



**EFEKТИВИТАС ПЕНЕГАКАН ГУКУМ ПАДА
ПЕРИЗИНАН ПЕНYEЛЕНГГАРААН РЕКЛАМЕ (ПЕРСПЕКТИФ
ПЕРАТУРАН ДАЕРАХ КАБУПАТЕН СЕМАРАНГ НОМОР 4 ТАХУН 2015)**

TESIS

Diajukan guna untuk memperoleh gelar Magister Hukum

Disusun oleh :

ADI PRABOWO SUPRIYONO

NIM. 2308020038

PROGRAM STUDI MAGISTER ИЛМУ ГУКУМ

ФАКУЛЬТАС ГУКУМ

УНИВЕРСИТАС НЕГЕРИ СЕМАРАНГ

2025



**EFEKТИВАС ПЕНЕГАКАН ГУКУМ ПАДА
ПЕРИЗИНАН ПЕНYEЛЕНГГАРААН РЕКЛАМЕ (ПЕРСПЕКТИФ
ПЕРАТУРАН ДАЕРАХ КАБУПАТЕН СЕМАРАНГ НОМОР 4 ТАХУН 2015)**

TESIS

Diajukan guna untuk memperoleh gelar Magister Hukum

Disusun oleh :

ADI PRABOWO SUPRIYONO

NIM. 2308020038

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis dengan judul **"Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)"** disusun oleh Adi Prabowo Supriyono (NIM. 2308020038) telah disetujui oleh Dosen Pembimbing, selanjutnya siap untuk dipertahankan di hadapan Sidang Ujian Tesis Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : *Rabu*

Tanggal : *1 Oktober 2025*

Menyetujui,

Penguji I



Dr. Duhita Driyah Suprapti, S.H., M.Hum.
NIP. 197212062005012002

Penguji II/Pembimbing



Irawaty, S.H., M.H., Ph.D.
NIP. 197706042005012001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum



Dr. Duhita Driyah Suprapti, S.H., M.Hum.
NIP. 197212062005012002

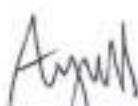
PENGESAHAN KELULUSAN

Tesis dengan judul **“Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)”** disusun oleh Adi Prabowo Supriyono (NIM. 2308020038) telah dipertahankan di depan panitia sidang Ujian Tesis Magister Ilmi Hukum Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 1 Oktober 2025

Pengaji Utama



Dr. Sang Ayu Putu Rahayu, S.H., M.H.
NIP. 197212062005012002

Pengaji I



Dr. Duhita Drivah Suprapti, S.H., M.Hum.

NIP. 197212062005012002

Pengaji II



Irawaty, S.H., M.H., Ph.D.

NIP. 197706042005012001

Mengetahui,



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam Tesis yang berjudul **“Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)”** adalah karya milik saya sendiri dan bukan merupakan milik orang lain. Pendapat atau temuan orang lain yang ada dalam tesis ini dirujuk atau dikutip berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Oktober 2025

Penulis,



Adi Prabowo Suprivono

NIM. 2308020038

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Negeri Semarang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adi Prabowo Supriyono

NIM : 2308020038

Program Studi : Magister Ilmu Hukum (S2)

Fakultas : Hukum

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas tesis saya yang berjudul "**Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)**", bersama dengan perangkat saat ini jika diperlukan. Universitas Negeri Semarang memiliki hak bebas royalti non-eksklusif untuk menyimpan, mengalih media, mengorganisasi, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap menunjukkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : Oktober 2025

Yang menyatakan,



Adi Prabowo Supriyono

NIM. 2308020038

RINGKASAN

Reklame merupakan salah satu media promosi yang memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di suatu daerah sebagai salah satu intrumen penting guna mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui promosi usaha sekaligus sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Namun demikian, reklame berpotensi menimbulkan masalah ketertiban, estetika hingga keselamatan jika tidak dikelola dengan baik. Di Kabupaten Semarang, penyelenggaraan reklame telah diatur melalui Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 termasuk aspek perizinan, penataan dan sanksi. Meskipun telah berusia lebih dari sepuluh tahun, dalam implementasinya masih ditemukan berbagai pelanggaran di lapangan seperti pemasangan reklame tanpa izin, penempatan di lokasi terlarang, hingga lemahnya pengawasan dan penertiban yang menunjukkan adanya permasalahan dalam efektivitas penegakan hukum terkait perizinan penyelenggaraan reklame. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)”. Penelitian ini difokuskan pada tiga instansi utama yang terlibat, yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) selaku pihak yang berwenang dalam penerbitan izin reklame, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagai institusi yang melakukan pengawasan dan penertiban reklame ilegal, serta Inspektorat Daerah yang berperan dalam mengevaluasi kinerja dan pengawasan administrasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan perizinan yang rendah dan masih banyak reklame ilegal yang perlu ditangani.

Dilihat dari teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, penegakan hukum reklame di Kabupaten Semarang terhambat oleh hampir semua faktor antara lain substansi hukum yang meskipun cukup lengkap tetapi kurang adaptif terhadap perkembangan reklame zaman, aparat penegak hukum yang jumlahnya terbatas dan koordinasi yang lemah, sarana atau fasilitas hukum yang tidak memadai, kesadaran hukum masyarakat yang rendah, serta budaya hukum permisif yang menganggap pelanggaran reklame sebagai hal yang wajar. Sementara teori penegakan hukum Lawrence M. Friedman, permasalahan juga terlihat dari tiga komponennya antara lain substansi hukum belum kuat dan kurang responsif, struktur hukum lemah karena keterbatasan kapasitas aparat dan koordinasi, serta budaya hukum yang permisif baik dari masyarakat maupun aparat penegak hukum. Kedua teori pada dasarnya memperlihatkan bahwa masalah utama bukan terletak pada aturan yang ada, tetapi pada lemahnya implementasi, pengawasan, serta kesadaran hukum di masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas penegakan hukum reklame di Kabupaten Semarang masih rendah. Upaya yang dilakukan pemerintah daerah lebih bersifat represif melalui penertiban fisik, tanpa diiringi penegakan sanksi hukum yang konsisten. Kondisi ini menimbulkan pelanggaran berulang dan tidak menumbuhkan efek jera bagi penyelenggara reklame. Rekomendasi yang dihasilkan antara lain perlunya pembaruan aturan agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, peningkatan kapasitas aparat penegak hukum, perbaikan koordinasi antarinstansi, penyediaan sarana yang memadai, serta peningkatan kesadaran hukum masyarakat melalui sosialisasi dan edukasi. Dengan perbaikan tersebut, diharapkan penegakan hukum reklame dapat berjalan lebih efektif, tertib, dan memberikan kontribusi optimal bagi keindahan kota, ketenteraman masyarakat, serta pendapatan daerah. Diharapkan penelitian ini akan membantu para pengambil kebijakan membuat strategi pengaturan reklame yang lebih baik di masa depan.

ABSTRAK

Supriyono, Adi Prabowo. 2025. “Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)”. Tesis Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Irawaty, S.H., M.H., Ph.D.

Kata Kunci: Efektivitas Hukum; Penegakan Hukum; Penyelenggaraan Reklame; Perizinan; Peraturan Daerah

Salah satu tujuan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame adalah sebagai salah satu upaya untuk menjaga kabupaten tersebut tetap menjadi lingkungan kondusif dan nyaman. Di dalam peraturan tersebut diatur hal-hal yang diharapkan dapat mewujudkan tujuan tersebut, antara lain mengenai penempatan dan penataan reklame, perizinan reklame, dan sanksi bagi yang melanggar ketentuan Peraturan Daerah tersebut. Reklame berpotensi tinggi untuk dapat mensejahterakan masyarakat yaitu sebagai media promosi usaha maupun jasa yang terdapat di Kabupaten Semarang termasuk pemasukan pajak daerah yang diterima Pemerintah Kabupaten Semarang. Setelah satu dasawarsa sejak ditetapkannya perda tersebut masih terlihat reklame yang mengganggu kenyamanan lingkungan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) menganalisis implementasi Peraturan Daerah Nomor 4 tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang dan; 2) menganalisis efektivitas hukum izin penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yuridis empiris. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi yang merupakan data primer dari penelitian ini. Sedangkan data sekunder didapat dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, artikel, dan yang relevan. Adapun teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan teknik.

Berdasarkan hasil penelitian, 1.) Proses perizinan, pengawasan, dan penertiban digunakan sebagai implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Pemerintah daerah menetapkan bahwa setiap pemasangan reklame harus diizinkan oleh DPMPTSP setelah memenuhi persyaratan administratif dan teknis. Satpol PP menangani reklame ilegal, dan termasuk yang telah kadaluwarsa. Sedangkan 2.) efektifitas izin penyelenggaraan reklame dari sudut pandang teori efektivitas hukum Prof. Soerjono Soekanto, efektivitas suatu hukum dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya faktor hukumnya sendiri, aparat penegak hukum, sarana atau fasilitas yang mendukung, masyarakat, serta kebudayaan hukum. Dalam konteks ini, lemahnya keahlian aparat, kurangnya koordinasi antar instansi, serta rendahnya kesadaran hukum masyarakat menjadi faktor penghambat utama.

Oleh karena itu, untuk mencapai efektivitas dalam penegakan hukum penyelenggaraan reklame, diperlukan peningkatan kapasitas aparat penegak hukum, perbaikan mekanisme koordinasi, serta upaya penyadaran hukum kepada masyarakat secara berkelanjutan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhamad SAW yang kita nantikan syafaatnya dihari akhir, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan tesis ini. Tesis yang berjudul **“EFEKTIVITAS PENEGAKAN HUKUM PADA PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME (PERSPEKTIF PERATURAN DAERAH KABUPATEN SEMARANG NOMOR 4 TAHUN 2015)”**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis dari program magister ini. Oleh sebab itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu penulis diantaranya:

1. Prof. Dr. S. Martono, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang;
2. Prof. Dr. Ali Masyhar Mursyid, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang;
3. Dr. Duhita Driyah Suprapti, S.H., M.Hum. selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Hukum Universitas Negeri Semarang;
4. Irawaty, S.H., M.H., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan support, motivasi, arahan dan saran dalam penulisan tesis ini;
5. Kedua orangtua dan keluarga besar yang telah memberikan doa serta dukungan kepada saya hingga saya bisa menyelesaikan pendidikan magister ilmu hukum;
6. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Magister Ilmu Hukum UNNES;
7. Seluruh staff pengajar dan tendik prodi Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang

Oleh karena itu, saran, masukan, dan dukungan konstruktif akan sangat berguna untuk memperbaiki penelitian ini. Namun, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi berbagai pihak.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL i

PENGESAHAN KELULUSAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING Error! Bookmark not defined.

PERNYATAAN ORISINALITAS iv

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v

RINGKASAN vi

ABSTRAK viii

KATA PENGANTAR x

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang 1

 1.2 Batasan Masalah 9

 1.3 Rumusan Masalah 9

 1.4 Tujuan Penelitian 10

 1.5 Manfaat Penelitian 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11

 2.1. Penelitian Terdahulu 11

 2.2. Landasan Konseptual 15

 2.2.1. Pemerintah Daerah 15

 2.2.2. Penegakan Hukum 17

 2.2.3. Satuan Polisi Pamong Praja 19

 2.2.4. Penyelenggaraan Reklame 22

 2.2.5. Perizinan 26

 2.3. Landasan Teori 30

 2.3.1. Teori Penegakan Hukum (Lawrence M. Friedman) 30

 2.3.2. Teori Efektifitas Hukum (Prof. Soerjono Soekanto) 36

 2.4. Kerangka Berpikir 39

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian	42
3.3 Fokus Penelitian	43
3.4 Lokasi Penelitian	44
3.5 Sumber Data	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Validitas Data	47
3.8 Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1. Tinjauan Umum Penyelenggaraan Reklame	51
4.1.1. Profil Kabupaten Semarang	51
4.1.2. Profil Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang	55
4.1.3. Profil Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang	58
4.1.4. Tinjauan Umum Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame	60
4.2. Implementasi Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2015.....	62
4.3. Efektifitas Hukum Izin Penyelenggaraan Reklame	75
BAB V PENUTUP	87
5.1. Simpulan.....	87
5.2. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 4.1 Wilayah Administrasi Kabupaten Semarang	44
Tabel 4.2 Izin Penyelenggaraan Reklame 2023 - 2024.....	58
Tabel 4.3 Data Observasi Reklame	61
Tabel 4.4 Data Izin Reklame (DPMPTSP)	64
Tabel 4.5 SDM Satpol PP dan Damkar Kabupaten Semarang	67
Tabel 4.3 Data Peneriban Reklame (Satpol PP).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Peta Kabupaten Semarang.....	43
Gambar 4.2 Susunan Organisasi Satpol PP Damkar Kab. Semarang	48
Gambar 4.3 Susunan Organisasi DPMPTSP Kab. Semarang.....	51
Gambar 4.4 Reklame Jatuh	54

DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian

Lampiran Keputusan Bupati Semarang Nomor 500.16/0399/2024

Sample Pengajuan Izin Penyelenggaraan Reklame

Rekap Penegakan Perda Penyelenggaraan Reklame 2024

Rekap Penegakan Perda Penyelenggaraan Reklame Triwulan I / 2025

Rincian Penegakan Perda Penyelenggaraan Reklame 2024

Form Permohonan Izin Pemasangan Reklame

Form Surat Pertanggungjawaban Penyelenggaraan Reklame

Standar Operasional Izin Penyelenggaraan Reklame

Sample Keputusan Kepala DPMPTSP Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame.

Reklame Jatuh di Kecamatan Ungaran Timur

Reklame Roboh di Kecamatan Tuntang

Penertiban Reklame melanggar bersama PPNS

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, ekonomi dan perdagangan menjadi pilar utama pertumbuhan suatu negara maupun daerah. Jual beli barang dan jasa menghasilkan lapangan kerja baru, pendapatan yang lebih besar, dan perputaran modal yang dinamis di masyarakat. Dengan iklim persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha tidak cukup hanya mengandalkan kualitas produk saja, menarik perhatian konsumen dan memperkenalkan barang atau jasa secara luas menjadi semakin penting seiring dengan pertumbuhan sektor perdagangan.

Dalam situasi seperti ini, promosi menjadi komponen penting dalam mendukung aktivitas perdagangan. Promosi tidak hanya membantu pelanggan potensial memahami produk, tetapi juga menciptakan citra, meningkatkan minat beli, dan, pada akhirnya, mendorong keputusan pembelian. Bentuk dan strategi promosi juga mengalami perkembangan yang signifikan seiring perkembangan zaman dan teknologi.

