PENERTIBAN REKLAME OLEH SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DI KOTA BANDUNG PROVINSI JAWA BARAT

Adinda Yustika Rajagukguk
NPP. 33.1074
Program Studi Praktik Perpolisian Tata Pamong
Email: adindayustikaaa@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Gradiana Tefa, S.STP., M.AP.
Email: gradiana_tefa@ipdn.ac.id

ABSTRACT

Problem Statement/Research Gap: *The author focuses on the problem of illegal and non-compliant advertising media in Bandung City, which disrupts public order, urban aesthetics, safety, and the optimization of advertisement governance. Although previous studies have discussed the role, supervision, and implementation of billboard control in several regions, specific discussion on billboard control by the Civil Service Police Unit in Bandung City based on direct control, indirect control, required instruments, orderliness, and compliance still needs further analysis.* ***Purpose:*** *This study aims to analyze billboard control by the Civil Service Police Unit in Bandung City, West Java Province.* ***Method:*** *This study uses a descriptive qualitative method. Data were collected through interviews, observation, and documentation, with informants from Bandung City Civil Service Police Unit and relevant field data.* ***Results:*** *The findings show that billboard control has been implemented through direct measures, such as dismantling illegal and expired billboards, and indirect measures, such as socialization, routine patrols, and inter-agency coordination. Data show that illegal billboards decreased from 1,230 in 2024 to 866 in 2025, but violations remain dominated by incidental billboards. The implementation is supported by regional regulations, standard operating procedures, and personnel resources. However, obstacles remain, including difficult billboard locations, dense traffic, uncertain weather, repeated violations, and limited public compliance.* ***Conclusion:*** *Billboard control by the Civil Service Police Unit in Bandung City has been implemented fairly well, but it still requires stronger digital supervision, consistent sanctions, and broader public education.*

Keywords: *advertisement control; billboard; Civil Service Police Unit; public order; visual pollution*

ABSTRAK

Permasalahan/Kesenjangan Penelitian: Penulis berfokus pada permasalahan reklame ilegal dan reklame yang tidak sesuai ketentuan di Kota Bandung karena mengganggu ketertiban umum, estetika kota, keselamatan publik, serta optimalisasi tata kelola penyelenggaraan reklame. Walaupun penelitian terdahulu telah membahas peran, pengawasan, dan implementasi penertiban reklame di beberapa daerah, kajian khusus mengenai penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung berdasarkan tindakan langsung, tindakan tidak langsung, perlengkapan yang diperlukan, keteraturan, dan kepatuhan masih perlu dianalisis lebih lanjut. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. **Metode:** Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan informan dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung serta data

lapangan yang relevan. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa penertiban reklame telah dilakukan melalui tindakan langsung berupa pembongkaran reklame ilegal dan habis masa izin, serta tindakan tidak langsung berupa sosialisasi, patroli rutin, dan koordinasi antarinstansi. Data menunjukkan jumlah reklame tidak berizin menurun dari 1.230 pada tahun 2024 menjadi 866 pada tahun 2025, tetapi pelanggaran masih didominasi reklame insidentil. Penertiban didukung regulasi, SOP, dan aparatur, namun masih terkendala lokasi reklame yang sulit dijangkau, kepadatan lalu lintas, cuaca, pelanggaran berulang, dan rendahnya kepatuhan sebagian penyelenggara reklame. **Kesimpulan:** Penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung telah berjalan cukup baik, tetapi masih memerlukan penguatan pengawasan digital, konsistensi sanksi, dan edukasi publik.
Kata kunci: ketertiban umum; penertiban reklame; polusi visual; reklame; Satuan Polisi Pamong Praja

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ketertiban umum merupakan prasyarat penting bagi terselenggaranya kehidupan sosial, ekonomi, dan pemerintahan yang aman serta teratur. Dalam konteks pemerintahan daerah, urusan ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat menjadi bagian dari urusan wajib yang berkaitan dengan pelayanan dasar sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014. Satuan Polisi Pamong Praja memiliki mandat untuk membantu kepala daerah dalam menegakkan peraturan daerah, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketenteraman, serta melindungi masyarakat sebagaimana ditegaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018.

