taat pajak sesuai dengan regulasi dan standar operasional yang berlaku. Namun, keterbatasan sarana, prasarana, serta anggaran yang terbatas menjadi hambatan signifikan dalam pelaksanaan penertiban tersebut.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengkaji permasalahan tentang penertiban reklame namun hal yang membuatnya berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu yaitu dimana peneliti lebih berfokus pada analisis peran dari Satuan Polisi Pamong Praja dalam upayanya menertibkan reklame di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah. Bagaimana peran dan kinerja Satpol PP Kota Semarang dinilai berdasarkan teori yang digunakan yaitu teori peran organisasi sektor publik menurut Jones dalam Mahsun (2006) yang terdiri dari 3 (tiga) indikator yaitu perencanaan kebijakan (regulatory role), pelaksanaan kebijakan (enabling role) dan pengawas kebijakan (direct role). Selain teori tersebut penelitian ini juga menggunakan 2 variabel lainnya yaitu variabel Satuan Polisi Pamong Praja dengan indikatornya yaitu Struktur Organisasi dan Tata Kerja (SOTK) dan Standar Operasional Prosedur (SOP). Dan variabel penertiban menurut Wibowo dengan indikator penertiban langsung dan penertiban tidak langsung. Dari variabel-variabel diatas maka harapan peneliti maka lebih banyak hal yang dianalisis semakin banyak hal yang dapat ditemukan sebagai bentuk hasil penertiban reklame yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Semarang dan hambatan yang ditemukan seperti keterbatasan anggaran, kurangnya kesadaran masyarakat serta fasilitas yang kurang memadai dapat diatasi.

1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban reklame di Kota Semarang, faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi oleh Satuan Polisi Pamong Praja dalam melaksanakan penertiban reklame di Kota Semarang, serta bagaimana upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan dalam pelaksanaan penertiban reklame.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu sebuah pendekatan penelitian yang menggunakan data deskriptif dari pengamatan terhadap segala

fenomena dari objek yang diamati. Penelitian ini menggunakan peneliti sebagai peneliti secara langsung memposisikan diri sebagai alat peneliti utama. Teknik pengumpulan data dilaksanakan secara triangulasi (gabungan) yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi seperti foto, video, undang-undang, buku literatur maupun surat keterangan lainnya. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi pada kegiatan penertiban reklame. Peneliti menggunakan teknik wawancara untuk mendapatkan data primer yang secara langsung ditanyakan kepada Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang, Kepala Seksi Ketertiban Umum Dan Ketentraman Masyarakat, Kepala Seksi Ketertiban Umum, Kepala Seksi Operasional Dan Sub Koordinator Pengendalian. Narasumber yang disebutkan menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan untuk snowball sampling peneliti memilih staff Satuan Polisi Pamong Praja dan biro reklame maupun masyarakat sebagai narasumber berikutnya. Aktivitas yang dapat dilakukan pada saat analisis data dalam penelitian kualitatif seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan jumlah reklame yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir ini menciptakan tantangan tersendiri terkait ketertiban umum. Dalam hal ini, peran Satpol PP Kota Semarang sangat penting dalam menertibkan reklame yang mengganggu ketertiban umum dan melanggar peraturan yang ada. Oleh karena itu peran Satpol PP perlu dianalisis dan mencari faktor pendukung serta faktor penghambatnya sehingga hal itu dapat mendorong upaya yang dilakukan untuk mengatasi pelanggaran reklame.

3.1 Peran Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame

A. Peran Organisasi Sektor Publik

Teori peran organisasi sektor publik milik Jones dalam Mahsun (2006) yang meliputi dimensi perencanaan kebijakan, pelaksanaan kebijakan dan pengawasan kebijakan bahwa untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya.

1. Perencanaan Kebijakan (*Regulatory Role*)

Pada dimensi ini menjelaskan bahwa masyarakat memerlukan regulasi untuk memastikan kelancaran suatu sistem dalam masyarakat. Seperti yang dinyatakan oleh Siagian (2018), peran pemerintah sangat penting dalam berbagai bentuk, antara lain fungsi regulasi, kemampuan merumuskan berbagai jenis kebijakan, khususnya fungsi pelayanan, fungsi penegakan hukum, dan fungsi menjaga ketertiban dan ketentraman masyarakat. Hal ini menjadi perhatian utama Satpol PP sebagai penegak peraturan daerah. Penertiban reklame dilaksanakan berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 4 Tahun 2019, yang mengatur secara rinci mengenai jenis reklame, lokasi pemasangan yang diperbolehkan dan dilarang, serta sanksi bagi pelanggar. Reklame yang melanggar akan dikenai sanksi berupa teguran, paksaan pemerintah, hingga pembongkaran, sebagaimana diatur dalam Pasal 42 ayat 3 Perda tersebut. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan kelemahan dalam Perda No. 4 Tahun 2019, terutama kurangnya koordinasi dan sinergi antarorganisasi perangkat daerah (OPD) atau stakeholder terkait. Hal ini menyebabkan masih banyak reklame liar yang terpasang sembarangan, menimbulkan kesan kumuh, dan merugikan pendapatan daerah. Meskipun aturan dan sanksi sudah jelas, pelaksanaan penertiban di lapangan belum maksimal, terutama terhadap reklame yang memiliki izin namun melanggar ketentuan teknis. Sebaliknya, penertiban terhadap reklame liar tanpa izin sudah dilakukan dengan tindakan tegas berupa pembongkaran. Menurut Ilham dan Rahman (2025), penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum merupakan bagian dari kewenangan pemerintah daerah yang memerlukan koordinasi antarlembaga, kebijakan yang konsisten, dan penegakan hukum yang terukur di lapangan.