Salah satu media promosi yang memiliki peranan kuat dalam menjangkau masyarakat luas adalah reklame. Reklame, baik berupa spanduk, baliho, dan billboard berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan secara cepat dan efektif di ruang publik. Reklame merupakan suatu media yang bertujuan menyampaikan informasi tentang barang dan jasa tertentu kepada masyarakat umum. Reklame mampu

meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), meningkatkan minat beli, dan mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian dengan menggunakan media visual yang menarik dan penempatan yang strategis. Sistem komunikasi ini sangatlah penting untuk keberhasilan suatu bisnis dalam memasarkan barang dan jasa (Wirianto, 2010). Undang – Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah Pasal 1 ayat (51) menyebutkan Reklame ialah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu. Tujuan reklame adalah menyampaikan pesan dari penyelenggara reklame, namun untuk orang tertarik terhadap barang dan/ jasa di reklame tersebut dipengaruhi oleh kualitas konten yang terdapat dalam reklame tersebut.

Selain itu, reklame memiliki efek ekonomi yang signifikan pada bisnis dan pemerintah daerah. Untuk bisnis, itu adalah strategi pemasaran yang bagus untuk meningkatkan pangsa pasar, dan bagi pemerintah daerah, itu dapat menghasilkan pendapatan dengan pajak dan retribusi, serta menunjukkan kekuatan ekonomi lokal melalui banyaknya aktivitas promosi.

Penyelenggaraan Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 1 ayat (9) adalah kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan reklame. Penyelenggaraan reklame apabila dikelola dengan baik dapat memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi dan sosial, sebaliknya jika tidak dikelola dengan baik dan tidak tertata maka dapat merusak pemandangan, kenyamanan publik

hingga berpengaruh buruk terhadap kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan reklame tidak hanya menjadi isu ekonomi dan tata kota, tetapi juga menyangkut perlindungan hak asasi manusia dan keberlanjutan lingkungan (Ulfatun Najicha et al., 2020). Menjadi suatu masalah sosial yaitu peningkatan jumlah reklame yang tidak terukur sehingga menurunkan kenyamanan ruang publik. Layanan publik yang lebih baik diberikan oleh sistem pemerintahan daerah yang baik dengan sumber daya aparat yang tepat. Dalam hal ini, pemerintah pusat mengharapkan paradigma positif untuk pelaksanaan pemerintahan daerah, yang berarti bahwa pemerintahan daerah harus menciptakan lingkungan yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian daerah serta meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat (Rodiyah et al., 2018).

Penempatan reklame cenderung memilih lokasi strategis, yaitu ruang kosong yang sering dilalui dan/atau dilihat oleh masyarakat umum, sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh iklan dapat diterima oleh banyak orang. Karena hal tersebut penyelenggaraan reklame harus diatur. Berdasarkan Pasal 18 ayat (2) UUD 1945 yang menyatakan bahwa "Pemerintah daerah mempunyai kewenangan untuk mengatur daerahnya masing-masing," dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 17 telah memberikan kesempatan kepada setiap daerah untuk mengelola dan mengurus pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat dengan kebijakan daerah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

Perkembangan pesat dalam bidang perdagangan lintas negara telah memunculkan tantangan baru yang menuntut respons cepat dan tepat dari setiap negara, termasuk Indonesia. Pergeseran paradigma dalam hukum ekonomi dan tata kelola sumber daya alam pun semakin nyata seiring masuknya pengaruh global dalam sistem nasional. Oleh karena itu, Indonesia harus memperhatikan dan mengantisipasi revolusi perdagangan internasional (Waluyo et al., 2019). Undang - Undang Nomor 23 tahun 2014 Pasal 12 menyatakan bahwa penataan ruang, ketenteraman, ketertiban umum, dan perlindungan masyarakat merupakan Urusan Pemerintahan Wajib yang berkaitan dengan Pelayanan Dasar dan Reklame termasuk dalam Tertib Peran Serta Masyarakat pada Pasal 36 Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 10 tahun 2014 tentang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat. Tujuan diaturnya penyelenggaran reklame berdasar pada Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 pasal 4 yaitu mewujudkan ketertiban dan keindahan lingkungan; serta menjamin adanya kepastian hukum dalam penyelenggaraan reklame.

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah, telah menjadi masalah yang kompleks dan menarik perhatian. Salah satu masalah utama yang dihadapi wilayah ini adalah penyelenggaraan reklame yang tidak teratur dan semrawut. Reklame sering dipasang di tempat strategis seperti persimpangan jalan, jalan protokol, maupun fasilitas umum dan tempat larangan lainnya dengan tidak memperhatikan aturan dan izin yang berlaku sehingga membahayakan keselamatan masyarakat dan pengguna jalan serta mengganggu akses ruang

publik. Ketidakteraturan ini menyebabkan polusi visual yang signifikan serta memberi area kesan kumuh dan tidak teratur karena cenderung meninggalkan sampah visual seperti spanduk yang sudah tidak layak dan rusak. Reklame yang dipasang secara tidak teratur membuat lingkungan yang seharusnya menampilkan keindahan alam menjadi tidak teratur. Selain itu, iklan yang dipasang secara tidak teratur juga berdampak pada kekacauan administrasi yang membebani kerja dinas terkait penertiban dan pengawasan. Suatu baliho yang berada di selatan Jembatan Tuntang hampir roboh pada hari rabu, 02 Maret 2022, di Exit Tol Ungaran yaitu Baliho yang jatuh pada selasa, 25 Februari 2025 serta Banner yang jatuh pada senin dan selasa, 24 dan 25 Maret 2025 sehingga membahayakan masyarakat serta pengguna jalan.

Di Kabupaten Semarang, Penyelenggaraan Reklame diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015. Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 1 ayat (7) merupakan suatu benda, alat, perbuatan, dan/ media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial dan bertujuan memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan dinikmati oleh masyarakat umum. Penyelenggara reklame harus memiliki izin reklame sebagai syarat dan kewajiban administrasi yang nantinya terkait dengan perencanaan, penataan dan pengawasan reklame yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Sehingga penyelenggaraan reklame tidak mengganggu ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat di Kabupaten Semarang.

Dalam hal penyelenggara reklame wajib memiliki izin reklame, perizinan adalah suatu kebijakan pemerintah dan/ pemerintah daerah untuk mengontrol timbulnya dampak negatif dari aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat (Sutedi, 2010). Izin juga merupakan sebuah alat untuk melindungi kepemilikan atau penyelenggaraan bisnis secara hukum. Namun untuk menjadi instrumen pengendalian, perizinan memerlukan rasionalitas dan desain kebijakan yang jelas. Tanpa kedua hal tersebut, perizinan akan kehilangan fungsinya sebagai alat untuk melindungi kepentingan umum dari tindakan yang berdasarkan kepentingan individu. Perizinan Reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 1 ayat (15) adalah proses pelayanan penyelenggaraan reklame permanen dan reklame non permanen untuk memperoleh pengesahan dari Bupati dengan lebih dahulu melengkapi syarat dan kewajiban administrasi yang ditentukan. Sehingga peletakan reklame tersebut berada pada titik reklame yang diperbolehkan terselenggaranya reklame. Penyelenggaraan reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 10 ayat (2) harus memenuhi persyaratan keindahan, kepribadian dan budaya bangsa serta tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, keselamatan, kesusilaan, kesehatan dan sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

Dengan adanya peraturan daerah ini, pemerintah daerah dapat menetapkan kebijakan yang jelas dan efektif untuk meningkatkan pelayanan publik, terutama untuk penyelenggara reklame. Pemerintah Kabupaten Semarang harus menerapkan peraturan yang ada kepada penyelenggara

reklame dengan lebih tegas. Banyak perusahaan iklan atau perorangan di Kabupaten Semarang menggunakan baliho, spanduk dan billboard untuk menampilkan iklan mereka di tempat publik seperti di pinggir jalan dan tempat strategis lainnya.

Praktik di lapangan menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara regulasi dan realitas. Banyak ditemukan reklame non-permanen jenis spanduk tanpa izin, atau tidak sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame yang diselenggarakan di lokasi larangan yang diatur dalam pasal 11 ayat (1) yaitu a.) depan dan lingkungan kantor Pemerintahan; b.) tempat ibadah; c.) museum; d.) rumah sakit dan tempat-tempat pelayanan kesehatan lainnya; e.) lembaga pendidikan formal; f.) tugu batas wilayah kabupaten, tugu pahlawan, tugu identitas kota; g.) bangunan bersejarah; h.) alat pemberi isyarat lalu lintas; i.) jembatan dan badan sungai; j.) pohon-pohon pada turus jalan; dan k.) tiang listrik, tiang telepon dan rambu lalu lintas.

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 20 ayat (1) bahwa Penyelenggaraan reklame wajib memperoleh izin penyelenggaraan reklame dari Bupati. Selanjutnya dalam Peraturan Bupati Semarang Nomor 110 tahun 2021 Pasal (123) bahwa Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) mempunyai tugas membantu Bupati menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang penanaman modal dan tugas pembantuan yang diberikan kepada Daerah. Sehingga kewenangan pemberian izin penyelenggaraan reklame berada pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

(DPMPTSP) Kabupaten Semarang yaitu pada tahun 2024 telah menerbitkan sebanyak 90 (sembilan puluh) izin dan 134 (seratus tiga puluh empat) titik penyelenggaraan reklame. Titik reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 1 ayat (10) adalah tempat dimana bidang reklame didirikan atau ditempatkan. Sedangkan dalam Peraturan Bupati Semarang Nomor 110 tahun 2021 Pasal (116), Satpol PP Damkar Kabupaten Semarang mempunyai tugas membantu Bupati menyelenggarakan sub urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum dan sub urusan bidang kebakaran serta tugas pembantuan yang diberikan kepada Daerah. Sehingga tugas penertiban dan pengawasan penyelenggaraan reklame berada pada Dinas Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang yang telah menertibkan sebanyak 1.123 (seribu seratus dua puluh tiga) reklame pada triwulan pertama tahun 2025. Ketidakefektifan penegakan hukum dikarenakan kurangnya pengawasan, keterbatasan sumber daya, dan minimnya kesadaran hukum baik dari pihak penyelenggara reklame maupun masyarakat. Tantangan utama pada penyelenggaraan reklame adalah rendahnya tingkat penegakan hukum yang dilakukan dalam mengawasi penyelenggaraan reklame dan pemberian sanksi yang tegas kepada penyelenggara reklame yang melanggar. Kesadaran masyarakat dan pelaku usaha terhadap perizinan reklame masih rendah. Masyarakat sering kali tidak terlibat aktif dalam mengawasi pelanggaran reklame, kecuali jika dampaknya langsung terasa pada individu tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa lingkungan hidup, sebagai warisan alam,

sangat penting untuk kelangsungan hidup makhluk bumi, termasuk manusia (Nurmardiansyah, 2015).

Berdasarkan uraian tersebut maka disusunlah penulisan tesis dengan judul **“Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)”**

1.2 BATASAN MASALAH

Penelitian efektifitas Penegakan Hukum pada perizinan penyelenggaraan reklame (perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015) pada periode 2023 – 2024 di Kabupaten Semarang.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, fokus permasalahan yang akan dikaji oleh penulis dalam thesis ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi pengaturan izin penyelenggaraan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame?
2. Bagaimana efektifitas hukum izin penyelenggaraan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 di Kabupaten Semarang?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis implementasi pengaturan izin penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang.
2. Untuk menganalisis efektivitas hukum izin penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Dalam penulisan penelitian ini dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan akademis di bidang ilmu hukum guna memberikan pemahaman menggunakan Teori Efektifitas Hukum oleh Prof. Dr. Soerjono Soekanto terhadap efektifitas penegakan hukum pada perizinan penyelenggara reklame perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang nomor 4 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembuktian kepada Pemerintah Kabupaten Semarang atas efektifitas penegakan hukum pada perizinan penyelenggara reklame perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 guna terciptanya ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat di Wilayah Kabupaten Semarang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. PENELITIAN TERDAHULU

Pada penelitian ini, penulis mengangkat permasalahan yang bersifat baru dan asli, oleh karena itu untuk mengukur keaslian penelitian ini perlu adanya pembanding dengan penelitian sebelumnya. Berikut daftar penelitian yang dijadikan pembanding, antara lain:

1. Tesis Mariana (2023) dengan judul “Pelaksanaan Penertiban Reklame Di Kota Bandung Oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung dihubungkan dengan Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 11 Tahun 2005 tentang Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan”. Hasil dari penelitian ini yakni pelaksanaan penertiban reklame oleh Satpol PP Kota Bandung belum optimal dikarenakan kurangnya jumlah personal serta sarana dan prasarana yang mendukung.
2. Artikel Albar Prasty Nugraha, Hananto Widodo (2020) dengan judul “Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Izin Reklame di Kota Surabaya”. Metode penelitian yang digunakan Yuridis-sosiologis dengan Teknik analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini yaitu koordinasi antara Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) dengan Satpol PP Kota Surabaya tidak maksimal sehingga berimbas pada kerugian penyelenggara reklame yang telah memperpanjang izinnya namun mengalami pembongkaran. Artikel ini dimuat dalam Novum Jurnal Hukum Volume 7 Nomor 3.

3. Artikel Anisah Daeng Tarring (2022) dengan judul “Carut-Marut Izin Pemasangan Reklame di Kota Makassar”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni empiris dengan mengkaji hukum secara normatif dan mengamati proses bekerjanya hukum. Penelitian tersebut mengkaji terkait efektifitas izin usaha pemasangan reklame di Kota Makassar yang tidak tertib dalam pelaporan izin pemasangan iklannya di Kota Makassar yang dipengaruhi oleh Makassar yang pertama yaitu faktor substansi hukum, faktor struktur hukum, dan faktor kesadaran hukum. Artikel ini dimuat dalam Jurnal Litigasi Amsir (JULIA) Volume 9 Nomor 2.
4. Artikel Ronaldo Ameta Putra Tari, Saryono Yohanes, dan Hernimus Ratu Udju (2023) dengan judul “Pelaksanaan Fungsi Polisi Pamong Praja Dalam Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Reklame Tanpa Ijin Di Kota Kupang”. Metode penelitian yang digunakan ini yaitu yuridis-empiris dengan tujuan mendeskripsikan hal pokok yang berkaitan dengan penegakan hukum serta faktor penghambat Satpol PP Kota Kupang terhadap pemasangan reklame tanpa izin di Kota Kupang. Artikel ini dimuat dalam Artemis Law Journal Volume 1 Nomor 1.
5. Artikel Azizah Nur Maulida Anshori, Arin Nadhifatis Silfiyah, Ahmad Heru Romadhon, dan Sylvia Mufarrochah (2024) dengan judul “Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Papan Reklame Liar Di Kabupaten Sidoarjo”. Metode penelitian yang digunakan yaitu yuridis-empiris dengan narasumber Polisi Pamong Praja Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo. Hasil dari penelitian tersebut bahwa penertiban reklame tanpa izin tidak berjalan efektif karena penertiban yang

dilakukan oleh Satpol PP Kabupaten Sidoarjo hanya yang bersifat insidentil dan laporan dari perangkat daerah. Artikel ini dimuat dalam Jurnal Reformasi Hukum Volume 7 Nomor 1.