Kota Bandung sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat memiliki dinamika aktivitas ekonomi, perdagangan, jasa, pendidikan, dan pariwisata yang tinggi. Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2025) mencatat ekonomi Kota Bandung tahun 2024 tumbuh sebesar 4,99 persen. Pertumbuhan tersebut mendorong peningkatan kebutuhan media promosi luar ruang, termasuk reklame, spanduk, baliho, billboard, dan media visual lain di ruang publik. Reklame pada satu sisi dapat menjadi sarana informasi dan sumber pendapatan daerah, tetapi pada sisi lain dapat menjadi persoalan tata ruang apabila tidak dikendalikan secara tertib.

Reklame yang dipasang tanpa izin, melebihi masa izin, tidak sesuai lokasi, atau tidak memenuhi standar teknis dapat mengganggu keindahan kota, keselamatan pengguna jalan, dan keteraturan ruang publik. Chmielewski (2021) menjelaskan bahwa billboard luar ruang dapat memunculkan visual pollution dan menurunkan keterbukaan lanskap kota. Wakil et al. (2021) juga menegaskan bahwa billboard merupakan salah satu objek utama pembentuk visual pollution di kawasan perkotaan, sehingga pengaturannya memerlukan data spasial, kepatuhan regulasi, dan pelibatan pemangku kepentingan.

Dalam konteks Bandung, persoalan reklame tidak hanya berkaitan dengan estetika dan keselamatan, tetapi juga dengan potensi penerimaan pajak. Rasmini dan Purbasari (2019) menunjukkan bahwa potensi pajak reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang di Bandung belum efektif karena tingkat efektivitasnya hanya 42,51 persen. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa tata kelola reklame memerlukan pengawasan, sanksi, dan koordinasi yang tidak hanya berorientasi pada penertiban fisik, tetapi juga mendukung pendapatan daerah.

Dari perspektif kelembagaan, penertiban reklame membutuhkan perangkat daerah yang efektif, pembagian tugas yang jelas, serta koordinasi lintas organisasi. Martini et al. (2019) menekankan bahwa struktur perangkat daerah perlu disusun sesuai beban urusan pemerintahan agar penyelenggaraan fungsi pemerintahan berjalan efektif. Hal ini relevan dengan Satpol PP Kota Bandung yang harus menangani reklame insidentil dan non-insidentil dengan jumlah pelanggaran yang besar, tersebar, dan berulang.

Penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum juga membutuhkan komunikasi pemerintahan yang matang. Eviany et al. (2025) menegaskan pentingnya manajemen komunikasi pemerintahan dalam penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban agar pesan kebijakan dapat dipahami masyarakat. Eviany dan Sutiyo (2023) juga menempatkan penegakan perda, pembinaan, penyuluhan, patroli, pengawalan, dan penertiban sebagai bagian dari penyelenggaraan perlindungan masyarakat. Dengan demikian, penertiban reklame perlu dilakukan melalui kombinasi tindakan penegakan dan pendekatan edukatif.

Regulasi lokal yang mengatur penyelenggaraan reklame di Kota Bandung antara lain Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 25 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame. Keberadaan regulasi tersebut menjadi dasar bagi Satpol PP Kota Bandung dalam melakukan pengawasan dan penertiban terhadap reklame yang tidak sesuai ketentuan. Namun, pelaksanaan regulasi di lapangan masih menghadapi persoalan kepatuhan masyarakat dan pelaku usaha.

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah masih ditemukannya reklame tidak berizin, reklame habis masa izin, dan reklame yang dipasang pada lokasi yang tidak sesuai ketentuan di Kota Bandung. Data Satpol PP Kota Bandung menunjukkan bahwa pada tahun 2024 terdapat 1.230 reklame tidak berizin, terdiri atas 955 reklame insidentil dan 275 reklame non-insidentil. Pada tahun 2025 jumlah tersebut menurun menjadi 866 reklame, tetapi angka ini tetap menunjukkan bahwa kepatuhan penyelenggara reklame belum sepenuhnya optimal (Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung, 2026).

Kesenjangan penelitian muncul karena penelitian terdahulu umumnya lebih banyak membahas peran Satpol PP, pengawasan reklame, atau implementasi penertiban di daerah tertentu. Sementara itu, penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung dengan menggunakan konsep penertiban yang memuat tindakan, perlengkapan yang diperlukan, dan tujuan. Kajian ini juga menghubungkan penertiban reklame dengan isu visual pollution, potensi pajak, kebutuhan regulasi, dan penguatan kepatuhan masyarakat.