2. Pelaksanaan Kebijakan (*Enabling Role*)

Dimensi ini menjelaskan bagaimana pelaksanaan penertiban yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja dengan menganalisis tugas dan kewenangan. Pemerintah daerah sering kali melakukan penertiban reklame tanpa landasan peraturan teknis yang rinci, melainkan melalui tindakan langsung seperti pencopotan, penertiban paksa, atau pengenaan sanksi. Praktik ini bisa dipahami sebagai bentuk “regulasi melalui penegakan”, di mana otoritas menetapkan norma melalui tindakan penegakan hukum, bukan melalui peraturan yang dikodifikasi. (Brummer, C., Yadav, Y., & Zaring, 2022).

Penertiban reklame sebagai bentuk pelayanan publik tidak semata-mata menuntut keberadaan regulasi yang jelas, namun juga integritas dan kapabilitas dari pelaksana kebijakan. Sebagaimana dijelaskan oleh Edi dan Sartika (2025), dimensi kualitas karakter menjadi unsur utama dalam menciptakan pelayanan publik yang profesional dan berkesinambungan. Kinerja Satpol PP Kota Semarang diatur dalam Peraturan Walikota Nomor 98 Tahun 2021, yang menetapkan tugas dan wewenang Satpol PP dalam menjaga ketertiban umum, ketentraman, dan perlindungan masyarakat. Satpol PP bertugas menertibkan reklame non permanen seperti spanduk dan banner, sementara reklame permanen berada di bawah kewenangan dinas terkait seperti Dinas Tata Ruang dalam mengurus perizinan dan Badan Pendapatan Daerah dalam bagian pajak reklame. Penertiban dilakukan terhadap reklame yang melanggar seperti tidak sesuai lokasi peruntukannya, masa izin habis atau bahkan tidak berizin, dengan koordinasi bersama instansi lain seperti Dinas Tata Ruang terkait perizinan reklame dan Badan Pendapatan Daerah terkait pajak reklame untuk pendataan dan pembongkaran. Seluruh personel Satpol PP dibekali pemahaman dan buku saku terkait peraturan daerah agar mampu menjalankan tugas dengan baik. Penugasan dilakukan secara terstruktur melalui tiga regu yang bekerja bergantian dalam sehari dengan sistem shift. Satu regu terdiri dari 15 orang yang disesuaikan dengan golongan dan kemampuan personel demi efektivitas kerja. Selain penertiban, Satpol PP juga menjalankan fungsi lain seperti perumusan kebijakan, koordinasi tugas lintas sektor, pembinaan masyarakat, dan penegakan perda sesuai Perwali No. 98 Tahun 2021. Sistem ini memastikan pelaksanaan tugas Satpol PP berjalan terorganisir dan profesional.

Indikator analisis dimensi ini yaitu adalah pelaksanaan prosedur penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Semarang dilaksanakan sebagai bagian dari penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019 untuk menjaga ketertiban dan ketentraman kota. Kegiatan ini dilakukan setiap hari melalui patroli rutin yang bersifat represif (penindakan) dan preventif (sosialisasi). Reklame yang melanggar aturan, terutama yang non permanen dan ditempatkan sembarangan, langsung dibongkar. Penertiban dilakukan berdasarkan jadwal yang telah ditentukan guna menghindari tumpang tindih dan memastikan efisiensi, dengan pembagian tiga regu patroli yang bekerja secara bergiliran pagi, sore, dan malam. Namun, pelaksanaan penertiban masih menghadapi kendala, khususnya dalam hal keterbatasan sarana dan prasarana. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya peralatan seperti tangga dan alat potong untuk menjangkau reklame yang terpasang di tempat tinggi atau sulit diakses. Hal ini menyebabkan proses pembongkaran tidak selalu berjalan maksimal. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan dukungan fasilitas agar prosedur penertiban reklame dapat dilakukan secara optimal dan efektif demi menjaga ketertiban umum di Kota Semarang.