6. Artikel Diaz Angger Novarizhendy Putra, Dyah Listyarini, Wenny Megawati (2024) dengan judul “Penegakan Hukum Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kendal Oleh Satuan Poisi Pamong Praja”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode normatif-empiris. Hasil dari penelitian tersebut yaitu penegakan hukum penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kendal efektif dengan menggunakan tindakan preventif, hingga pengenaan sanksi. Artikel ini dimuat dalam Jurnal Wajah Hukum Volume 8 Nomor 1.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Mariana Pelaksanaan Penertiban Reklame Di Kota Bandung Oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Bandung dihubungkan dengan Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 11 Tahun 2005 tentang Ketertiban, Kebersihan, dan Keindahan 2023	Penelitian tersebut mengkaji penegakan hukum penyelenggaraan reklame	Objek penelitian ini adalah faktor penunjang dan penghambat dalam penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Bandung
2.	Albar Prasty Nugraha, Hananto Widodo Penegakan Hukum	Penelitian tersebut mengkaji terkait penegakan hukum serta untuk upaya	Objek penelitian ini adalah kendala penegakan hukum serta untuk upaya

	Terhadap Pelanggaran Izin Reklame di Kota Surabaya 2020	Pemerintah daerah mengoptimalkan penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame	yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengoptimalkan penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame
3.	Anisah Daeng Tarring Carut-Marut Izin Pemasangan Reklame di Kota Makassar 2022	Penelitian tersebut mengkaji terkait efektifitas izin penyelenggaraan reklame	Objek penelitian ini adalah penyelenggaraan reklame di Kota Makassar belum efektif dikarenakan: 1. Faktor Substansi Hukum 2. Faktor Struktur Hukum 3. Faktor Kesadaran Hukum
4.	Ronaldo Ameta Putra Tari, Saryono Yohanes, Hernimus Ratu Udju Pelaksanaan Fungsi Pol PP Dalam Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Reklame Tanpa Ijin di Kota Kupang 2023	Penelitian tersebut mengkaji terkait penegakan hukum yang dilakukan oleh petugas dalam penertiban reklame	Objek penelitian ini adalah petugas Satpol PP Kota Kupang dalam upaya melakukan penertiban reklame di Kota Kupang
5.	Azizah Nur Maulida Anshori, Arin Nadhifatis Silfiyah, Ahmad Heru Romadhon, Sylvia Mufarrochah Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Papan Reklame Liar di Kabupaten Sidoarjo 2024	Penelitian tersebut terkait penertiban reklame tanpa izin yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja	Tidak seperti yang diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 81 Tahun 2017, penertiban reklame tanpa izin yang dilakukan oleh Satpol PP Kabupaten Sidoarjo masih terbatas pada penertiban reklame insidentil sesuai Pasal 22 ayat 2. Penertiban reklame tanpa izin tidak efektif karena harus menunggu

			laporan/permohonan dari perangkat daerah lainnya
6.	<p>Diaz Angger Novarizhendy Putra, Dyah Listyarini, Wenny Megawati</p> <p>Penegakan Hukum Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kendal Oleh Satuan Poisi Pamong Praja</p> <p>2024</p>	<p>Penelitian tersebut terkait penegakan hukum yang dilakukan oleh Satpol PP</p>	<p>Penegakan hukum yang dilakukan oleh Satpol PP Kabupaten Kendal terhadap Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 melalui tindakan preventif, pengenaan sanksi dan upaya mengatasi pemasangan reklame di Kabupaten Kendal.</p>

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu yang telah penulis uraikan, penulis menyimpulkan tujuan penelitian ini, pertama untuk mendeskripsikan penegakan hukum penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang. Dan kedua, untuk menganalisa efektifitas hukum izin penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang, Dengan demikian penelitian yang berjudul “Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015)” tidak ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Sehingga penelitian ini tidak ada unsur penjiplakan dan sepenuhnya merupakan karya penulis sendir

2.2. LANDASAN KONSEPTUAL

2.2.1. Pemerintah Daerah

Sebagai bagian dari pemerintahan daerah, kepala daerah memimpin urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom (Moenta & Pradana, 2018). Prinsip pemerintahan yang baik (*good governance*) harus diterapkan saat menjalankan tugas

pemerintahan. Karena Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015, menetapkan bahwa pemerintahan daerah memiliki hak, wewenang, dan kewajiban untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rasa cemburu terhadap perbedaan sosial menyebabkan perpecahan bangsa, seperti yang ditunjukkan oleh gerakan separatis yang ingin meninggalkan Indonesia. Pemerintah kemudian menciptakan konsep otonomi daerah sebagai upaya untuk mengatasi kesenjangan sosial. Otonomi daerah memungkinkan daerah tersebut untuk mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan (Rodiyah et al., 2020).

Otonomi daerah adalah suatu esensi pemerintahan desentralisasi. Istilah "otonomi" berasal sendiri berasal dari dua kata Yunani yaitu "autos", yang berarti "sendiri", dan "nomos", yang berarti "undang-undang." Sehingga membuat perundang-undangan sendiri (*zelfwetgeving*) adalah definisi dari otonomi, tetapi seiring berjalannya waktu, konsep otonomi daerah juga mencakup *selfbestuur* (pemerintah sendiri), selain dari mengandung arti *zelfwetgeving* (membuat perundang-undangan sendiri). C.W. Van Der Pot menganggap otonomi daerah sebagai suatu *Eigen Huishouding*, atau menjalankan rumah tangganya sendiri (Huda, 2009).

2.2.2. Penegakan Hukum

Penegakan hukum adalah bagian penting dari sistem hukum yang bertujuan untuk memastikan bahwa hukum dipatuhi dan diterapkan sebagaimana mestinya dalam kehidupan masyarakat. Secara umum, penegakan hukum adalah proses mewujudkan konsep keadilan, kepastian hukum, serta kemanfaatan sebagaimana yang dikehendaki oleh undang-undang dalam kehidupan bermasyarakat.

Penegakan hukum, menurut Soerjono Soekanto, adalah upaya untuk menciptakan keteraturan dan keadilan dalam kehidupan sosial melalui penyelarasan nilai-nilai yang terkandung dalam kaidah hukum dengan perilaku nyata (Soekanto, 2013). Isi hukum tidak hanya menjadi dasar proses ini; itu juga melibatkan peran institusi penegak hukum seperti polisi, kejaksaan, dan pengadilan, serta peran masyarakat sebagai subjek hukum. Penegakan hukum, menurut Satjipto Rahardjo, adalah proses mewujudkan keinginan-keinginan hukum menjadi kenyataan. Keinginan hukum yang dimaksud tidak lain adalah ide-ide badan pembuat undang-undang yang ditetapkan dalam undang-undang tersebut (Rahardjo, 1983). Sedangkan menurut Jimly Asshiddiqie Penegakan Hukum dalam arti sempit yaitu penegakan hukum mencakup penindakan terhadap setiap pelanggaran atau penyimpangan terhadap peraturan perundang-undangan dan dalam arti luas berarti menerapkan hukum dan mengambil tindakan terhadap setiap pelanggaran atau penyimpangan hukum yang

dilakukan oleh subjek hukum, baik melalui proses peradilan, proses arbitrase, dan mekanisme penyelesaian (Asshiddiqie, 2006).

Secara umum, penegakan hukum dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu: Penegakan hukum preventif berarti mencegah pelanggaran hukum melalui penyuluhan, sosialisasi, dan pengawasan serta Penegakan hukum represif berarti tindakan yang diambil setelah pelanggaran terjadi dan dilakukan melalui proses penyidikan, penuntutan, dan peradilan untuk menjatuhkan sanksi kepada subjek yang melakukan pelanggaran.

Prinsip-prinsip kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan merupakan inti dari penegakan hukum. Kepastian hukum memberikan dasar bahwa hukum harus ditegakkan secara konsisten. Keadilan berarti semua orang harus dilayani dengan setara di hadapan hukum. Namun, kemanfaatan memastikan bahwa hukum benar-benar bermanfaat bagi masyarakat.

Namun demikian, dalam kehidupan nyata, penegakan hukum sering dihadapkan pada berbagai masalah. Ini termasuk intervensi politik, sumber daya yang terbatas, kurangnya kesadaran hukum masyarakat, dan tumpang tindih regulasi. Penegakan hukum di negara berkembang sering dikritik karena tidak berjalan dengan baik, terutama ketika ada perbedaan dalam akses ke keadilan antara kelompok yang kuat secara ekonomi dan politik; dan kelompok masyarakat biasa (Rahardjo, 1980). Penegakan hukum yang efektif memerlukan sistem hukum yang baik, aparat penegak hukum yang

profesional dan berintegritas, dan partisipasi masyarakat yang aktif. Seiring dengan peningkatan demokrasi dan keterbukaan informasi, penegakan hukum juga perlu menjadi lebih transparan dan akuntabel.

Selanjutnya yang berwenang dalam penegakan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 yaitu Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) bersama Satpol PP yang memiliki tugas penegakan peraturan daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) yang berwenang memberikan izin penyelenggaraan reklame, dan Inspektorat Daerah yang berwenang dalam pengawasan proses pemberian izin penyelenggaraan reklame.

2.2.3. Satuan Polisi Pamong Praja

Sejak dilahirkan pada tanggal 05 Maret 1950, Satuan Polisi Pamong Praja telah mengalami berbagai perubahan nama. Berdasarkan Undang - Undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok – Pokok Pemerintahan di Daerah, sebelumnya yaitu *Kesatuan Pagar Praja* dirubah menjadi Satuan Polisi Pamong Praja. Menurut Pasal 148 Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, Polisi Pamong Praja ditetapkan sebagai organisasi perangkat pemerintah daerah untuk melaksanakan tugas desentralisasi yang memiliki tugas dan fungsi pokok dalam menegakkan peraturan daerah dan peraturan kepala daerah, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat serta penyelenggaraan perlindungan masyarakat.

Ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah merupakan urusan wajib pemerintah daerah yang berkaitan dengan pelayanan dasar. Salah satu hal yang harus diketahui adalah bahwa upaya ketertiban dan ketenteraman yang dilakukan bertujuan untuk menciptakan ketenteraman dan meningkatkan kekuatan masyarakat dalam menangkal, mencegah, dan menanggulangi pelanggaran hukum serta gangguan lainnya yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan. Pemerintah telah melakukan banyak hal untuk mencapai tujuan tersebut. Termasuk di dalamnya membangun aparat pemerintah yang bekerja untuk kepentingan negara dan masyarakat. Ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat adalah kondisi pemerintah dan masyarakat dapat melaksanakan kegiatannya dengan nyaman tanpa adanya gangguan yang berasal dari eksternal.

Satuan Polisi Pamong Praja adalah bagian dari pemerintah yang paling penting dalam menjaga amanat Peraturan Daerah dan memiliki hubungan langsung dengan masyarakat. Selain itu, Satuan Polisi Pamong Praja bertanggung jawab atas penyusunan dan pelaksanaan kebijakan penyelenggaraan pemerintah daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat sangat dibutuhkan oleh pemerintah maupun masyarakat itu sendiri. Satuan Polisi Pamong Praja bekerja sama dengan lembaga penegak hukum lainnya seperti Polisi dan TNI maupun organisasi lainnya dalam menjaga ketertiban umum dan

ketentraman masyarakat ini. Dengan terselenggaranya ketertiban umum dan ketentraman masyarakat secara dinamis, maka pembangunan yang berkelanjutan akan membantu mencapai tujuan negara, yaitu membangun masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Akibatnya, jika tugas Satuan Polisi Pamong Praja dilaksanakan dengan baik, pemerintah dan masyarakatnya dapat melaksanakan aktivitasnya secara aman, tentram, tertib, dan teratur, yang pada gilirannya akan mendorong stabilitas nasional.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang memberikan tugas penegakan peraturan daerah dan peraturan kepala daerah, penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat serta perlindungan masyarakat kepada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yaitu Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran (Satpol PP Damkar) Kabupaten Semarang yang dipimpin oleh Pejabat Pimpinan Tinggi Pratama yaitu PNS eselon II.

Walaupun penyelenggaraan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat sudah diterapkan di Kabupaten Semarang, namun belum maksimal dikarenakan masih banyak pelanggaran Perda serta laporan, keluhan, maupun kritik dari masyarakat terkait kinerja Polisi Pamong Praja dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya.

2.2.4. Penyelenggaraan Reklame

Penyelenggaraan berasal dari kata “selenggara” yang menurut kamus bahasa yaitu mengurus atau mengusahakan sesuatu; melakukan atau melaksanakan; mengadakan; mengatur; dan mengurus. Sehingga penyelenggaraan memiliki arti yaitu proses, cara, ataupun perbuatan menyelenggarakan, atau pemeliharaan. Sedangkan reklame menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah suatu informasi kepada masyarakat umum tentang barang dagangan dan atau jasa yang dikemas dengan kata-kata dan gambar yang menarik sehingga dapat diterima oleh masyarakat luas. Sedangkan reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame Pasal 1 ayat (7), Reklame adalah suatu benda, alat, perbuatan, dan atau media yang bentuk dan corak maupun ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan /atau dinikmati oleh umum. Menurut pendapat lain, reklame adalah jenis media visual yang memanfaatkan gambar dan tulisan yang diolah untuk menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat. Tujuan pembuatan iklan adalah untuk memberikan informasi kepada khalayak tentang produk, jasa, atau hal lain dengan cara yang menarik (Permana, 2019).