1.3. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan karena reklame ilegal dapat menimbulkan gangguan terhadap ketertiban ruang kota, keselamatan publik, dan estetika lingkungan. Apabila penertiban reklame tidak didukung data, koordinasi, dan penegakan sanksi yang konsisten, maka pelanggaran dapat terus berulang dan menurunkan wibawa regulasi daerah. Urgensi praktis penelitian ini adalah memberikan gambaran empiris mengenai pelaksanaan penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung sebagai dasar penguatan strategi penertiban.

Urgensi akademik penelitian ini terletak pada upaya memperkaya kajian praktik perpolisian tata pamong, khususnya dalam penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum. Madjid et al. (2022) menunjukkan bahwa kinerja Satpol PP dalam penegakan peraturan daerah dapat belum optimal apabila produktivitas, kualitas layanan, dan responsivitas belum berjalan baik. Ginting et al. (2022) juga memperlihatkan pentingnya sosialisasi regulasi dan pelayanan perizinan yang mudah dipahami pelaku usaha. Oleh karena itu, penertiban reklame perlu dipahami sebagai kombinasi antara penegakan aturan, pelayanan perizinan, dan pembinaan kepatuhan.

1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini terinspirasi oleh beberapa penelitian terdahulu yang membahas penertiban reklame dan peran Satpol PP. Britniantini dan Prathama (2023) meneliti peran Satpol PP dalam penertiban reklame di Kota Surabaya. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Satpol PP berperan sebagai pelaksana dan pengawas kebijakan, tetapi pelaksanaan penertiban tetap membutuhkan koordinasi dan dukungan sumber daya.

Centia et al. (2025) membahas upaya Satpol PP Kota Bandung dalam penertiban reklame ilegal dan pedagang kaki lima. Penelitian tersebut menemukan adanya upaya preventif dan represif, tetapi masih menghadapi hambatan berupa kebocoran informasi razia, keterbatasan sarana prasarana, dan persepsi masyarakat yang negatif terhadap tindakan Satpol PP.

Sinukaban et al. (2021) meneliti implementasi penegakan Perda Nomor 22 Tahun 2013 tentang penertiban reklame oleh Satpol PP Kabupaten Kepulauan Mentawai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penegakan dilakukan melalui pendataan pelanggaran, konfirmasi kepada dinas perizinan, dan pembongkaran reklame, tetapi masih terkendala rendahnya kesadaran masyarakat, pemalsuan izin, dan keterbatasan peralatan.

Candra (2025) mengkaji peran Satpol PP dalam penertiban reklame di Kota Semarang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan penertiban sudah sesuai SOP dan aturan, tetapi pembongkaran reklame belum optimal karena keterbatasan anggaran, belum tersedianya big data, serta rendahnya kesadaran masyarakat dan biro reklame.

Irawan (2024) meneliti pengawasan pemasangan reklame tanpa izin oleh Satpol PP di Kota Bandung. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengawasan belum efektif karena kekurangan personel, keterbatasan anggaran, serta rendahnya kesadaran masyarakat dan penyelenggara reklame terhadap aturan yang berlaku. Kelima penelitian tersebut menjadi dasar pembanding, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung dengan dimensi tindakan, perlengkapan, dan tujuan penertiban.

1.5. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung berdasarkan tiga dimensi utama, yaitu upaya berupa tindakan, perlengkapan yang diperlukan, dan tujuan penertiban. Penelitian terdahulu umumnya membahas peran, pengawasan, atau implementasi penertiban secara umum, sedangkan penelitian ini menempatkan penertiban reklame sebagai proses yang mencakup tindakan langsung, tindakan tidak langsung, dukungan regulasi, aparatur, pencapaian keteraturan, dan kepatuhan masyarakat.

Kebaruan lainnya adalah integrasi temuan internasional mengenai visual pollution dan pendekatan pengelolaan billboard berbasis data ke dalam pembahasan penertiban reklame di Kota Bandung. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat penertiban sebagai aktivitas

pembongkaran, tetapi juga sebagai instrumen tata kelola ruang kota, pengendalian estetika, penguatan keselamatan publik, dan pembinaan kepatuhan penyelenggara reklame.