Prosedur penertiban reklame di Kota Semarang tidak sepenuhnya menjadi tanggung jawab Satpol PP, melainkan melibatkan kerjasama lintas instansi sesuai Perda Kota Semarang Nomor 4 Tahun 2019, khususnya Bab VI tentang Kerjasama dan Kemitraan. Satpol PP bekerja sama dengan Dinas Penataan Ruang (Distaru) dalam hal perizinan reklame, serta dengan Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) terkait pajak dan retribusi. Reklame dibedakan menjadi dua jenis: permanen dan non permanen, di mana keduanya harus memiliki izin dan memenuhi

kewajiban pembayaran pajak. Reklame yang melanggar syarat perizinan dan tidak membayar pajak akan direkomendasikan oleh dinas terkait untuk dibongkar oleh Satpol PP. Koordinasi menjadi kunci dalam pelaksanaan penertiban reklame. Untuk reklame besar dan permanen, dibutuhkan teguran dari dinas teknis terlebih dahulu sebelum Satpol PP bertindak. Satpol PP juga melibatkan pihak kelurahan dan kecamatan dalam penertiban di lapangan sebagai bentuk sosialisasi danantisipasi kesalahpahaman dengan masyarakat. Bentuk koordinasi ini bertujuan agar proses penertiban berjalan lancar dan seluruh pemangku wilayah mengetahui serta mendukung langkah-langkah yang diambil sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Pengawasan Kebijakan (*Direct Role*)

Peran sektor publik adalah untuk mengawasi dan mengendalikan melalui regulasi yang telah ditetapkan, dengan memastikan kebijakan tersebut tidak merugikan kepentingan masyarakat. Dalam dimensi ini terdapat 2 indikator pengukuran yaitu pengawasan dan pengendalian. Meningkatnya kompleksitas pengaturan reklame di Kota Semarang mendorong perlunya pengawasan dan pengendalian yang ketat oleh Satpol PP sebagai bagian dari sektor publik. Sesuai Perda Nomor 4 Tahun 2019, pengawasan reklame dilakukan secara rutin melalui patroli harian yang menyasar berbagai titik strategis, terutama jalan protokol dan kawasan pemukiman seperti Kedungmundu, Ngaliyan, dan Mijen. Langkah ini dilakukan sebagai upaya menjaga ketertiban umum dan estetika kota. Ketika ditemukan pelanggaran, Satpol PP akan melakukan penindakan berupa pelepasan reklame, pemberian surat teguran, serta pencatatan barang bukti. Selain pengawasan langsung, Satpol PP juga melakukan pemetaan wilayah rawan pelanggaran dan bekerja sama dengan instansi terkait serta pemerintah kelurahan/kecamatan. Tindakan ini bertujuan untuk menekan pelanggaran serta memberikan efek jera dan edukasi kepada masyarakat. Daftar biro reklame yang telah mengantongi izin dari Dinas Tata Ruang menjadi acuan untuk membedakan antara reklame legal dan ilegal. Dengan pengawasan yang terencana, diharapkan pelanggaran dapat diminimalkan dan kesadaran kolektif masyarakat terhadap pentingnya keteraturan dalam ruang publik dapat meningkat.

Pengendalian reklame oleh Satpol PP Kota Semarang merupakan bagian integral dari upaya penegakan Perda Nomor 4 Tahun 2019, khususnya Bab VII tentang pengawasan dan pengendalian. Pengendalian ini mencakup penertiban melalui pembongkaran reklame ilegal, pemberian sanksi, serta sosialisasi aturan kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk mencegah pelanggaran reklame yang makin meluas dan menjaga ketertiban ruang publik. Dalam pelaksanaannya, Satpol PP tidak bekerja sendiri, melainkan berkoordinasi dengan instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang dan Badan Pendapatan Daerah. Operasi gabungan antar instansi ini memungkinkan pengawasan dilakukan secara lebih efektif di lapangan, terutama terhadap reklame yang tidak sesuai izin atau melanggar ketentuan teknis. Kolaborasi antar lembaga dalam pengawasan dan pengendalian reklame menciptakan sistem yang lebih transparan, terukur, dan akuntabel. Prosedur yang dilaksanakan secara terbuka memperkuat pertanggungjawaban institusi dan memberikan kepercayaan kepada masyarakat bahwa setiap pelanggaran ditindak secara adil dan profesional. Dengan penerapan mekanisme ini secara konsisten, Satpol PP Kota Semarang tidak hanya meningkatkan kualitas kinerja internalnya, tetapi juga memperkuat citra sebagai lembaga yang berperan aktif dalam menjaga keteraturan, keamanan, dan estetika ruang publik kota. Dalam konteks penertiban reklame yang tidak sesuai aturan, peran Satpol PP sebagai ujung tombak penegakan perda menjadi sangat krusial. Sebagaimana dijelaskan oleh Fahmi dan Suryadi (2024), kinerja yang baik dari aparat Satpol PP merupakan syarat utama bagi keberhasilan implementasi kebijakan daerah secara langsung di lapangan.

B. Satuan Polisi Pamong Praja

Menurut Suhendi (2021), Satpol PP berperan sebagai organisasi perangkat daerah yang menjaga wibawa pemerintah melalui penegakan peraturan daerah secara konsisten dan tegas. Sebagai variabel penelitian, Satpol PP dianalisis melalui dimensi-dimensi kinerjanya dalam menertibkan reklame dengan melihat kesesuaian Susunan Organisasi Tata Kerja dan Standar Operasional Prosedur (SOP).