Maka dari pengertian-pengertian diatas reklame adalah suatu karya yang berupa media yang termuat pesan dengan tujuan ajakan

dan menarik perhatian masyarakat umum secara komersial terhadap barang dan atau jasa yang ditawarkan yang termuat dalam pesan di media tersebut. Reklame terdiri dari berbagai macam jenisnya, berikut adalah macam-macam reklame :

a. Reklame Papan Nama (*Shopsign*)

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, fiberglas, mika, kaca, batu logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan yang bertujuan memperkenalkan nama toko dan lain-lain.

b. Reklame Papan (*Billboard*)

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, kertas, plastik, fiberglass, mika plastik, kaca, batu logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenis yang berbentuk lampu pijar atau alat lain yang bersinar dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) permanen yang bertujuan memperkenalkan produk.

c. Reklame Videotron / Megatron

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan alat elektronik audio visual berupa pesawat pemancar yang menampilkan beberapa gambar/ naskah reklame secara sendiri-sendiri.

d. Reklame Kain / Spanduk dan sejenisnya

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain (spanduk dan umbul-umbul).

e. Reklame Baliho

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, kertas, plastik, fiberglass, mika plastik, kaca, batu, logam, alat penyinar atau bahan lain yang sejenisnya yang berbentuk lampu pijar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) tidak permanen (jangka pendek).

f. Reklame Melekat / Stiker / Poster

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dipasang, digantungkan, pada suatu benda milik pribadi atau prasarana umum atau reklame yang dituliskan atau digambarkan dengan menggunakan cat atau sesuatu pewarna pada sesuatu bentuk fisik baik dinding maupun pohon dengan tujuan untuk promosi suatu produk tertentu.

g. Reklame Selebaran

Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempatkan atau dilekatkan pada benda lain.

h. Reklame Berjalan

Reklame yang berpindah dari lokasi satu ke lokasi lain dengan suara atau tidak bersuara termasuk reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan bermotor yang perusahaan dan / atau perwakilannya berdomisili di wilayah daerah.

i. Reklame Udara

Reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan balon gas pesawat atau alat lain yang sejenis sehingga reklame tersebut melayang di udara.

j. Reklame Apung

Reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan balon gas pesawat atau alat lain yang sejenis sehingga reklame tersebut terapung di air.

k. Reklame Film (*Slide*)

Reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis sebagai alat untuk diproyeksikan dan diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan/ atau diperagakan melalui pesawat televisi.

l. Reklame Suara

Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.

m. Reklame Peragaan

reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

n. Reklame Sign Net

reklame jenis Papan yang diselenggarakan secara berjajar di lokasi bukan persil dengan jumlah lebih dari satu dan memiliki elevasi rendah.

o. Reklame Neon Box

reklame yang diselenggarakan menggunakan kontruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan didalamnya dan memiliki rancangan atau design khusus dengan mengedepankan aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai asesoris.

Selanjutnya penyelenggara reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 1 ayat (8) yaitu pemilik reklame baik berbadan hukum atau perseorangan, pemilik produk atau perusahaan jasa periklanan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau pihak lain yang menjadi tanggungannya. Sehingga seluruh aktifitas yang berkaitan dengan reklame disebut sebagai penyelenggaraan reklame antara lain perencanaan, penyediaan, pemasangan, pengelolaan, pemeliharaan hingga pencabutan reklame yang dilakukan oleh pribadi, badan hukum maupun pemerintah.

2.2.5. Perizinan

a. Pengertian perizinan

Tidak mudah memberikan definisi izin karena para pakar tidak setuju, masing-masing melihat objek dari perspektif mereka sendiri, dan banyak definisi yang berbeda (HR, 2011). Sebelum

memberikan beberapa definisi izin (*verguning*) dari para pakar, terlebih dahulu disebutkan beberapa istilah lain, yaitu dispensasi, konsesi, dan lisensi. Keputusan yang dibuat oleh pemerintah yang membebaskan suatu tindakan dari kekuasaan peraturan yang menghalanginya disebut dispensasi. Menurut WF. Prins, dispensasi adalah tindakan pemerintah yang membuat undang-undang tidak berlaku untuk hal-hal tertentu. Suatu izin yang memberikan hak untuk menjalankan suatu bisnis dikenal sebagai lisensi. Jenis izin yang memberikan izin kepada seseorang untuk menjalankan bisnis dengan cara khusus atau istimewa dikenal sebagai lisensi. Meskipun konsesi adalah izin yang melibatkan pekerjaan yang besar dengan banyak kepentingan umum, pemerintah sebenarnya bertanggung jawab atas pekerjaan tersebut. Namun, pemerintah memberikan hak penyelenggaraan tersebut kepada pemegang izin, yang bukan pejabat pemerintah (HR, 2011). Pada umumnya, pasal undang-undang yang bersangkutan menyatakan bahwa tidak boleh memasuki area atau lokasi ini tanpa izin, selanjutnya larangan tersebut diikuti dengan syarat dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemohon untuk mendapatkan dispensasi dari larangan tersebut serta ditetapkan prosedur atau petunjuk pelaksanaan kepada pejabat administrasi negara yang bersangkutan yang memiliki wewenang untuk melaksanakannya (Utrecht, 1957). Sehingga Perizinan Reklame menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 1 ayat (15) yaitu proses pelayanan

penyelenggaraan reklame permanen dan reklame non permanen untuk memperoleh pengesahan dari Bupati dengan lebih dahulu melengkapi syarat dan kewajiban administrasi yang ditentukan.

b. Sifat izin

Pada dasarnya, izin merupakan keputusan yang dibuat oleh pejabat atau badan tata usaha negara yang berwenang, dan isi dari keputusan tersebut harus memenuhi syarat-syarat berikut (Sutedi, 2010) :

1) Izin bersifat bebas

Izin bersifat bebas adalah keputusan tata usaha negara yang tidak terikat pada aturan dan hukum tertulis, dan organ yang berwenang untuk memberikan izin memiliki banyak kebebasan dalam pemberian izin.

2) Izin bersifat terikat

sebagai keputusan tata usaha negara yang diatur oleh hukum tertulis dan tidak tertulis.

3) Izin bersifat menguntungkan

Merupakan izin yang isinya bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

4) Izin bersifat memberatkan

Merupakan izin yang berisi unsur-unsur yang merugikan dalam bentuk peraturan yang berkaitan dengannya.

5) Izin segera berakhir

Merupakan izin untuk tindakan yang akan segera berakhir dan atau izin dengan masa berlaku yang relatif singkat.

6) Izin berlangsung lama

Merupakan izin yang berkaitan dengan tindakan yang berakhirnya atau masa berlakunya relatif lama.

7) Izin bersifat pribadi

Merupakan izin yang isinya bergantung pada kualitas atau sifat individu yang memohonnya.

8) Izin bersifat kebendaan

Merupakan izin yang isi tergantung pada jenis dan tujuan izin, seperti izin HO, SITU, dan sebagainya.

c. Fungsi dan tujuan izin

Izin sebagai alat hukum yang digunakan oleh pemerintah untuk mendorong warga untuk mengikuti arahan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam fungsinya sebagai alat, izin berfungsi sebagai ujung tombak alat hukum yang berfungsi untuk memimpin, merancang, dan membangun masyarakat yang adil dan makmur. Ini menunjukkan bahwa kita dapat mengetahui bagaimana gambaran masyarakat yang adil dan makmur terbentuk melalui izin. Ini menunjukkan bahwa persyaratan-persyaratan yang terkandung dalam izin berfungsi sebagai pengendali dalam penggunaan izin itu sendiri. Jika izin dapat digunakan sebagai alat untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur sebagaimana yang digariskan

dalam alinea keempat Pembukaan UUD 1945, maka pengaturan izin ini harus diatur dengan sebaik mungkin. Menurut Prajudi Atmosudirdjo, izin dapat digunakan untuk menertibkan masyarakat dalam konteks hukum kontemporer (HR, 2011).

Tujuan izin tergantung pada situasi. Tujuan izin ini berbeda-beda karena berbagai peristiwa yang terjadi, yang dapat digambarkan sebagai berikut (HR, 2011) :

- 1) Keinginan untuk mengontrol (mengendalikan "*sturen*") aktivitas tertentu, seperti pemberian izin bangunan;
- 2) Keinginan untuk mencegah bahaya bagi lingkungan, seperti memberikan izin lingkungan;
- 3) Keinginan untuk melindungi objek tertentu, seperti memberikan izin terbang dan membongkar monumen;
- 4) Keinginan untuk membagi benda-benda yang sedikit, seperti memberikan izin kepada penduduk di daerah padat penduduk;
- 5) Keinginan untuk memilih orang dan aktivitas, seperti memberikan izin tertentu.

2.3. LANDASAN TEORI

2.3.1. Teori Penegakan Hukum (Lawrence M. Friedman)

Penegakan hukum adalah upaya aparat yang dilakukan untuk menjamin kepastian hukum, ketertiban, dan perlindungan hukum di era modernisasi dan globalisasi. Hal ini dapat dicapai hanya jika berbagai aspek kehidupan hukum selalu menjaga keselarasan dan

keselarasan antara moralisasi sipil yang didasarkan pada nilai-nilai aktual yang ada di masyarakat. Penegakan hukum pidana harus dilihat sebagai sistem peradilan pidana karena merupakan proses yang melibatkan berbagai pihak, termasuk masyarakat, untuk mencapai tujuan (Reksodiputro, 1994).

Lawrence M. Friedman menyatakan bahwa efektifitas dan keberhasilan penegakan hukum bergantung pada tiga komponen sistem hukum yaitu struktur hukum (*law structure*), substansi hukum (*law substance*), dan budaya hukum (*legal culture*). Struktur hukum mencakup aparat penegak hukum, substansi hukum mencakup perangkat perundang-undangan sedangkan budaya hukum adalah hukum yang hidup (*living law*) yang dianut oleh masyarakat (Friedman, 2019). Berikut ini adalah penjelasan Lawrence M. Friedman :

a. Struktur Hukum

Struktur Hukum menurut Lawrence M. Friedman yaitu :

“To begin with, the legal system has the structure of a legal system consist of elements of this kind: the number and size of courts; their jurisdiction ...Structure also means how the legislature is organized ...what procedures the police department follow, and so on. Structure, in way, is a kind of crosss section of the legal system...a kind of still photograph, with freezes the action.”

Jumlah dan ukuran pengadilan, yurisdiksinya (termasuk jenis kasus yang dapat mereka periksa), dan prosedur naik banding dari pengadilan ke pengadilan lainnya adalah komponen struktur sistem hukum. Struktur juga mencakup bagaimana badan legislatif diatur, aturan presiden tentang tindakan yang boleh dan tidak boleh

dilakukan, prosedur yang diikuti oleh kepolisian, dan sebagainya. Oleh karena itu, struktur, atau legal structure, terdiri dari lembaga hukum yang berfungsi untuk menjalankan perangkat hukum yang sudah ada.

Struktur adalah pola yang menunjukkan tentang bagaimana hukum dijalankan menurut ketentuan-ketentuan formalnya. Struktur ini menunjukkan cara pengadilan, pembuat hukum, lembaga, dan proses hukum bekerja (Marzuki, 2005). Kepolisian, Kejaksaan, Pengadilan, dan Badan Pelaksana Pidana (Lapas) adalah bagian dari struktur hukum yang diatur oleh UU No. 8 Tahun 1981. Undang-undang menjamin kewenangan lembaga penegak hukum. Jadi, dia tidak terpengaruh oleh kekuasaan pemerintah dan faktor lain dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Terdapat maksim yang menyatakan “*fiat justitia et pereat mundus*” meskipun dunia ini runtuhan hukum harus tetap tegak (Friedman, 2019).

Tidak peduli seberapa baik peraturan perundang-undangan, keadilan hanyalah angan-angan jika aparat penegak hukum tidak kuat. Pentingnya mentalitas aparat penegak hukum menyebabkan proses penegakkan hukum terhambat. Tidak transparansi dalam proses rekrutmen, kurangnya pemahaman agama, dan masalah ekonomi adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi mentalitas aparat penegak hukum. Ini menunjukkan bahwa elemen penegak hukum memainkan peran penting dalam menjalankan

hukum. Masalah akan muncul jika peraturan baik tetapi penegak hukum buruk. Demikian juga, jika peraturan buruk sedangkan penegak hukum baik, masalah masih bisa muncul.

b. Substansi Hukum

Substansi Hukum menurut Lawrence M. Friedman yaitu :

“The Substance is composed of substantive rules and rules about how institutions should behave. Bye this meant the actual rules, norm and behavioral patterns of people inside the system, the stress here is on living law, not just rules in law books.” (Friedman, 2017)

Komponen sistem hukum lainnya adalah substansinya. Menurut teori Lawrence M. Friedman, sistem substansial ini berfungsi untuk menentukan apakah hukum itu dapat diterapkan atau tidak. Substansi juga dapat merujuk pada produk yang dibuat oleh anggota sistem hukum, yang mencakup aturan baru dan keputusan yang mereka buat. Substansi juga mencakup hukum yang masih berlangsung, bukan hanya aturan yang ditemukan dalam kitab undang-undang. Hukum adalah undang-undang yang tertulis, sedangkan peraturan yang tidak tertulis bukan hukum. Ini berlaku untuk negara yang masih menganut sistem hukum sipil atau Eropa Kontinental (meskipun beberapa negara juga menganut sistem hukum konvensional atau Anglo Saxon). Sistem ini berdampak pada sistem hukum Indonesia. Salah satu efeknya adalah adanya asas legalitas dalam KUHP Pasal 1 menyatakan bahwa "tidak ada suatu perbuatan pidana yang dapat dihukum jika tidak ada aturan yang mengaturnya." Ini menentukan apakah suatu

perbuatan dapat dikenakan sanksi hukum jika telah mendapatkan pengaturan dalam undang-undang. Substansi hukum mencakup aturan, standar, dan praktik perilaku manusia yang ada dalam sistem tersebut. Oleh karena itu, substansi hukum mencakup undang-undang yang berlaku yang memberikan kekuatan hukum dan berfungsi sebagai pedoman bagi aparat penegak hukum.

c. Budaya Hukum

Budaya Hukum menurut Lawrence M. Friedman yaitu :

“The legal culture,system their belief,values,ideas and expectation. Legal culture refres,to those ports of general culture customs,opinions ways of doing and thinking that bend social forces toward from the law and in particular ways. In other word,is the climinate of social thought and social force wicch determines how law is used,avoided,or abused.”