1.6. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian berupaya menggambarkan secara mendalam fenomena penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung berdasarkan data lapangan, hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena pada kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama. Simangunsong (2016) juga menjelaskan bahwa penelitian pemerintahan membutuhkan penggalian data dari informan yang memahami proses penyelenggaraan pemerintahan secara langsung.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan yang terkait langsung dengan pelaksanaan penertiban reklame, antara lain Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung, Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat, serta Kepala Seksi Ketertiban Umum. Informan tersebut dipilih secara purposive karena memiliki kewenangan, pengalaman, dan pengetahuan terhadap kebijakan serta teknis penertiban reklame.

Data sekunder diperoleh dari dokumen regulasi, data penertiban reklame, dokumentasi kegiatan, peraturan perundang-undangan, laporan instansi, buku, dan artikel ilmiah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai mekanisme penertiban, kendala, dan upaya yang dilakukan. Observasi digunakan untuk memahami kondisi pelaksanaan penertiban di lapangan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk memperkuat data melalui arsip, foto, tabel, serta dokumen pendukung.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian dilaksanakan di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, dengan lokus utama pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung dan objek penelitian berupa pelaksanaan penertiban reklame.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung berdasarkan konsep penertiban yang mencakup upaya berupa tindakan, perlengkapan yang diperlukan, dan tujuan. Pembahasan disusun sesuai variabel utama penelitian agar fokus pada proses penertiban reklame sebagai bagian dari penegakan peraturan daerah dan penyelenggaraan ketertiban umum.

Tabel 1. Jumlah Reklame Tidak Berizin di Kota Bandung Tahun 2024 sampai 2025

Jenis Reklame	Tahun 2024	Tahun 2025
Insidentil	955	734
Non-insidentil	275	132
Jumlah	**1.230**	**866**

Sumber: Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung, (2026)

3.1. Upaya Berupa Tindakan

A. Penertiban Langsung

Penertiban langsung merupakan tindakan konkret yang dilakukan Satpol PP Kota Bandung terhadap reklame yang tidak memiliki izin, habis masa izin, atau melanggar ketentuan tata letak dan keselamatan. Tindakan ini dilakukan melalui pembongkaran atau penurunan reklame di lapangan. Dalam praktiknya, penertiban langsung dilakukan terhadap reklame insidentil maupun non-insidentil. Reklame insidentil umumnya berupa spanduk, banner, dan baliho temporer, sedangkan reklame non-insidentil berupa media yang lebih permanen seperti billboard atau papan reklame.

Dasar tindakan penertiban langsung mengacu pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2025 dan petunjuk pelaksanaan penyelenggaraan reklame yang mengatur legalitas, lokasi, estetika, dan keselamatan penyelenggaraan reklame. Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 25 Tahun 2023 menjadi salah satu pedoman teknis agar tindakan penertiban tidak dilakukan secara sewenang-wenang, tetapi berdasarkan prosedur yang dapat dipertanggungjawabkan.

Data lapangan menunjukkan bahwa pelanggaran reklame masih didominasi oleh reklame insidentil. Hal ini dapat dilihat dari data penertiban tahun 2025, yaitu 1.063 kegiatan penertiban dengan 2.514 reklame insidentil yang ditertibkan, sedangkan reklame non-insidentil tercatat 14 kegiatan penertiban dengan 157 reklame yang ditertibkan (Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung, 2026). Perbedaan angka tersebut menunjukkan bahwa reklame insidentil lebih mudah muncul kembali karena pemasangannya cepat, murah, dan sering dilakukan tanpa koordinasi perizinan.

Tabel 2. Hasil Penertiban Reklame Kota Bandung Tahun 2025

Jenis Reklame	Jumlah Kegiatan Penertiban	Jumlah Reklame Ditertibkan	Keterangan
Non-insidentil	14	157	Media reklame relatif permanen
Insidentil	1.063	2.514	Spanduk, banner, baliho, dan media temporer

Sumber: Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung, (2026)

B. Penertiban Tidak Langsung

Penertiban tidak langsung dilakukan melalui tindakan preventif, seperti sosialisasi, penyuluhan, pemberian informasi mengenai aturan reklame, patroli rutin, serta koordinasi dengan perangkat daerah terkait. Penertiban tidak langsung bertujuan mencegah pelanggaran sebelum

terjadi dan membangun pemahaman masyarakat serta penyelenggara reklame terhadap aturan yang berlaku.