1. Susunan Organisasi Tata Kerja

Sumber daya manusia (SDM) merupakan faktor krusial dalam keberhasilan pelaksanaan tugas Satpol PP Kota Semarang, khususnya dalam penertiban dan pengawasan reklame. Pengelolaan sumber daya manusia yang efektif di instansi pemerintah diperlukan untuk menjamin kelancaran pelayanan publik dan pencapaian tujuan organisasi (Sulistiyani, 2009). Satpol PP menerapkan pendekatan strategis dengan pembagian tugas sesuai kemampuan dan pelatihan yang berfokus pada aspek teknis, humanis, dan ketegasan agar anggota mampu bertindak profesional tanpa menimbulkan resistensi masyarakat. Meski jumlah personel internal terbatas, sekitar 90 orang, Satpol PP mengoptimalkan kinerjanya melalui pembagian tugas yang efisien dan kolaborasi dengan dinas terkait seperti Dinas Tata Ruang dalam operasi gabungan. Sinergi ini membantu mengatasi keterbatasan sumber daya, mempercepat penertiban, dan memastikan tindakan sesuai aturan, sekaligus mendorong evaluasi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas SDM dan efektivitas pengawasan di wilayah Kota Semarang.

Kinerja Satpol PP dalam penertiban reklame tidak hanya sebagai penegak aturan tetapi juga sebagai pembangun kesadaran hukum masyarakat. Untuk menghadapi tantangan internal dan eksternal, Satpol PP rutin mengadakan pelatihan terkait aturan reklame dan etika lapangan, serta mengawasi setiap penertiban dengan briefing guna menyamakan persepsi dan menanamkan pendekatan humanis namun tegas. Evaluasi berkala dilakukan untuk memastikan kepatuhan terhadap SOP dan etika, dengan penerapan sistem reward and punishment yang memberi sanksi bagi pelanggar dan penghargaan bagi personel berprestasi. Melalui pelatihan, briefing, dan evaluasi tersebut, Satpol PP berupaya meningkatkan profesionalitas personel sehingga penertiban reklame dapat berjalan efektif, etis, dan bertanggung jawab sosial.

2. Standar Operasional Prosedur (SOP)

Satpol PP Kota Semarang menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dan terstruktur berdasarkan Permendagri Nomor 16 Tahun 2023 dan Peraturan Kepala Satpol PP Kota Semarang Nomor 814.2/034.1/2023 sebagai pedoman dalam penertiban reklame dan tugas ketertiban umum lainnya. Pelaksanaan SOP ini memastikan proses penertiban berjalan tertib, adil, dan sesuai hukum, sehingga personel tidak bertindak semena-mena dan menghindari penyalahgunaan wewenang. Plt Kasatpol PP menegaskan bahwa pembongkaran reklame dilakukan sesuai masa izin berlaku dan SOP yang ada, sehingga tanpa SOP yang tegas, proses penertiban berisiko tidak terkontrol dan merugikan berbagai pihak.

Evaluasi sarana dan prasarana sangat penting untuk mendukung pelaksanaan SOP penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Semarang. Ketersediaan fasilitas seperti kendaraan operasional (24 mobil R4 dan minibus, 7 truk dan bus, 23 motor), alat komunikasi (HT), serta perlengkapan patroli sangat menunjang efektivitas tugas di lapangan. Menurut Komandan Regu II Patroli Satpol PP, dalam patroli rutin digunakan satu truk untuk mengangkut barang bukti dan satu mobil patroli untuk tim dengan peralatan sederhana seperti tang dan gunting. Tanpa dukungan sarana prasarana memadai, pelaksanaan SOP dapat terhambat sehingga proses penertiban tidak berjalan optimal dan tertunda, misalnya dalam pembongkaran reklame setelah pemberian surat peringatan.

Dana anggaran memegang peranan penting dalam pelaksanaan SOP penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Semarang, karena mendukung seluruh tahapan teknis seperti survei lokasi, pengiriman surat peringatan, penyediaan sarana prasarana, hingga pelaporan. Komandan Regu Patroli, Bapak Ngatmin Susanto, menyampaikan bahwa kendala pendanaan masih sering terjadi, terutama saat jumlah pembongkaran reklame meningkat, sementara anggaran tidak bertambah sehingga personel hanya menerima upah sesuai UMR tanpa insentif lembur. Kekurangan dana ini berpotensi menghambat pelaksanaan prosedur secara maksimal dan dapat berdampak negatif pada kinerja serta citra Satpol PP dalam menegakkan aturan.

C. Penertiban

Secara umum, teori penertiban menurut Wibowo (2007) menekankan pentingnya sistem yang terstruktur, pengawasan yang efektif, serta pendekatan yang adil dan transparan dalam setiap tindakan penertiban. Dalam konteks reklame liar atau insidental yang marak terjadi, studi oleh Putri, Priyanto, dan Vitasari (2024) menunjukkan bahwa kinerja Satpol PP menjadi faktor penting dalam penertiban yang efektif. Penertiban bukan hanya bergantung pada aturan tertulis, tetapi juga pada eksekusi langsung di lapangan oleh petugas yang kompeten.