Kultur hukum adalah sikap manusia terhadap hukum dan sistem hukum, termasuk sikap aparat penegak hukumnya. Tanpa dukungan masyarakat dan orang-orang dalam sistem, penegakan hukum tidak akan berhasil. Hukum sebagai alat untuk mengubah masyarakat atau rekayasa sosial hanyalah ide-ide yang ingin diwujudkan oleh hukum itu sendiri. Untuk memastikan fungsi hukum sebagai rekayasa masyarakat yang lebih baik, bukan hanya perlu ada hukum dalam bentuk aturan, tetapi juga perlu ada jaminan bahwa aturan tersebut diterapkan dalam praktik hukum, atau penegakan hukum yang efektif (Fuady, 2010). Jadi, hukum bukan hanya tugas perundang-undangan, tetapi juga tindakan birokrasi pelaksanaan (Soekanto, 1982).

Menurut Lawrence M. Friedman, kultur hukum adalah sikap manusia terhadap hukum dan sistem hukum, termasuk kepercayaan, nilai, pemikiran, dan harapan mereka. Bagaimana hukum digunakan, dihindari, atau disalahgunakan menentukan kultur hukum. Kesadaran hukum masyarakat terkait dengan budaya hukum. Semakin tinggi kesadaran hukum masyarakat, semakin baik budaya hukum, yang memiliki kemampuan untuk mengubah cara masyarakat berpikir tentang hukum. Secara sederhana, salah satu cara untuk mengukur bagaimana hukum berfungsi adalah dengan menilai seberapa baik masyarakat mengikuti hukum.

Sajipto Rahardjo sependapat dengan M. Friedman, bahwa pembicaraan tentang hukum pada dasarnya bergantung pada asas-asas paradigma hukum, yang terdiri dari fundamental hukum dan sistem hukum. Sistem hukum mencakup substansi, struktur, dan kultur hukum, sedangkan beberapa fundamental hukum termasuk legislasi, penegakan, dan peradilan. Kesemuanya itu sangat memengaruhi bagaimana hukum berfungsi. Dari beberapa definisi tersebut, kita dapat mengatakan bahwa berfungsinya hukum menunjukkan bahwa hukum telah mencapai tujuannya, yaitu melindungi masyarakat dalam pergaulan hidup. Selain itu, efektivitas hukum ditentukan oleh seberapa tinggi kepatuhan masyarakat terhadap hukum.

2.3.2. Teori Efektifitas Hukum (Prof. Soerjono Soekanto)

Efektivitas dapat didefinisikan sebagai keberhasilan terhadap pencapaian tujuan yang ditetapkan dan selalu dikaitkan dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dan hasil yang dicapai. Efektivitas juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan pelaksanaan tugas, fungsi, ataupun kegiatan dari pada suatu organisasi atau sejenisnya tanpa mengalami tekanan atau ketegangan saat melakukannya. Karena itu, kesimpulannya adalah efektivitas ialah ukuran antara apa yang diharapkan dengan apa yang telah dicapai (Sibuea, 2016). Sehingga untuk mengetahui apakah suatu peraturan berhasil atau tidak dalam mencapai tujuan, peraturan tersebut diukur dengan melihat bagaimana hal itu berdampak pada perubahan sikap dan perilaku dalam masyarakat (Friedman, 2018).

Hal tersebut adalah salah satu indikator yang penting dalam memahami seberapa efektif hukum tersebut. Penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat serta perlindungan masyarakat merupakan proses mewujudkan suatu keadaan dinamis yang memungkinkan pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dapat melakukan kegiatannya dengan tenteram, tertib dan teratur.

Efektivitas penegakan hukum sangat terkait dengan efektivitas hukum itu sendiri. Aparat penegak hukum diperlukan dalam menegakan sanksi agar hukum itu efektif. Suatu sanksi dapat diberikan kepada masyarakat dalam bentuk ketaatan, atau pematuhan,

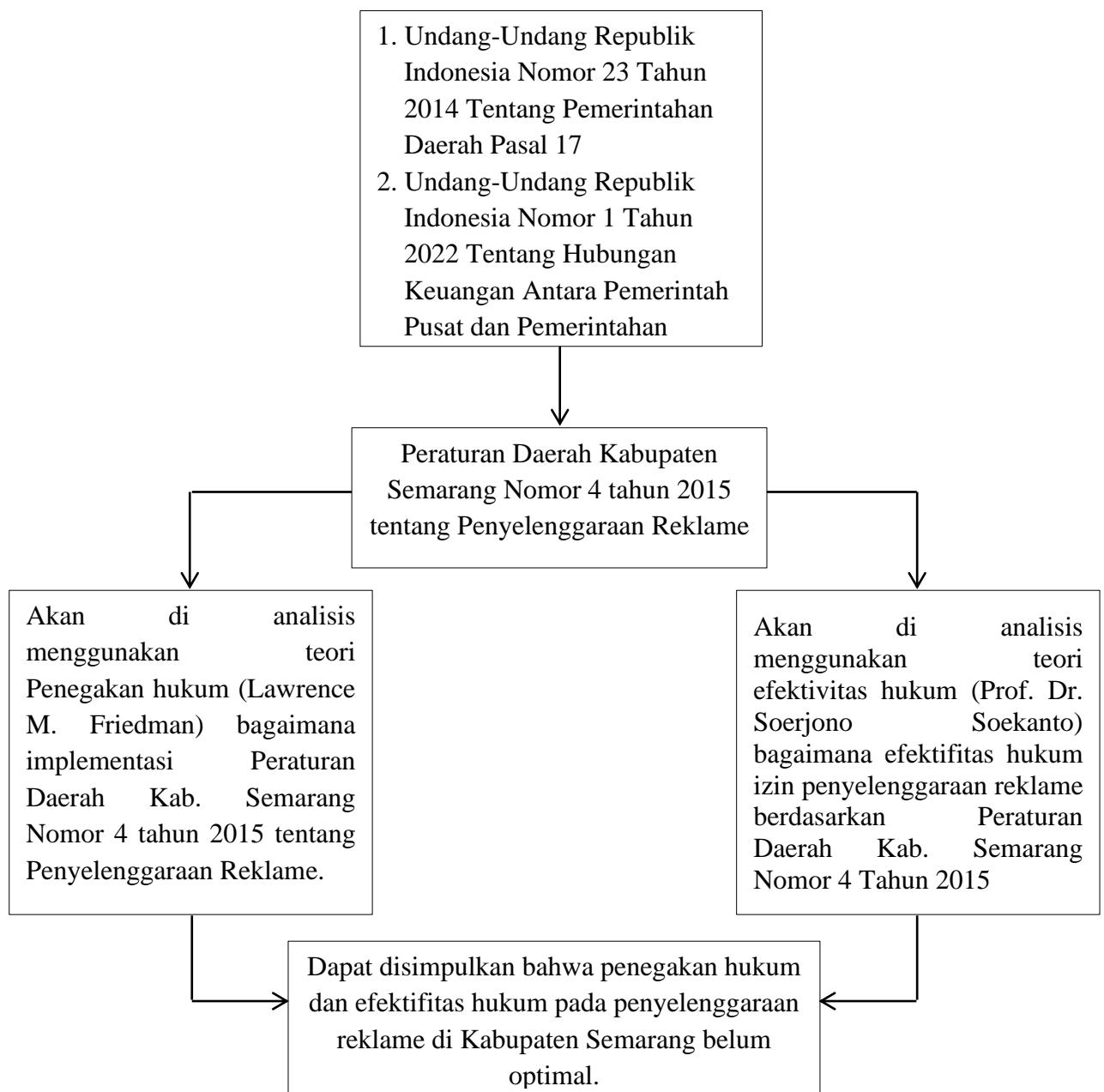
dengan kondisi bahwa terdapat indikasi bahwa hukum itu berfungsi. Menurut Soerjono Soekanto, hukum, penegak hukum, fasilitas hukum, masyarakat, dan kebudayaan ialah komponen utama yang berpengaruh terhadap efektifitas hukum (Soekanto, 2007).

Kaidah hukum ialah suatu hukum berfungsi dengan baik apabila memenuhi ketiga unsur hukum yaitu yuridis, sosiologis, dan filosofis. Bila hanya unsur yuridis yang berlaku, maka hukum itu mati; bila hanya sosiologis yang berlaku, maka hukum itu menjadi norma sosial yang memaksa; dan bila hanya filosofis yang berlaku, maka hukum itu hanyalah hukum yang dimaksudkan (*ius constituendum*). Orang atau organisasi yang memiliki otoritas untuk menerapkan hukum di masyarakat disebut sebagai penegak hukum (Maggalatung, 2014). Penegak hukum terdiri dari penegak hukum tidak langsung dan langsung (Wahyuni, 2020). Penegak hukum dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan baik untuk memastikan penerapan hukum berjalan dengan baik di masyarakat. Dalam mensosialisasikan aturan hukum baru dan menjadi teladan bagi masyarakat, mereka juga harus memahami situasi dan lingkungan mereka. Sarana adalah ialah sesuatu yang dapat dipergunakan dalam mencapai tujuan. Implementasi hukum di masyarakat tidak dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan sarana. Jika masyarakat memahami adanya hak dan kewajiban mereka dengan baik, serta adanya aktivitas yang dapat melindungi mereka, maka mereka mungkin lebih menyadari pelaksanaan hukum. Namun, terdapat beberapa faktor yang dapat

menyebabkan masyarakat kurang menyadari pelaksanaan hukum yaitu pertama mereka tidak menyadari ketika hak mereka telah dilanggar, kedua mereka tidak menyadari adanya upaya hukum yang dapat melindungi kepentingan mereka, ketiga masyarakat tidak dapat memanfaatkan upaya hukum tersebut, keempat masyarakat tidak memiliki pengalaman berpartisipasi dalam organisasi yang mendukung kepentingannya, dan yang kelima masyarakat tidak memiliki pengalaman yang signifikan dalam proses berhubungan dengan stakeholder hukum formal (Wulandari, 2021). Pada dasarnya, kebudayaan hukum terdiri dari nilai-nilai yang mendasari hukum yang berlaku di masyarakat. Nilai-nilai ini mencakup gagasan tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan dan apa yang dianggap buruk untuk dihindari (Wulandari et al., 2020). Bagaimana masyarakat Indonesia mematuhi undang-undang yang berlaku juga dipengaruhi oleh kebudayaannya yang beragam.

2.4. KERANGKA BERPIKIR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah kegiatan ilmiah yang mencakup analisis dan konstruksi. Itu dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten. Metodologis berarti mengikuti metode yang ada atau menggunakan metode tertentu, sistematis berarti berdasar pada suatu sistem, dan konsisten berarti tidak ada sesuatu yang bertentangan dengan kerangka kerja tertentu. Metode pengumpulan data penelitian sangat penting untuk mengumpulkan bahan untuk skripsi karena membantu dalam menentukan sumber data yang akan digunakan (Purwati, 2020). Penelitian hukum di sisi lain, adalah suatu bentuk penelitian ilmiah yang berfokus pada metode, sistematis, dan cara berpikir yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu.

3.1 PENDEKATAN PENELITIAN

Metode untuk memahami dan menganalisis topik penelitian dikenal sebagai pendekatan penelitian. Menurut Lexy J. Moleong, peneliti menggunakan pendekatan hukum kualitatif dalam penelitian ini. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami peristiwa yang terjadi pada subjek penelitian, seperti perilaku, presepsi, motivasi, tindakan, dll., secara menyeluruh dan secara deskriptif dengan menggunakan kata-kata dan bahasa. Pendekatan ini digunakan dalam konteks alamiah dengan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017).

Lebih lanjut dijelaskan beberapa karakteristik pendekatan kualitatif, termasuk penekanan pada lingkungan alamiah (*naturalistic setting*), induktif

(*inductive*), fleksibel (*flexible*), pengalaman langsung (*direct experience*), kedalaman (*indepth*), proses menangkap arti (*verstehen*), keseluruhan (*wholeness*), dan partisipasi aktif dari peserta (Raco, 2010).

Selain itu, Sugiyono menyatakan bahwa metodologi penelitian kualitatif dapat dianggap sebagai metodologi yang memiliki sifat naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi alamiah (Kondisi Alami). Metodologi ini didasarkan pada postpositivisme, sebuah paradigma yang melihat realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh, kompleks, dan dinamis. Untuk meneliti kondisi alamiah, digunakan teknik pengumpulan data gabungan yang menggabungkan berbagai teknik untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2015).

Jadi, dapat dikatakan bahwa pendekatan kualitatif membantu peneliti mendapatkan data yang mereka butuhkan dengan melihat dan menganalisis kondisi alamiah. Pendekatan ini dinilai tepat karena pengawasan otonomi daerah bersifat multidimensi (Rodiyah et al., 2020). Pendekatan ini menghasilkan penelitian yang deskriptif dan menitikberatkan pada nilai. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk memecahkan masalah penelitian dengan melihat kondisi ilmiah objek penelitian, yaitu penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang. Peneliti melihat kondisi lapangan terkait reklame yang ada di Kabupaten Semarang secara langsung sebelum mulai mencari bahan dan data yang relevan dengan penelitian. Metode kualitatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis statistik. Dengan

demikian, pendekatan ini membantu peneliti memahami dan menganalisis lapangan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang (Creswell, 2007).

Setelah melakukan analisis lapangan, peneliti kemudian menggabungkannya ke dalam deskripsi tentang persyaratan penegakan hukum penyelenggaraan reklame. Deskripsi ini mencakup hal-hal seperti faktor-faktor yang menyebabkan pelanggaran, bagaimana upaya penegakan hukum dilakukan, dan bagaimana pelanggar diberi sanksi. Deskripsi ini kemudian disusun menjadi paragraf yang jelas dan mudah dipahami.

3.2 JENIS PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian hukum yang non-doktrinal yaitu yuridis-sosiologis dalam tesis ini. Penelitian ini menjelaskan bahwa jenis penelitian hukum sosiologis adalah penelitian hukum yang mempelajari hukum berdasarkan norma atau aturan hukum yang ada dan telah berkembang di masyarakat, bukan teori (Muhamimin, 2020).

Selain itu, penelitian hukum dengan pendekatan non-doktrinal/sosiologis (penelitian hukum empiris) adalah penelitian hukum positif yang tidak tertulis yang membahas tingkah laku masyarakat dalam populasi masyarakat yang hidup. Penelitian hukum empiris menjelaskan hukum yang hidup (*living law*) di masyarakat melalui tingkah laku dan perbuatan masyarakat (Purwati, 2020).