Berdasarkan hasil penelitian, Satpol PP Kota Bandung melakukan patroli rutin sebagai bagian dari pencegahan pelanggaran. Patroli dilakukan untuk memantau lokasi yang rawan pemasangan reklame ilegal dan memberikan efek kehadiran negara di ruang publik. Pendekatan ini sejalan dengan Eviany et al. (2021) yang menunjukkan bahwa inovasi patroli dan program ketertiban umum dapat menjadi instrumen penting dalam menjaga ketenteraman dan ketertiban masyarakat.

Penertiban tidak langsung juga berkaitan dengan manajemen komunikasi pemerintahan. Eviany et al. (2025) menjelaskan bahwa komunikasi pemerintahan diperlukan agar kebijakan trantibum dapat diterima dan dipahami masyarakat. Dalam konteks reklame, komunikasi tersebut dapat dilakukan melalui media sosial, surat edaran, pembinaan pelaku usaha, dan penyampaian informasi mengenai lokasi yang diperbolehkan maupun dilarang untuk pemasangan reklame.

3.2. Perlengkapan yang Diperlukan

A. Peraturan atau Aturan

Peraturan merupakan perlengkapan utama dalam pelaksanaan penertiban reklame. Tanpa dasar hukum yang jelas, tindakan Satpol PP dapat dipersepsikan sebagai tindakan administratif yang kurang memiliki legitimasi. Dalam penelitian ini, dasar hukum penertiban reklame mencakup regulasi nasional tentang pemerintahan daerah dan Satpol PP serta regulasi daerah mengenai penyelenggaraan reklame.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 memberikan dasar pembagian urusan pemerintahan daerah, termasuk urusan ketertiban umum. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 mengatur kedudukan Satpol PP sebagai perangkat daerah yang berwenang menegakkan perda dan perkada. Sementara itu, Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2025 dan Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 25 Tahun 2023 menjadi landasan operasional pengendalian dan penertiban reklame di Kota Bandung.

Keberadaan regulasi harus diikuti dengan sosialisasi yang kuat. Ginting et al. (2022) menunjukkan bahwa implementasi pelayanan perizinan berbasis OSS RBA perlu didukung sosialisasi dan pelatihan sampai tingkat kelurahan atau desa agar pelaku usaha memahami prosedur. Relevansinya dengan reklame adalah bahwa penyelenggara reklame perlu mendapat informasi yang mudah dipahami tentang izin, zona, masa berlaku, kewajiban pajak, dan konsekuensi pelanggaran.

B. Aparatur Penertiban

Aparatur penertiban merupakan perlengkapan penting dalam pelaksanaan penertiban reklame. Satpol PP Kota Bandung tidak hanya membutuhkan jumlah personel yang memadai, tetapi juga kemampuan teknis, pemahaman regulasi, komunikasi persuasif, serta kemampuan bekerja sama dengan perangkat daerah lain. Penertiban reklame yang berada di titik tinggi, ruas padat, atau lokasi berisiko membutuhkan kesiapan personel, kendaraan, peralatan, dan pengaturan waktu yang tepat.

Kebutuhan aparatur yang efektif sejalan dengan pandangan Martini et al. (2019) bahwa perangkat daerah perlu dirancang sesuai beban urusan pemerintahan. Dalam kasus penertiban reklame, beban urusan terlihat dari tingginya jumlah reklame insidentil yang harus dipantau dan

ditertibkan. Oleh karena itu, penertiban tidak cukup mengandalkan tindakan lapangan, tetapi juga membutuhkan basis data, pemetaan lokasi, dan dukungan koordinasi lintas instansi.

Wakil et al. (2021) menawarkan pendekatan Spatial Decision Support System untuk mengoptimalkan lokasi billboard dan mengurangi visual pollution. Temuan tersebut relevan bagi Kota Bandung karena pengawasan reklame dapat diperkuat melalui basis data digital, pemetaan titik reklame, klasifikasi zona, dan pelaporan masyarakat. Sistem semacam ini dapat membantu aparatur memprioritaskan titik rawan dan mengurangi pelanggaran berulang.