1. Penertiban Langsung

Merupakan bagian dari strategi represif yang mengacu pada tindakan penegakan aturan secara tegas dan langsung dengan tujuan menghentikan dan mengendalikan pelanggaran reklame yang ada. Satpol PP Kota Semarang secara tegas memberikan sanksi sebagai upaya penertiban reklame yang melanggar peraturan daerah, mulai dari teguran, pencabutan izin, hingga pembongkaran paksa dan penyitaan barang bukti. Namun, masih ada pelaku usaha reklame yang kurang mematuhi aturan dan menganggap penyitaan bukan masalah besar, sehingga mereka tetap memasang reklame ilegal demi keuntungan pribadi. Kondisi ini menunjukkan lemahnya efek jera dan kesadaran hukum, sehingga Satpol PP perlu meningkatkan intensitas penertiban serta memperkuat koordinasi dengan OPD terkait agar penegakan ketertiban reklame lebih efektif dan berkelanjutan.

Penertiban reklame di Kota Semarang juga dilakukan secara responsif melalui aduan masyarakat sebagai bentuk partisipasi aktif. Masyarakat dapat melaporkan pelanggaran pemasangan reklame melalui kanal pengaduan online LAPOR SEMAR atau melalui kelurahan dan kecamatan setempat. Setelah menerima aduan, Satpol PP melakukan verifikasi dan penindakan sesuai SOP, termasuk pemberian teguran, pencabutan izin, dan pembongkaran. Dalam proses penertiban, Satpol PP berkoordinasi dan melibatkan aparat wilayah seperti kelurahan dan kecamatan untuk mendampingi penertiban di lapangan. Kehadiran aparat wilayah ini mempermudah komunikasi dengan masyarakat dan pemilik reklame serta mencegah potensi konflik, sehingga penertiban dapat berjalan lancar dan diterima lebih baik.

2. Penertiban Tidak Langsung

Bentuk dari strategi preventif oleh Satuan Polisi Pamong Praja Dalam konteks ini, Satpol PP Kota Semarang menjalankan berbagai langkah yang menekankan pada edukasi dan pembinaan dibandingkan tindakan represif untuk mencegah pelanggaran. Salah satu indikator utama dalam upaya preventif ini adalah penyuluhan kepada masyarakat dan pelaku usaha melalui berbagai bentuk sosialisasi. Sosialisasi tersebut mencakup penjelasan tentang regulasi yang mengatur, persyaratan perizinan, tata letak yang sesuai serta standar estetika dan keselamatan. Meski penyuluhan dilakukan intensif bersama dinas teknis dan binmas, masih banyak pelaku usaha yang melanggar, seperti memasang reklame melebihi izin. Hal ini menunjukkan perlunya penegakan hukum lebih tegas dan strategi komunikasi serta kolaborasi antar instansi yang lebih efektif untuk mencegah pelanggaran.

Selain itu kegiatan deteksi dini dapat dilakukan dengan pencegahan seperti melaksanakan inspeksi atau pengawasan sebagai upaya preventif. Satpol PP Kota Semarang bersama instansi terkait rutin melakukan inspeksi di lokasi strategis sebagai upaya deteksi dini pelanggaran reklame. Inspeksi ini, terutama menjelang pemilu, bertujuan untuk mendeteksi dan menegur pelanggaran lebih awal sebelum tindakan pembongkaran. Langkah ini efektif menekan pelanggaran dan membantu pemerintah mengevaluasi serta menyesuaikan kebijakan berdasarkan pola pelanggaran yang ditemukan.

3.2 Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Yang Dihadapi Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Melaksanakan Penertiban Reklame Di Kota Semarang

Dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam menertibkan reklame, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang menegakan Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2019 tentang Reklame. Terdapat beberapa faktor yang mendukung kinerja Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang. Namun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa faktor penghambat yang mempengaruhi implementasinya. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban reklame:

3.2.1 Faktor Pendukung

1. Kepemimpinan dan Komitmen Satpol PP

Satpol PP Kota Semarang menunjukkan komitmen kuat dalam penegakan aturan reklame melalui penerapan Peraturan Daerah No.4 Tahun 2019 secara tegas dan tanpa toleransi terhadap pelanggaran, tanpa memandang pihak pemasang reklame. Pimpinan Satpol PP menegaskan bahwa setiap personel yang turun ke lapangan dibekali pengetahuan aturan dan SOP penertiban untuk memastikan tindakan dilakukan secara tepat dan tidak semena-mena. Kepemimpinan yang tegas dan adil ini menegakkan hukum secara konsisten demi menjaga ketertiban dan estetika kota tanpa diskriminasi.

2. Koordinasi dengan Instansi Terkait

Koordinasi yang baik antara Satpol PP Kota Semarang dengan instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang dan Badan Pendapatan Daerah menjadi kunci efektivitas penertiban reklame. Setiap instansi menjalankan perannya masing-masing—Satpol PP sebagai penegak perda, Distaru sebagai pengelola perizinan, dan Bapenda sebagai pengelola pajak. Sinergi ini memastikan setiap tindakan penertiban memiliki dasar hukum yang jelas, mempercepat proses penanganan, serta mengurangi potensi konflik sosial. Kolaborasi lintas sektor ini memperkuat legitimasi dan efisiensi penegakan aturan reklame di Kota Semarang.