Soerjono Soekanto mengatakan bahwa penelitian hukum empiris berarti melakukan penelitian lapangan dengan melihat dan mengamati apa yang terjadi di lapangan dan bagaimana peraturan diterapkan dalam masyarakat (Soekanto, 1982). Karena penelitian hukum empiris mengamati praktik

lapangan melalui wawancara dan observasi serta penerapan peraturan perundang-undangan di masyarakat, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki karakteristik yang sesuai untuk mengantarkan peneliti dalam memperoleh data yang diinginkan. Khususnya, wilayah yang akan menjadi objek penelitian adalah wilayah hukum penyelenggaraan reklame Kabupaten Semarang. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan dari penelitian ini akan berasal dari praktik langsung di lapangan.

Metode penelitian hukum empiris digunakan untuk mengumpulkan data dengan melakukan penelitian dan praktik lapangan tentang penyelenggaraan reklame Kabupaten Semarang. Ini dilakukan dengan mempelajari standar yang berlaku di bidang hukum penyelenggaraan reklame Kabupaten Semarang dan kemudian menghubungkannya dengan masalah yang menjadi topik penelitian tesis ini. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian empiris karena melibatkan pengembangan konsep dan penggabungan fakta-fakta aktual untuk memberikan penjelasan rinci dan mendalam tentang keadaan atau fenomena yang diteliti. Penelitian yang dilaksanakan di lapangan adalah jenis penelitian yang meneliti masalah kualitatif, yaitu metode pengumpulan data yang menghasilkan data deskriptif tentang perilaku dan kata-kata yang diucapkan atau ditulis oleh individu.

3.3 FOKUS PENELITIAN

Penelitian kualitatif menentukan fokus penelitian berdasarkan fakta dan aktualitas informasi tentang kondisi lapangan (Sugiyono, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk membatasi studi kualitatif dan memilih data mana yang relevan dan tidak relevan. Tingkat urgensi dan relevansi topik penelitian

menentukan pembatasan penelitian kualitatif ini. Penelitian ini akan difokuskan pada Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015).

3.4 LOKASI PENELITIAN

Muhaimin mengatakan bahwa lokasi penelitian adalah tempat penelitian. Dalam penelitian hukum empiris, lokasi penelitian harus sesuai dengan judul dan masalah penelitian, serta dengan temuan awal yang dibuat (Muhaimin, 2020). Penelitian di Kabupaten Semarang dipilih untuk mengumpulkan data dan informasi tentang masalah dan pembahasan.

3.5 SUMBER DATA

Data kualitatif yakni data dalam bentuk kata, kalimat, sketsa, atau gambar yang akan dikumpulkan untuk penelitian ini. Sumber data dalam penelitian adalah persoalan di mana data dapat ditemukan (Soekanto, 1986). Penelitian dilakukan dengan meneliti suatu kejadian atau peristiwa yang Tengah terjadi di masyarakat, sehingga penelitian ini juga disebut dengan penelitian empirik. Maka sesuai dengan tujuan penelitian dalam studi ini, sumber data terbagi ke dalam 2 (dua) bagian, antara lain :

a. Data Primer

Sumber data primer atau disebut juga sebagai sumber data utama. Sumber data utama diperoleh dari informan sebagai narasumber dalam studi ini. Sumber data di penelitian hukum empiris ialah data yang diperoleh dari data di lapangan. Data lapangan ialah suatu data yang berasal dari ahli, informan, serta responden sebagai narasumber (Muhaimin, 2020).

b. Data Sekunder

Sedangkan sumber data sekunder ialah data sekunder yang didapatkan secara tak langsung baik berupa data, buku, keterangan, atau literatur dan fakta yang berasal dari dokumen resmi dan peraturan perundangan-undangan.

3.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penulis menggunakan beberapa Teknik dalam melakukan pengumpulan data, antara lain :

a. Metode Observasi

Metode observasi dapat diartikan dalam arti sempit maupun arti luas. Arti sempit dari observasi ialah suatu pengamatan yang dilakukan secara langsung terhadap permasalahan yang diteliti, sedangkan dalam arti luas observasi ialah suatu pengamatan yang dilakukan oleh seorang peneliti secara langsung maupun tidak langsung terhadap permasalahan yang diteliti (Sutoyo, 2014).

Partisipasi adalah salah satu teknik observasi, yaitu peneliti secara langsung terlibat dalam kegiatan yang sedang diamati dan atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2015). Dalam teknik observasi ini, peneliti terlibat penuh dalam pengamatan gejala-gejala sosial yang terjadi di lapangan secara langsung terhadap permasalahan yang diteliti. Menjawab masalah dari penelitian adalah tujuan dilakukannya observasi yang dilakukan oleh observer. Dalam studi ini, peneliti secara langsung mendatangi lokasi-lokasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang guna mendapatkan data-data yang konkret. Pengumpulan data

dilakukan melalui pengamatan, pencatatan, dokumentasi, dan audio visual secara semi sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada subjek penelitian, yaitu Efektivitas Penegakan Hukum Pada Perizinan Penyelenggaraan Reklame (Perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015). Salah satu metode pengumpulan data adalah dengan mengamati reklame di beberapa wilayah di Kabupaten Semarang dari tanggal 01 Agustus 2024 hingga 31 Mei 2025.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara melibatkan komunikasi secara langsung antara peneliti dan responden; ini dilakukan secara tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden membantu peneliti melengkapi kata verbal mereka (Gulo, 2002). Menurut Lexi J. Moleong, wawancara adalah percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu dan dilakukan oleh dua orang pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan orang yang diwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Moleong, 2017).

Selain itu, disebutkan bahwa wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan baik secara langsung maupun secara digital (wawancara digital) (Thunberg & Arnell, 2022). Narasumber dari penelitian ini yaitu Anang Sukoco, S.STP., M.M Selaku Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang dan Wahyu Pito N., S.H.,M.H Selaku Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Penegakan Produk Hukum Daerah; Amin Nugroho, S.Kom selaku Auditor Muda - Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang; Anik Trisnawati, S.E selaku Ahli Muda Penata Perizinan - Dinas Penanaman

Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang; Arijal selaku Karyawan di Alfie Creation sebagai jasa percetakan reklame di Kecamatan Ungaran Timur dan Wahyu Kurniawan selaku penyelenggara reklame di Kabupaten Semarang.

c. Dokumentasi

Menurut W Gulo, dokumentasi adalah mengambil dan mempelajari dokumen yang mengandung catatan tertulis tentang peristiwa masa lalu, dan merupakan metode pelengkap dari penggunaan teknik observasi dan dokumentasi (Gulo, 2002). Untuk mendapatkan data dalam penelitian tesis ini, penulis mempelajari dan menelaah dokumen seperti Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 04 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame, serta literatur, buku, dan jurnal yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang.

3.7 VALIDITAS DATA

Istilah yang digunakan untuk menguji validitas data dalam penelitian kualitatif berbeda dengan istilah yang digunakan untuk penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif mencakup uji kredibilitas, transferability, dependability, dan confirmability. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode triangulasi untuk validasi data. Pengecekan data dari berbagai sumber pada berbagai waktu dan metode dikenal sebagai triangulasi (Sugiyono, 2015). Jadi, triangulasi terdiri dari triangulasi sumber, cara, dan waktu.

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas dengan mengecek data yang diperoleh dari berbagai sumber. Data ini dideskripsikan,

dikategorikan, dan kemudian diminta kesepakatan dari anggota komunitas untuk mencapai kesimpulan. Teknik ditriangulasi dengan menguji data dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Keefektifan waktu terkait dengan triangulasi waktu. Dalam praktiknya, Triangulasi data ini sangat efektif untuk menguji kredibilitas dan keabsahan data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini. Ini karena metode yuridis empiris, yang mencakup teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, digunakan oleh peneliti untuk menguji keabsahan dan kredibilitas data yang mereka peroleh (Sugiyono, 2015).

Triangulasi sumber proses menguji kredibilitas data dengan mengevaluasi data yang diperoleh dari berbagai sumber, digunakan dalam penelitian ini. Peneliti mewawancarai narasumber terkait penyelenggaraan reklame untuk menilai perspektif mereka. Data yang diperoleh dari narasumber ini kemudian dianalisis dan dipilah untuk mengidentifikasi perspektif yang sama dan yang berbeda dari masing-masing narasumber, yang menghasilkan hasil yang konsisten. Triangulasi teknik adalah proses menguji kredibilitas data dengan melakukan pengujian pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian tesis ini, peneliti menggunakan berbagai teknik pengambilan data, seperti wawancara, obervasi lapangan, dan dokumentasi. Dalam prosesnya, peneliti merangkum hasil wawancara dengan tulisan, ketik, atau rekam video. Dengan demikian, peneliti dapat memverifikasi keaslian dan keabsahan data.

Triangulasi waktu adalah tentang ekefektifan waktu; waktu juga mempengaruhi memperoleh data kredibel; wawancara pada hari ini dengan

hari lainnya kadang-kadang memiliki hasil yang berbeda, jadi wawancara harus diulang secara berkala untuk mendapatkan data kredibel. Untuk memaksimalkan hasil, peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada narasumber selama periode waktu yang cukup lama. Hasilnya, data yang diperoleh benar, kredibel, dan sesuai dengan kenyataan.

3.8 ANALISIS DATA

Analisis data berarti mempelajari atau mempertimbangkan hasil pengolahan data dengan bantuan atau menggunakan teori yang telah dipelajari sebelumnya (dalam kerangka teori atau literatur) (Muhaimin, 2020). Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sebelum dilapangan, selama dilapangan, dan setelah dilapangan; namun dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan saat pengumpulan data dilakukan.

Analisis data kualitatif, yang bersifat induktif, adalah jenis analisis yang dimulai dengan data yang dikumpulkan, kemudian dikembangkan dan dihubungkan dengan pola tertentu, dan akhirnya menjadi hipotesis (Sugiyono, 2015). Selain itu, sifat analisis deskriptif berarti bahwa peneliti ingin memberikan gambaran atau penjelasan tentang subjek dan obyek penelitian sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan (Muhaimin, 2020). Jadi, dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan analisis induktif untuk menganalisis data. Mereka melakukan ini dengan mengolah data sebaik mungkin, kemudian mendeskripsikannya dan menganalisisnya untuk menghasilkan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Di sini, analisis data berarti mengatur secara sistematis data yang dikumpulkan dari wawancara dan observasi, menafsirkannya, dan

menghasilkan pendapat, teori, atau gagasan baru. Hasil-hasil ini disebut temuan atau hasil. Dalam analisis kualitatif, temuan mencakup pencarian dan penemuan tema, pola, kosep, intuisi, dan pemahaman. Semua temuan ini diringkaskan dengan istilah "penegasan yang memiliki arti" (*statement of meanings*). Dalam analisis, data diolah, diorganisasikan, dan dipecah menjadi bagian yang lebih kecil, sehingga ditemukan pola dan tema yang sama. Oleh karena itu, analisis dan penafsiran selalu berhubungan satu sama lain (Raco, 2010).

Dalam praktiknya, peneliti melakukan analisis data secara langsung saat mengumpulkan data juga. Selama wawancara dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu; Satpol PP Kabupaten Semarang; Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang; jasa percetakan reklame di Kabupaten Semarang dan penyelenggara reklame di Kabupaten Semarang, peneliti langsung menganalisis jawaban mereka. Apabila hasil analisis belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan sampai hasilnya dianggap dapat dipercaya. Selanjutnya, data diolah dan dianalisis untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

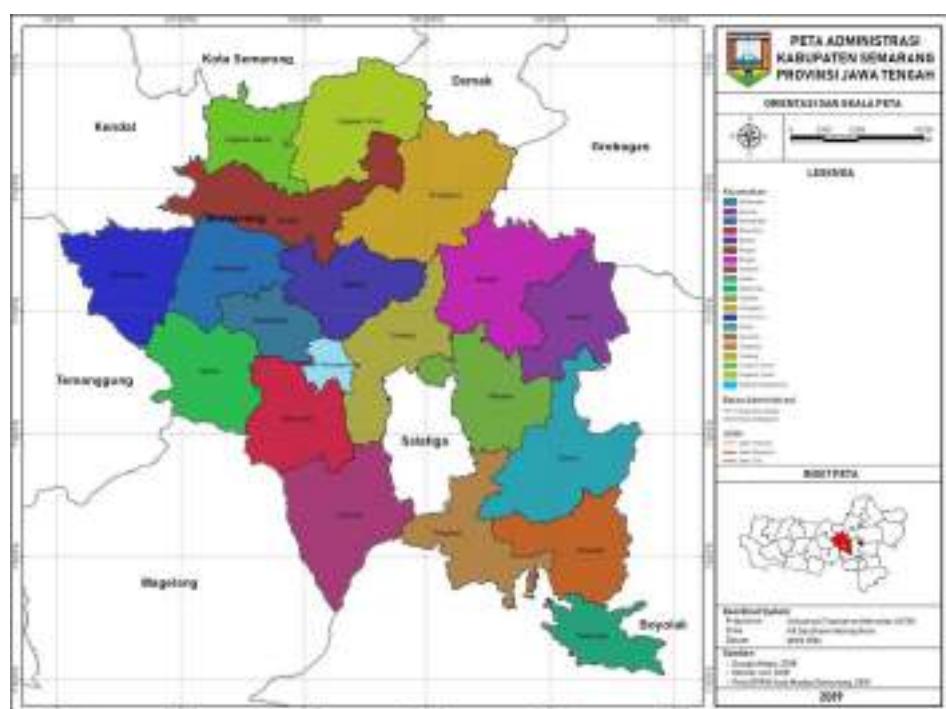
4.1. Tinjauan Umum Penyelenggaraan Reklame

4.1.1. Profil Kabupaten Semarang

Kabupaten Semarang merupakan salah satu wilayah administratif yang berada di Provinsi Jawa Tengah dan memiliki peranan penting dalam dinamika pembangunan regional. Luas wilayah kabupaten ini mencapai kurang lebih 1.019,27 km², yang terbagi ke dalam 19 kecamatan, 208 desa, dan 27 kelurahan. Karakteristik geografis wilayah ini sangat beragam, mulai dari dataran rendah di bagian utara hingga kawasan perbukitan dan pegunungan di sisi selatan, yang termasuk dalam sistem Pegunungan Ungaran dan Merbabu. Keberagaman topografi ini memberikan potensi sumber daya alam yang melimpah, serta mendukung berkembangnya sektor pariwisata berbasis alam.