3.3. Tujuan Penertiban

A. Keteraturan

Tujuan utama penertiban reklame adalah menciptakan keteraturan tata ruang kota. Keteraturan tersebut mencakup kesesuaian lokasi pemasangan, legalitas izin, keselamatan konstruksi, serta keselarasan visual dengan lingkungan sekitar. Reklame yang tidak tertib dapat menutup rambu lalu lintas, menempel pada fasilitas umum, mengganggu bangunan bersejarah, dan menurunkan kualitas ruang publik.

Chmielewski (2021) menunjukkan bahwa billboard dapat mengurangi keterbukaan visual lanskap dan menimbulkan efek penghalang pandangan. Dalam konteks Kota Bandung, temuan ini memperkuat pentingnya penertiban reklame agar ruang publik tidak mengalami kelebihan informasi visual. Penertiban bukan hanya soal membongkar media ilegal, tetapi juga menjaga agar lanskap kota tetap tertata, aman, dan layak secara estetika.

Eviany dan Sutiyo (2023) menjelaskan bahwa penegakan perda, pembinaan, patroli, pengawalan, dan penertiban merupakan bagian dari fungsi perlindungan masyarakat. Dengan demikian, keteraturan dalam penertiban reklame tidak hanya berkaitan dengan tampilan kota, tetapi juga perlindungan terhadap masyarakat dari potensi bahaya konstruksi reklame, gangguan lalu lintas, dan ketidaknyamanan ruang publik.

B. Kepatuhan

Tujuan berikutnya adalah meningkatkan kepatuhan masyarakat dan penyelenggara reklame terhadap aturan. Kepatuhan tercermin dari kemauan pelaku usaha untuk mengurus izin, membayar kewajiban pajak, memasang reklame pada lokasi yang diperbolehkan, dan menurunkan reklame setelah masa izin berakhir. Namun, data pelanggaran menunjukkan bahwa kepatuhan masih belum stabil, terutama pada reklame insidentil yang mudah dipasang ulang.

Rasmini dan Purbasari (2019) memperlihatkan bahwa potensi pajak reklame di Bandung belum efektif apabila pengawasan dan sanksi tidak berjalan optimal. Artinya, kepatuhan tidak hanya berpengaruh pada ketertiban visual, tetapi juga pada penerimaan daerah. Oleh karena itu, penertiban harus terhubung dengan sistem perizinan, pengawasan pajak, dan sanksi administratif yang konsisten.

Madjid et al. (2022) menekankan pentingnya pendekatan humanis dan inovatif dalam penegakan peraturan daerah oleh Satpol PP. Relevansinya dengan penertiban reklame adalah bahwa penegakan sanksi tetap perlu dibarengi komunikasi persuasif agar pelaku usaha memahami dasar tindakan, tidak sekadar merasa ditindak. Dengan kombinasi antara edukasi dan ketegasan, kepatuhan dapat dibangun secara lebih berkelanjutan.

3.4. Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung telah dilakukan melalui penertiban langsung dan tidak langsung. Temuan ini sama halnya dengan penelitian Britniantini dan Prathama (2023) yang menempatkan Satpol PP sebagai pelaksana dan pengawas kebijakan dalam penertiban reklame. Namun, penelitian ini memperluas pembahasan dengan menempatkan penertiban reklame sebagai bagian dari pengendalian visual kota, kepatuhan perizinan, dan ketertiban ruang publik.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan Centia et al. (2025) yang menunjukkan bahwa Satpol PP Kota Bandung melakukan upaya preventif dan represif dalam penertiban reklame ilegal. Persamaannya terletak pada pentingnya sosialisasi, patroli, dan penindakan. Perbedaannya, penelitian ini lebih menekankan data penurunan jumlah reklame tidak berizin dari tahun 2024 ke tahun 2025, tetapi tetap menunjukkan dominasi pelanggaran reklame insidentil yang memerlukan strategi pengawasan khusus.

Sama halnya dengan Sinukaban et al. (2021), penelitian ini menemukan bahwa penertiban reklame memerlukan pendataan pelanggaran, koordinasi dengan perangkat daerah terkait, dan tindakan pembongkaran. Namun, pada Kota Bandung, tantangan menjadi lebih kompleks karena kepadatan aktivitas perkotaan, jumlah reklame insidentil yang besar, serta kebutuhan pengendalian estetika kota sebagai kota jasa, pendidikan, dan pariwisata.