3.2.2 Faktor Penghambat

1. Sarana dan prasarana yang kurang memadai

Kekurangan fasilitas seperti tangga panjang, alat pemotong, dan perlengkapan keselamatan menjadi hambatan utama dalam pelaksanaan penertiban reklame non permanen oleh Satpol PP Kota Semarang. Kondisi ini tidak hanya memperlambat proses kerja, tetapi juga meningkatkan risiko kecelakaan bagi petugas di lapangan. Kurangnya dukungan sarpras menunjukkan perlunya perhatian lebih dari pemerintah daerah agar pelaksanaan penegakan perda berjalan efektif, aman, dan sesuai standar. Tanpa alat yang memadai, tujuan menciptakan ketertiban dan estetika kota akan sulit tercapai secara optimal.

2. Kurangnya Sumber Daya Aparatur

Satpol PP Kota Semarang menghadapi keterbatasan jumlah personel dalam menjalankan tugas penertiban, termasuk pengawasan dan pembongkaran reklame non permanen. Dengan hanya sekitar 60 orang dibagi dalam 4 regu, kekuatan personel ini dinilai belum cukup untuk menangani ketertiban di seluruh wilayah Kota Semarang. Kondisi ini

menghambat efektivitas penindakan dan menyebabkan beban kerja tinggi bagi anggota. Oleh karena itu, penambahan SDM dan peningkatan kompetensi melalui pelatihan berkala menjadi kebutuhan mendesak untuk menunjang kinerja yang optimal dan profesional.

3. Keterbatasan Anggaran

Minimnya anggaran menjadi kendala utama dalam pelaksanaan penertiban, terutama untuk kegiatan patroli di wilayah pinggiran Kota Semarang. Meski dalam tahun 2024 tercatat ada sekitar 320 pembongkaran reklame, anggota Satpol PP tidak mendapatkan insentif tambahan meski bekerja di luar jam kerja atau saat hari libur. Kondisi ini berdampak pada motivasi dan kesejahteraan personel, yang tetap harus menjalankan tugas berat dan berisiko tinggi dengan dukungan anggaran yang terbatas.

4. Kurangnya Kesadaran Masyarakat

Kesadaran masyarakat terhadap aturan pemasangan reklame non permanen masih rendah, terutama terkait Perda No. 4 Tahun 2019. Banyak pelaku reklame memasang tanpa izin atau melebihi jumlah yang diizinkan. Bahkan ada yang sengaja memasang di lokasi tersembunyi agar luput dari pengawasan Satpol PP. Hal ini menjadi hambatan utama karena menunjukkan masih lemahnya pemahaman dan kepatuhan hukum masyarakat. Selain itu, keterbatasan pengawasan dan alur penindakan yang panjang membuat pelanggaran cenderung berulang.

5. Administrasi Bigdata Yang Tidak Teroganisir

Satpol PP Kota Semarang menghadapi kendala dalam pengelolaan administrasi big data terkait penyelenggaraan reklame. Tidak tersedianya data hasil pembongkaran reklame menyebabkan kesulitan dalam memantau pelanggaran berulang dan menghambat proses evaluasi kinerja. Ketiadaan sistem pencatatan digital berdampak pada rendahnya efisiensi kerja dan transparansi, serta memperlemah akuntabilitas institusi dalam penegakan Perda secara modern.

3.3 Upaya Yang Dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Mengatasi Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Penertiban Reklame Di Kota Semarang

Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja peran Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang, maka hal ini penting dalam merancang strategi untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan penertiban reklame dengan menemukan solusi dan upaya yang akan dilakukan. Upaya yang dilakukan antara lain:

1. Efektivitas pengelolaan anggaran

Keterbatasan anggaran menjadi kendala utama yang memengaruhi sarana-prasarana dan kinerja pegawai Satpol PP Kota Semarang, terutama karena jumlah personel yang tidak seimbang dengan luas wilayah tugas. Meski demikian, Satpol PP berusaha mengelola anggaran secara efektif dan efisien dengan memprioritaskan program penting. PLT Kepala Satpol PP menekankan pentingnya motivasi dan kerja ikhlas sebagai kunci kinerja, serta hubungan baik antara pimpinan dan pegawai yang mendukung kelancaran tugas meski dengan keterbatasan dana.

2. Sosialisasi lebih intens

Kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang aturan reklame di Kota Semarang diatasi dengan sosialisasi yang lebih intens, terutama melalui media sosial yang sudah banyak digunakan warga. Satpol PP Kota Semarang mengaktifkan akun media sosial dan memiliki tim khusus yang bekerja sama dengan bina masyarakat di kelurahan dan kecamatan serta instansi terkait untuk memberikan edukasi tentang pemasangan reklame dan prosedur perizinan. Pendekatan persuasif ini bertujuan agar masyarakat mematuhi aturan dan siap menerima sanksi jika melanggar.

3. Peningkatan kinerja pegawai

Untuk meningkatkan kinerja aparatur, Satpol PP Kota Semarang rutin mengadakan pelatihan hukum, teknis penertiban, dan penggunaan teknologi agar pegawai bekerja profesional sesuai SOP. Selain itu, koordinasi dengan instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang juga diperkuat untuk penertiban yang lebih terintegrasi. Evaluasi rutin dan komunikasi yang baik dilakukan untuk memberikan masukan dan perhatian kepada pegawai, sehingga strategi peningkatan kinerja dapat tercapai secara konsisten dan efektif.