Gambar 4.1

Peta Kabupaten Semarang



Sumber : diskominfo.semarangkab.go.id

Berdasarkan letak geografis, Kabupaten Semarang memiliki wilayah dengan batasan sebagai berikut: di sebelah utara, Kabupaten Semarang berbatasan dengan Kota Semarang, yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Tengah. Di sebelah timur, Kabupaten Semarang berbatasan dengan Kabupaten Grobogan, Kabupaten Demak, dan Kabupaten Boyolali, mencakup area yang terdiri dari kawasan pertanian dan pegunungan. Sementara itu, di sebelah selatan, Kabupaten Semarang berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, dengan batasan yang melintasi kawasan lereng Gunung Merbabu yang memiliki potensi alam yang besar. Di sebelah barat, Kabupaten Semarang berbatasan dengan Kabupaten Kendal, Kabupaten Temanggung, dan Kabupaten Magelang, yang mencakup wilayah dengan topografi berbukit dan pegunungan serta kawasan pertanian yang subur.

Tabel 4.1

Wilayah Administrasi Kabupaten Semarang

No	Kecamatan	Status	Daftar Desa/Kelurahan
1.	Ambarawa	Desa	Bejalen; Pasekan
		Kelurahan	Baran; Kranggan; Kupang; Lodoyong; Ngampin; Panjang; Pojoksari; Tambakboyo
2.	Bancak	Desa	Bancak; Bantal; Bata; Jlumpang; Lembu; Plumutan; Pucung; Rejosari; Wonokerto
3.	Bandungan	Desa	Banyukuning; Candi; Duren; Jetis; Jimbaran; Kenteng; Mlilir; Pakopen; Sidomukti
		Kelurahan	Bandungan
4.	Banyubiru	Desa	Banyubiru; Gedong; Kebondowo; Kebumen; Kemambang; Ngrapah; Rowoboni; Sepakung; Tegaron; Wirogomo
5.	Bawen	Desa	Asinan; Doplang; Kandangan; Lemahireng; Polosiri; Poncoruso; Samban
		Kelurahan	Bawen; Harjosari
6.	Bergas	Desa	Bergas Kidul; Diwak; Gebugan; Gondoriyo; Jatijajar; Munding; Putih; Pagersari; Randugunting; Wringin

		Kelurahan	Bergas Lor; Karangjati; Ngempon; Wujil
7.	Bringin	Desa	Banding; Bringin; Gogodalem; Kalijambe; Kalikurmo; Lebak; Nyemoh; Pakis; Popongan; Rembes; Sambirejo; Sendang; Tanjung; Tempuran; Truko; Wiru
8.	Getasan	Desa	Jetak; Manggihan; Ngrawan; Polobogo; Tajuk; Tolakan; Wates; Samirono; Kopeng; Sumogawe; Batur; Getasan; Nogosaren
9.	Jambu	Desa	Bedono; Brongkol; Gemawang; Genting; Jambu; Kebondalem; Kelurahan; Kuwarasan; Rejosari
		Kelurahan	Gondoriyo
10.	Kaliwungu	Desa	Kaliwungu; Kener; Kradenan; Jetis; Mukiran; Pager; Papringan; Siwal; Udanwuh; Payungan; Rogomulyo
11.	Pabelan	Desa	Bejaten; Bendungan; Giling; Glawan; Jembrak; Kadirejo; Karanggondang; Kauman Lor; Pabelan; Padaan; Segiri; Semowo; Sukoharjo; Terban; Sumberejo; Tukang; Ujung-Ujung
12.	Pringapus	Desa	Candirejo; Derekan; Jatirunggo; Klepu; Penawangan; Pringsari; Wonorejo; Wonoyoso
		Kelurahan	Pringapus
13.	Suruh	Desa	Beji Lor; Bonomerto; Cukilan; Dadapayam; Gunung Tumpeng; Jatirejo; Kebowan; Kedungringin; Ketanggi; Krandon Lor; Medayu; Plumbon; Purworejo; Reksosari; Sukorejo; Suruh; Dersansari
14.	Susukan	Desa	Badran; Bakalrejo; Gentan; Kemetul; Kenteng; Ketapang; Koripan; Muncar; Ngasinan; Sidoharjo; Susukan; Tawang; Timpik
15.	Sumowono	Desa	Bumen; Candigaron; Duren; Jubelan; Kebonagung; Kemawi; Kemitir; Keseneng; Lanjan; Losari; Mendongan; Ngadikerso; Trayu; Piyanggang; Pledokan; Sumowono
16.	Tengaran	Desa	Barukan; Bener; Butuh; Cukil; Duren; Karangduren; Klero; Nyamat; Patemon; Regunung; Sriwen; Sugihan; Tegalrejo; Tegalwaton; Tengaran

17.	Tuntang	Desa	Candirejo; Delik; Gedangan; Jombor; Kalibeji; Karanganyar; Karang Tengah; Kesongo; Lopait; Ngajaran; Rowosari; Sraten; Tlogo; Tlompakan; Tuntang; Watuagung
18.	Ungaran Barat	Desa	Branjang; Gogik; Kalisidi; Keji; Lerep; Nyatnyono
		Kelurahan	Bandarjo; Candirejo; Genuk; Langensari; Ungaran
19.	Ungaran Timur	Desa	Kalikayen; Kalongan; Kawengen; Leyangan; Mluweh;
		Kelurahan	Beji; Gedanganak; Kalirejo; Sidomulyo; Susukan

Sumber : Permintaan Data

Dari sisi demografi, Kabupaten Semarang dihuni oleh lebih dari satu juta jiwa penduduk. Mayoritas masyarakat memeluk agama Islam dan menjunjung tinggi nilai-nilai budaya Jawa. Mata pencaharian warga bervariasi, dengan sektor pertanian, perdagangan, serta usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai tulang punggung ekonomi lokal. Sektor jasa pun mulai berkembang seiring dengan pertumbuhan kawasan perkotaan di wilayah ini.

Dalam hal penyelenggaraan pemerintahan, Kabupaten Semarang menjalankan prinsip otonomi daerah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Melalui ketentuan ini, pemerintah daerah memiliki kewenangan untuk mengelola urusan pemerintahan berdasarkan kebutuhan lokal dan kepentingan masyarakat. Kewenangan tersebut mencakup bidang pelayanan publik, pembangunan infrastruktur, serta pengelolaan potensi sumber daya daerah. Pemerintah kabupaten dibantu oleh perangkat daerah yang terdiri atas berbagai dinas teknis dan lembaga pelaksana lainnya.

Dalam konteks hukum dan kebijakan lokal, Kabupaten Semarang turut aktif menyusun dan memberlakukan berbagai produk hukum daerah, baik dalam bentuk peraturan daerah (Perda) maupun peraturan kepala daerah. Peraturan-peraturan ini memiliki fungsi penting sebagai dasar hukum dalam pelaksanaan kebijakan daerah

serta sebagai cerminan pelaksanaan asas desentralisasi yang demokratis. Penyusunan regulasi daerah tersebut juga menunjukkan upaya pemerintah daerah dalam merespons dinamika sosial dan ekonomi masyarakat secara normatif.

Namun demikian, tantangan di bidang hukum masih menjadi bagian dari dinamika penyelenggaraan pemerintahan daerah. Isu-isu seperti pengendalian tata ruang, pengelolaan lingkungan hidup, perlindungan aset milik daerah, hingga efektivitas penegakan peraturan daerah menjadi perhatian yang perlu dikaji lebih lanjut. Berbagai persoalan ini membuka ruang bagi analisis hukum yang lebih mendalam, terutama dalam rangka menilai efektivitas penegakan hukum pada perizinan penyelenggaraan reklame.

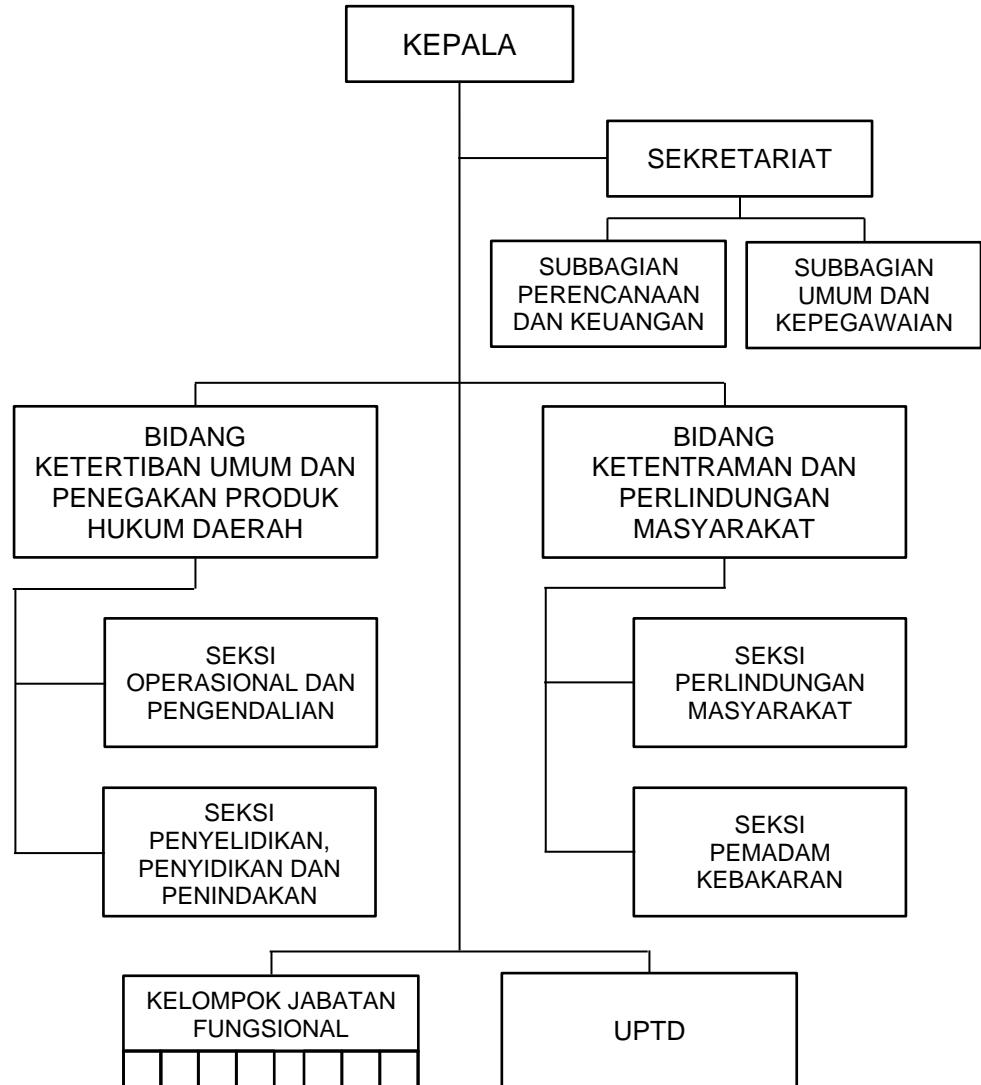
4.1.2. Profil Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang

Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang memiliki tugas membantu Bupati menyelenggarakan sub urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum dan sub urusan bidang kebakaran dan tugas pembantuan yang diberikan kepada daerah. Dinas tersebut beralamat di Jalan Kisarino Mangunpranoto Nomor 55, Kelurahan Ungaran Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang Jawa Tengah.

Dalam pelaksanaan tugasnya, Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Semarang berperan aktif dalam menegakkan Peraturan Daerah (Perda) dan Peraturan Kepala Daerah, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat dan upaya perlindungan masyarakat. Dengan pendekatan humanis dan mengedepankan dialog, Satpol PP hadir sebagai mitra masyarakat dalam menciptakan kondisi wilayah yang aman, tertib, dan nyaman. Sementara itu, Pemadam Kebakaran (Damkar) Kabupaten Semarang bertugas memberikan pelayanan penyelamatan dan penanggulangan kebakaran, baik di lingkungan permukiman, fasilitas umum, kawasan industri, maupun wilayah rawan bencana lainnya. Damkar juga

melaksanakan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat tentang pentingnya kesiapsiagaan menghadapi kebakaran dan bencana lainnya.

Gambar 4.2
Susunan Organisasi
Satuan Polisi Pamong Praja Dan Pemadam Kebakaran (Tipe C)



Sumber : Lampiran VII Peraturan Bupati Semarang Nomor 110 Tahun 2021.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja Pasal 5, Satpol PP mempunyai tugas sebagai berikut :

- a. Menenegakkan Peraturan Daerah dan Peraturan Kepala Daerah

- b. Menyelenggarakan ketertiban umum dan ketenteraman;
- c. Menyelenggarakan pelindungan masyarakat

Sedangkan fungsi Satpol PP dan Dakmar Kabupaten Semarang dalam melaksanakan tugas menurut Peraturan Bupati Nomor 110 tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Daerah pada pasal 116 ayat (2) antara lain :

- a. Perumusan kebijakan bidang ketenteraman dan ketertiban umum sub ketentraman dan ketertiban umum dan sub kebakaran;
- b. Pelaksanaan kebijakan bidang ketenteraman dan ketertiban umum sub ketentraman dan ketertiban umum dan sub bidang kebakaran;
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan urusan pemerintahan bidang ketenteraman dan ketertiban umum sub ketenteraman dan ketertiban umum dan sub kebakaran;
- d. Pelaksanaan administrasi Satuan Polisi Pamong Praja Dan Pemadam Kebakaran; dan
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya.

Sehingga dalam melaksanakan tugas dan fungsi tersebut, Satpol PP memiliki wewenang yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja Pasal 7, antara lain :

- a. Melakukan tindakan penertiban nonyustisial terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang melakukan pelanggaran atas Perda dan/atau Perkada;
- b. Menindak warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang mengganggu ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat;
- c. Melakukan tindakan penyelidikan terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang diduga melakukan pelanggaran atas Perda dan/ atau Perkada; dan

- d. Melakukan tindakan administratif terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang melakukan pelanggaran atas Perda dan/atau Perkada.