Temuan ini juga memperkuat penelitian Candra (2025) yang menyebutkan bahwa pembongkaran reklame belum optimal apabila terkendala anggaran, ketiadaan big data, dan rendahnya kesadaran masyarakat. Dalam penelitian ini, kebutuhan penguatan data digital menjadi penting karena pelanggaran reklame bersifat tersebar dan berulang. Rekomendasi penggunaan sistem pendukung keputusan spasial oleh Wakil et al. (2021) dapat menjadi rujukan untuk memperkuat pengawasan reklame berbasis lokasi.

Berbeda dengan Irawan (2024) yang berfokus pada pengawasan pemasangan reklame tanpa izin, penelitian ini menitikberatkan pada proses penertiban secara menyeluruh. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pengawasan hanyalah salah satu bagian dari penertiban, sedangkan keberhasilan penertiban juga bergantung pada dasar hukum, aparatur, komunikasi, pembongkaran, patroli, sanksi, dan pembinaan kepatuhan.

3.5. Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Temuan menarik pertama adalah bahwa pelanggaran reklame insidentil jauh lebih tinggi dibandingkan reklame non-insidentil. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku pemasangan reklame temporer cenderung memanfaatkan ruang publik secara cepat dan berulang. Oleh karena itu, penertiban reklame insidentil perlu didukung patroli rutin, sistem pelaporan cepat, dan penindakan yang konsisten.

Temuan menarik kedua adalah adanya hambatan teknis berupa lokasi pemasangan yang sulit dijangkau, kepadatan lalu lintas, dan cuaca yang tidak menentu. Hambatan ini menyebabkan waktu penertiban harus dipilih dengan tepat agar tidak mengganggu keselamatan petugas dan pengguna jalan. Penertiban pada titik tertentu membutuhkan peralatan khusus, kerja sama lintas perangkat daerah, dan perencanaan teknis yang matang.

Temuan menarik ketiga adalah pentingnya integrasi antara penertiban, perizinan, dan pajak reklame. Jika data izin, masa berlaku, dan kewajiban pajak tidak terhubung, maka penertiban akan cenderung reaktif. Sebaliknya, apabila data reklame dapat dipantau secara digital, Satpol PP

dan perangkat daerah terkait dapat melakukan deteksi dini terhadap reklame yang akan habis masa izin atau dipasang di zona terlarang.

Temuan menarik keempat adalah perlunya peningkatan edukasi publik. Penegakan yang hanya mengandalkan pembongkaran berpotensi menimbulkan resistensi apabila masyarakat tidak memahami aturan. Karena itu, komunikasi pemerintahan perlu diarahkan pada pesan yang edukatif, persuasif, dan mudah diakses, terutama melalui media sosial dan kanal digital resmi Pemerintah Kota Bandung.

IV. KESIMPULAN

Penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung telah dilaksanakan cukup baik melalui upaya langsung dan tidak langsung. Upaya langsung dilakukan dengan pembongkaran reklame ilegal, habis masa izin, dan tidak sesuai ketentuan, sedangkan upaya tidak langsung dilakukan melalui sosialisasi, patroli rutin, dan koordinasi antarinstansi. Pelaksanaan penertiban didukung oleh regulasi daerah, SOP, aparatur, dan data penertiban, tetapi masih menghadapi hambatan teknis di lapangan, pelanggaran berulang, serta rendahnya kepatuhan sebagian penyelenggara reklame, terutama pada reklame insidentil.

Guna meningkatkan efektivitas penertiban reklame, Satpol PP Kota Bandung disarankan memperkuat pengawasan digital berbasis data lokasi reklame, meningkatkan konsistensi penerapan sanksi, mengembangkan edukasi publik melalui media sosial, serta memperkuat koordinasi dengan perangkat daerah yang menangani perizinan, pajak, dan tata ruang. Dengan strategi tersebut, penertiban reklame dapat lebih mendukung keteraturan, keselamatan, estetika kota, dan kepatuhan masyarakat.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup lokus yang berfokus pada Kota Bandung dan data yang digunakan berdasarkan hasil penelitian lapangan serta dokumen yang tersedia. Penelitian ini belum melakukan pemetaan spasial secara langsung terhadap seluruh titik reklame ilegal di Kota Bandung.