3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Satpol PP Kota Semarang menunjukkan komitmen kuat dalam penegakan aturan reklame melalui penerapan Peraturan Daerah No.4 Tahun 2019 secara tegas. Koordinasi yang baik antara Satpol PP Kota Semarang dengan instansi terkait seperti Dinas Tata Ruang dan Badan Pendapatan Daerah menjadi kunci efektivitas penertiban reklame. Meskipun begitu masih ditemukan hambatan yang mempengaruhi kinerja Satpol PP seperti sarana dan prasarana yang kurang memadai akibat dari keterbatasan anggaran untuk menunjang kegiatan penertiban. Hal ini sejalan dengan hasil temuan dari penelitian oleh Abadzi (2024) yang juga menemukan bahwa hambatan yang mempengaruhi penertiban reklame adalah karena sarana dan prasarana yang terbatas serta anggaran yang terbatas. Penelitian oleh Putri dan Rahman (2023) menambahkan bahwa sumber daya manusia yang kurang mempengaruhi kinerja Satpol PP menjadi tidak maksimal. Kurangnya personil sumber daya manusia serta kurangnya sarana dan fasilitas juga ditemukan dalam penelitian Ainiya (2021) dalam penelitiannya, kedua hal tersebut ditambah oleh hambatan kurangnya kesadaran masyarakat. Dalam hal ini kurangnya kesadaran masyarakat merupakan permasalahan yang paling berpengaruh dalam penelitian oleh peneliti sendiri karena meskipun regulasi dan penertiban telah dilaksanakan, apabila dari masyarakat banyak yang masih menjadi oknum pemasangan reklame ilegal. Hambatan ini juga terdapat dalam temuan penelitian milik Adli (2024) berupa masyarakat belum mengetahui dan memahami aturan yang mengatur tentang pemasangan reklame sehingga masih banyak ditemukan masyarakat yang tetap mendirikan reklame ilegal. Berbeda dengan penelitian oleh peneliti, temuan dalam penelitian oleh Bima (2020) yaitu teridentifikasi bahwa kinerja Satpol PP masih mengalami hambatan akibat kurangnya koordinasi dengan instansi terkait yang mengurus terkait reklame, padahal dalam kerjanya Satpol PP masih harus bergantung kepada dinas lain untuk menunjang efektivitas pembongkaran seperti alat-alat yang dipakai.

Dengan demikian, kebaruan dari penelitian ini lebih menekankan pada analisis mendalam terkait faktor-faktor yang belum pernah diteliti oleh penelitian sebelumnya. Secara keseluruhan, temuan ini menitikberatkan pada aspek peran Satpol PP sebagai penyelenggara ketertiban umum dan ketentraman masyarakat serta menegakkan peraturan perda dan perkara. Sehingga sesuai variabel dan dimensi yang digunakan dalam penelitian ini menemukan beberapa temuan yang mempengaruhi kinerja Satpol PP dalam perannya menertibkan reklame seperti sarana dan prasarana yang terbatas akibat kurangnya anggaran. Sumber daya personil yang masih kurang untuk menertibkan satu wilayah kota. Kurangnya kesadaran masyarakat akan regulasi yang mengatur dan sanksi apa saja yang diberikan serta kurangnya manajemen organisasi bigdata yang masih berantakan. Namun hambatan tersebut dapat didukung oleh kepemimpinan dan komitmen Satpol PP atas regulasi yang mengatur jalannya kinerja seperti standar operasional prosedur serta koordinasi dengan dinas terkait dalam penertiban reklame yang baik dan efektif. Menurut hasil penelitian oleh Amalia (2023) 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.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Satpol PP Kota Semarang memiliki peran yang sangat penting dalam penertiban reklame. Penertiban reklame dilakukan sebagai upaya untuk menjaga ketertiban umum, estetika kota, dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, terutama dalam hal pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan. Peran Satpol PP Kota Semarang sudah baik namun masih kurang optimal karena adanya hambatan dan tantangan yang dihadapi. Adapun hambatan dan tantangan yang dihadapi Satpol PP dalam penertiban reklame baik itu dari internal maupun eksternal yang bersumber dari masyarakat. Faktor internal bersumber dari kurangnya sarana dan prasarana untuk membongkar reklame yang melanggar, kemudian kurangnya sumber daya aparatur Satpol PP yang dibutuhkan untuk mengatur masalah ketertiban umum dalam satu kota. Keterbatasan anggaran juga menjadi kendala yang menyebabkan kurang optimalnya kegiatan patroli. Faktor eksternalnya dari masyarakat yaitu kurangnya kesadaran masyarakat akan adanya aturan yang tegas untuk mengatur pemasangan reklame. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan beberapa masyarakat yang sudah mengetahui tetapi masih berbuat curang dengan mengelabui aparat. Dan kurangnya data yang masuk sehingga tidak jumlah pelanggaran dan nama-nama oknum tidak terorganisir. Sebagai bentuk mengatasi hambatan yang ada maka Dibutuhkan upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan yang menjadi kendala dalam penertiban reklame di Kota Semarang, salah satunya dengan mengoptimalkan pengelolaan anggaran melalui pemahaman yang baik mengenai mekanisme penganggaran yang diterapkan serta memprioritaskan kebutuhan yang penting. Opini publik di media sosial dapat memengaruhi legitimasi tindakan pemerintah daerah. Seperti dijelaskan oleh Pitono dan Fauzi (2025), kepemimpinan yang dipercaya publik adalah kepemimpinan yang terbuka terhadap kritik dan mampu menjelaskan kebijakan secara transparan melalui media yang diakses masyarakat luas, seperti media sosial. Selain itu, sosialisasi yang lebih intens kepada masyarakat juga sangat diperlukan, bersama dengan peningkatan kinerja pegawai melalui pemantauan yang lebih baik agar para pegawai merasa mendapat perhatian yang cukup.

Keterbatasan Penelitian. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada waktu pelaksanaan penelitian yang terbatas dan cakupan penelitian yang kurang menjangkau bidang lainnya dalam instansi Satpol PP sehingga belum mencerminkan evaluasi kinerja lebih luas.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih awalnya temuan penelitian. Oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan yang diarahkan pada evaluasi efektivitas penertiban dari seluruh pihak terkait yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan apresiasi kepada Plt. Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan, dukungan, dan akses bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu selama pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abadzi, D. M. (2024). *Penertiban reklame tidak taat pajak oleh satuan polisi pamong praja di kota bengkulu provinsi bengkulu* [Institut Pemerintahan Dalam Negeri]. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/19266>
- Adli, N. (2024). *Penegakan Perda Kota Serang No 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Serang Provinsi Banten* [Institut Pemerintahan Dalam Negeri]. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/16689>
- Ainiya, N. R. (2021). *Efektivitas Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya Pasal 20 Ayat (1) Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Ketertiban Umum Dan Ketentraman Masyarakat* [Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/67928>
- Amalia, N. R. (2023). *Penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah*. In *Institut Pemerintahan Dalam Negeri*. <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/12656>
- Bima. (2020). *Peranan Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame Di Kabupaten Deli Serdang* [Universitas Medan Area]. <https://repository.uma.ac.id/handle/123456789/12304>
- Brummer, C., Yadav, Y., & Zaring, D. (2022). Regulation by Enforcement. *S. Cal. L. Rev.*, 96, 1297. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4405036
- Edi, A. G. P., & Sartika, I. (2025). Dimensi kualitas karakter sebagai unsur utama kapabilitas aktor pelaku pelayanan publik pemerintahan yang berkualitas dan profesional berkesinambungan: Analisis bibliometrik. *Jurnal Inovasi Global*, 3(3), 561–570. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/jig.v3i3.299>
- Eviany, E. & S. (2023). *Perlindungan Masyarakat*. PT. Nas Media Indonesia. [http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1251/1/Sutiyo Eva perlindungan masyarakat.pdf](http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1251/1/Sutiyo%20Eva%20perlindungan%20masyarakat.pdf)
- Fahmi, M., & Suryadi, B. (2024). Performance Of Members Of The Balangan Regency Civil Service Police Unit (SATPOL PP) In Carrying Out The Duties Of Enforcing Regional Legislation. *International Journal Political, Law, and Social Science*, 5(2). <https://www.ijpls.org/index.php/IJPLS/article/view/149>
- Ilham, M., & Rahman, A. (2025). Praktik penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum. *AMU Press*, 1(1), 1–182. <https://ejournal.amertamedia.co.id/index.php/press/article/view/400>
- Mahsun, M. (2006). *Pengukuran Kinerja Sektor Publik*. BPFPE.
- Peraturan Daerah (Perda) Kota Semarang Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Reklame, Pub. L. No. 4 (2019). <https://jdih.semarangkota.go.id/dokumen/view/perda-4-tahun-2019-tentang-reklame-337>
- Pitono, A., & Fauzi, F. Z. (2025). Public opinions on social media: How to become a

trustworthy leader in times of crisis. *International Journal of Public Leadership*, 21(1), 54–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJPL-07-2024-0076>

Putri, H. P., Priyanto, H & Vitasari, L. (2024). Performance Analysis Of Pamong Praja Police Units Regarding Incidental Advertising In Banyuwangi District. *Sosioedukasi : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 13(1), 103–113.

<https://doi.org/10.36526/sosioedukasi.v13i1.3974>

Putri, A. M., & Rahman, A. (2023). Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja Di Kabupaten Kampar. *Jurnal Tatapamong*, 5(1), 1–24.

<https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v5i1.3283>

Siagian, S. P. (2018). *Administrasi Pembangunan : Konsep, Dimensi dan Strateginya*. Bumi Aksara.

Suhendi, D. (2021). Satuan Polisi Pamong Praja sebagai organisasi perangkat daerah yang menjaga wibawa pemerintah dengan menegakkan peraturan daerah. *Jurnal Tatapamong*, 3(2), 157–175. <https://doi.org/https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v3i2.1588>

Sulistiyani. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia : Konsep, Teori Dan Pengembangan Dalam Konteks Organisasi Publik*. Graha Ilmu.

Wibowo. (2007). *Manajemen Kinerja*. PT. Raja Grafindo Persada.