Arah Masa Depan Penelitian. Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan kajian penertiban reklame berbasis sistem informasi geografis atau basis data digital, sehingga pola persebaran reklame ilegal dapat dianalisis lebih akurat dan menjadi dasar pengambilan keputusan penertiban yang lebih tepat sasaran.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung beserta jajaran yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu penyusunan penelitian ini.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2025). *Pertumbuhan ekonomi Kota Bandung tahun 2024: Ekonomi Kota Bandung tahun 2024 tumbuh 4,99 persen*. https://bandungkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/1624/ekonomi-kota-bandung-tahun-2024-tumbuh-4-99-persen-.html

Britniantini, A. P., & Prathama, A. (2023). Peran Satuan Polisi Pamong Praja pada penertiban reklame di Kota Surabaya. *Journal Publicuho, 6*(4), 1374–1380. https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.280

Candra, D. N. K. (2025). *Peran Satuan Polisi Pamong Praja dalam penertiban reklame di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah*. Institut Pemerintahan Dalam Negeri. http://eprints.ipdn.ac.id/24262/

Centia, S., Asiah, N., & Taryana, A. (2025). Upaya Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung dalam penertiban reklame ilegal dan pedagang kaki lima. *Responsive: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora dan Kebijakan Publik, 8*(2), 352–362. https://jurnal.unpad.ac.id/responsive/article/view/64073

Chmielewski, S. (2021). Towards managing visual pollution: A 3D isovist and voxel approach to advertisement billboard visual impact assessment. *ISPRS International Journal of Geo-Information, 10*(10), Article 656. https://doi.org/10.3390/ijgi10100656

Eviany, E., Batubara, Y. E., Rukmana, M. G., & Tefa, G. (2025). *Manajemen komunikasi pemerintahan dalam penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban*. Deepublish.

Eviany, E., & Sutiyo. (2023). *Perlindungan masyarakat: Penyelenggaraan ketenteraman, ketertiban umum, dan manajemen kebencanaan*. Nas Media Pustaka.

Eviany, E., Wasistiyana, A. K., Rahman, A. D. N. F., & Yogaswara, A. R. (2021). Gambaran pelaksanaan program Pas Kencan dalam penyelenggaraan ketenteraman dan ketertiban umum oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Garut. *Jurnal Tatapamong, 3*(2). https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v3i2.1906

Ginting, A. H., Bahroni, R., & Rumbekwan, M. (2022). Implementasi kebijakan pelayanan perizinan usaha mikro kecil berbasis OSS RBA di Kabupaten Situbondo Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja, 12*(1), 71–85. https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i1.2486

Irawan, A. S. (2024). Pengawasan pemasangan reklame tanpa izin oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Publik dan Penegakan Peraturan Daerah*. http://eprints.ipdn.ac.id/19728/

Madjid, U., Arijah, A. W., & Dewi, S. P. (2022). Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja dalam penegakan Peraturan Bupati Nomor 32 Tahun 2020 di Kabupaten Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Konstituen, 4*(2), 77–93. https://doi.org/10.33701/jk.v4i2.2948

Martini, A., Tahir, M. I., & Khairi, H. (2019). Aplikasi model organisasi pada struktur organisasi perangkat daerah. *Sosiohumaniora, 21*(2). https://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/21780

Pemerintah Kota Bandung. (2023). *Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 25 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame*.

Pemerintah Kota Bandung. (2025). *Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame*.

Rasmini, M., & Purbasari, R. (2019). Analysis of the potential of advertisement tax revenue installed on people crossing bridge (JPO) in Bandung 2016–2017. *Review of Integrative Business and Economics Research, 8*(Suppl. 4), 212–224. https://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_8-s4_15_b17-155_212-224.pdf

Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah*.

Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja*.

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung. (2026). *Data penertiban reklame Kota Bandung tahun 2024–2025*. Satpol PP Kota Bandung.

Simangunsong, F. (2016). *Metodologi penelitian pemerintahan*. IPDN Press.

Sinukaban, B., Marwandizal, & Jusari, D. (2021). Implementasi penegakan Perda No. 22 Tahun 2013 tentang penertiban reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Public Administration, Business and Rural Development Planning, 3*(1), 9–21. https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/4030794

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wakil, K., Tahir, A., Hussnain, M. Q. U., Waheed, A., & Nawaz, R. (2021). Mitigating urban visual pollution through a multistakeholder spatial decision support system to optimize locational potential of billboards. *ISPRS International Journal of Geo-Information, 10*(2), Article 60. https://doi.org/10.3390/ijgi10020060