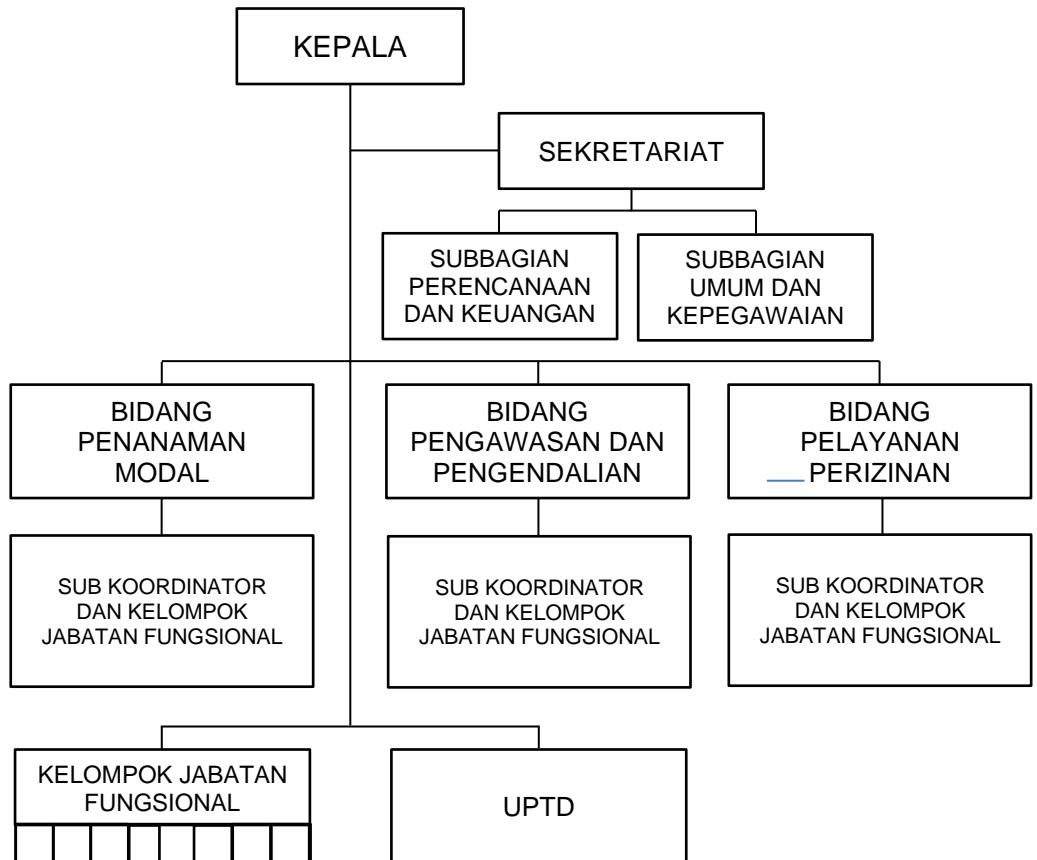
Sebagai bagian dari Pemerintah Kabupaten Semarang, Satpol PP dan Damkar terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, memperkuat sinergi antar-instansi, dan meningkatkan profesionalisme aparatur guna mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik dan pelayanan publik yang prima.

4.1.3. Profil Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Semarang memiliki tugas membantu Bupati menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang penanaman modal dan tugas pembantuan yang diberikan kepada daerah. Dinas tersebut beralamat di Jalan Gatot Subroto Nomor 104 A, Cirebonan, Bandarjo, Ungaran Barat, Kabupaten Semarang Jawa Tengah.

Pemerintah daerah menciptakan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Semarang untuk meningkatkan layanan publik, terutama yang berkaitan dengan perizinan dan penanaman modal. DPMPTSP Kabupaten Semarang berfungsi sebagai unsur pelaksana urusan pemerintahan daerah di bidang penanaman modal dan pelayanan perizinan secara terpadu, sesuai dengan tujuan Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP).

Gambar 4.3
Susunan Organisasi
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Tipe B)



Sumber : Lampiran XIV Peraturan Bupati Semarang Nomor 110
 Tahun 2021

Sedangkan fungsi DPMPTSP Kabupaten Semarang dalam melaksanakan tugas tersebut menurut Peraturan Bupati Nomor 110 tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Daerah pada pasal 123 ayat (2) antara lain :

- a. Perumusan kebijakan dibidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu;
- b. Pelaksanaan kebijakan dibidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu;
- c. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan penyelenggaraan urusan pemerintahan penanaman modal;

- d. Pelaksanaan administrasi Dinas; dan
- e. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Bupati terkait dengan tugas dan fungsinya

4.1.4. Tinjauan Umum Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame

Dengan pertumbuhan ekonomi dan kemajuan dalam teknologi informasi, variasi dan intensitas iklan sebagai strategi pemasaran telah meningkat. Pemerintah daerah memiliki otonomi untuk mengontrol penyelenggaraan reklame dalam upaya meningkatkan estetika kota, keselamatan umum, dan penghasilan daerah. Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan penataan reklame yang tertib, terukur, dan sesuai dengan kepentingan umum.

Tujuan dari Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 yaitu mengatur tata cara penyelenggaraan reklame agar sesuai dengan norma hukum, estetika, dan keselamatan; menjamin terciptanya ketertiban, kenyamanan, dan keindahan lingkungan kota; memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha reklame; dan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) dari sektor perizinan dan pajak reklame.

Ruang lingkup pengaturan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame antara lain :

- a. Jenis dan bentuk reklame (reklame tetap, insidentil, mobile, dsb.);
- b. Tata cara permohonan dan penerbitan izin penyelenggaraan reklame;
- c. Lokasi yang diperbolehkan dan dilarang untuk pemasangan reklame;
- d. Ketentuan teknis pemasangan (ukuran, konstruksi, pencahayaan, dsb.);
- e. Jangka waktu dan perpanjangan izin;

- f. Sanksi administratif bagi pelanggaran ketentuan perda, termasuk pencopotan reklame tanpa izin.

Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame membutuhkan asas legalitas yang kuat berfungsi sebagai pelaksanaan kewenangan desentralisasi pada bidang penataan ruang dan ketertiban umum. Berikut ialah landasan yuridis dari peraturan daerah tersebut :

- a. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
- b. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah;
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006 tentang Jalan (khusus reklame di ruang milik jalan);

Secara filosofis, Perda ini menunjukkan nilai keseimbangan antara kepentingan umum dan kebebasan berekspresi, terutama dalam hal menjaga ketertiban ruang publik. Reklame yang tidak tertata dapat menimbulkan bahaya dan mengganggu masyarakat, terutama di ruang jalan umum. Sedangkan dari perspektif sosiologis, peraturan ini menjawab kebutuhan masyarakat Kabupaten Semarang untuk tata kota yang bersih, indah, dan aman seiring pertumbuhan ekonomi dan promosi bisnis. Selain itu, peraturan ini memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengawasan dan pelaporan pelanggaran reklame.

Sehingga dalam hal penegakan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame, secara garis besar berpotensi menghadapi tantangan antara lain :

- a. Kurangnya sosialisasi kepada pelaku usaha;
- b. Keterbatasan sumber daya aparatur dalam pengawasan;
- c. Ketidaksesuaian antara perizinan dan praktik di lapangan;
- d. Konflik kepentingan antara pemasang reklame dan pemerintah daerah dalam aspek retribusi.

Meskipun Perda ini telah disahkan dan ditetapkan, masalah utama untuk menerapkannya adalah penegakan hukum yang konsisten dan efektif. Untuk memastikan pelaksanaan yang efektif dari Perda ini, diperlukan kolaborasi yang baik antara instansi terkait, peningkatan kemampuan sumber daya manusia, dan penggunaan teknologi informasi dalam proses perizinan dan pengawasan.

4.2. Implementasi Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2015

Keberhasilan pelaksanaan peraturan daerah bergantung pada penegakan hukum. Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame bertujuan untuk menjamin bahwa semua kegiatan penyelenggaraan reklame dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku, sehingga mampu menciptakan tata ruang kota yang tertib, aman, dan estetis, serta memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Gambar 4.4

Reklame Jatuh di Kecamatan Ungaran Timur



Sumber : Dokumentasi pribadi

Berikut penulis akan memaparkan bagaimana implementasi pengaturan izin penyelenggaraan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Secara

umum dan lebih spesifik mengenai proses perizinan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang yang telah diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015.

A. Penataan Reklame

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 1 ayat (14) Penataan reklame merupakan kegiatan pendataan, pemetaan, dan penetapan titik reklame dengan memperhatikan estetika, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan, sesuai dengan rencana tata ruang kota, tidak diskriminatif atau merugikan kepentingan publik, mengganggu atau menghambat dan / menghalangi pandangan pengguna kendaraan dan rambu lalu lintas. Penataan reklame berdasarkan sifatnya diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 9 ayat (4) yaitu reklame permanen yang terdiri dari 1.) Reklame papan nama / *shopsign*; 2.) Reklame papan / *billboard*; 3.) Reklame Videotron / *megatron*; dan 4.) Reklame Neon box. Selanjutnya reklame non-permanen yang terdiri dari 1.) Reklame melekat / stiker / poster; 2.) Reklame berjalan, 3.) Reklame Baliho, 4.) Reklame kain / spanduk, 5.) Reklame selebaran, 6.) Reklame film/slides, 7.) Reklame udara, 8.) Reklame apung, 9.) Reklame suara, dan 10.) Reklame peragaan. Selanjutnya penataan reklame berdasarkan ukuran sebagaimana diatur dalam pasal 9 ayat (5) terdiri dari 1.) Reklame kecil yang berdimensi kurang dari $4m^2$, 2.) Reklame sedang yang berdimensi $4m^2$ sampai dengan $12m^2$, dan 3.) Reklame besar yang berdimensi lebih dari $12m^2$.

Penataan reklame berdasarkan tempat diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 9 ayat (2) yaitu 1.) Sarana dan prasarana kota meliputi bahu jalan; halte bus; jembatan penyeberangan orang; pos jaga polisi/ pos pengawalan; gapura; WC umum; bus surat; gelanggang olahraga; terminal; pasar; tempat rekreasi/hiburan; dan alun-alun kota serta taman kota. Selanjutnya 2.) Di luar Sarana dan prasarana kota meliputi diatas tanah dan/ halaman sendiri; menempel dan/ diatas bangunan; ruang udara; dan angkutan umum.

Selain tempat yang telah jelaskan diatas, termuat lokasi larangan sebagai tempat penyelenggaraan reklame yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 pasal 11 ayat (1) antara lain a.) depan/lingkungan kantor pemerintahan, b.) tempat ibadah, c.) museum, d.) rumah sakit dan tempat pelayanan kesehatan, e.) lembaga pendidikan formal, f.) tugas batas wilayah kabupaten, tugu pahlawan, tugu identitas kota, g.) bangunan bersejarah, h.) alat pemberi isyarat lalu lintas, i.) jembatan dan badan sungai, j.) pohon pada turus jalan, dan k.) tiang listrik, tiang telepon dan rambu lalu lintas. Serta dalam pasal 12 yang mengatur bahwa bentuk maupun media informasi pada reklame tidak boleh menyerupai bahkan sama dengan rambu lalu lintas. Namun untuk pemetaan titik reklame secara terperinci telah diatur dalam Peraturan Bupati Semarang Nomor 51 Tahun 2016 Tentang Tata Letak Reklame di Kabupaten Semarang.

Dalam hal penyelenggaraan reklame besar dikenal adanya uang jaminan pembongkaran yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 pasal 19. Besaran dari uang tersebut yaitu 20% dari perhitungan rencana anggaran biaya pembuatan bangunan reklame yang diserahkan bersamaan dengan pembayaran pajak reklame. Uang jaminan tersebut dikembalikan apabila penyelenggara reklame melaksanakan pembongkaran sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dengan Anik Trisnawati, S.E., selaku Ahli Muda – Penata Perizinan di DPMPTSP bahwa untuk dapat dikembalikan, penyelenggara reklame wajib menyertakan foto sebelum pembongkaran, rekaman video pembongkaran dan foto setelah pembongkaran kepada DPMPTSP.

B. Izin Penyelenggaraan Reklame

Penyelenggaraan reklame wajib memiliki izin penyelenggaraan reklame dengan mengajukan permohonan tertulis kepada Bupati Semarang dalam hal ini melalui DPMPTSP sebagaimana dimuat dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 20. Berikut syarat administrasi permohonan izin penyelenggaraan reklame :

1. Reklame permanen ukuran kecil ($<4\text{m}^2$)
 - a) Fotocopy KTP dengan menunjukkan aslinya;
 - b) Surat kuasa bermaterai dari pemohon (apabila dikuasakan);
 - c) Bukti pemilik / pelimpahan / persetujuan tertulis penggunaan tanah penyelenggaraan reklame dari pemilik tanah;
 - d) Foto terbaru rencana lokasi penempatan reklame yang berukuran 4R.
2. Reklame permanen ukuran sedang ($4\text{m}^2 - 12\text{m}^2$); besar ($>12\text{m}^2$); dan *sign net*
 - a) Fotocopy KTP dengan menunjukkan aslinya;
 - b) Fotocopy akta pendirian perusahaan (apabila badan hukum);
 - c) Fotocopy NPWP dengan menunjukkan aslinya;
 - d) Surat kuasa bermaterai dari pemohon (apabila dikuasakan);
 - e) Gambar dan denah yang jelas mengenai letak rencana penyelenggaraan reklame yang dimohonkan izin penyelenggaraan reklame;
 - f) Desain dan tipologi reklame;
 - g) Foto terbaru rencana lokasi penempatan reklame yang berukuran 4R;
 - h) Perhitungan konstruksi yang ditandatangani oleh penanggung jawab struktur atau konstruksi;
 - i) IMB bagi penyelenggara reklame yang berukuran besar (PBG);
 - j) Bukti pemilik atau pelimpahan atau persetujuan tertulis penggunaan tanah penyelenggaraan reklame dari pemilik tanah;
 - k) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Periklanan.
3. Reklame non-permanen
 - a) Fotocopy KTP dengan menunjukkan aslinya;
 - b) Fotocopy Nomor Pokok Wajib Pajak dengan menunjukkan aslinya;
 - c) Surat kuasa bermaterai dari pemohon (apabila dikuasakan);
 - d) Gambar dan denah yang jelas mengenai letak rencana penyelenggaraan reklame yang dimohonkan izin penyelenggaraan reklame.
4. Perpanjangan izin reklame
 - a) Fotocopy KTP dengan menunjukkan aslinya ;

- b) Fotocopy Nomor Pokok Wajib Pajak dengan menunjukkan aslinya (reklame sedang, besar dan sign net);
- c) IMB bagi penyelenggara reklame yang berukuran besar (PBG);
- d) Izin penyelenggaraan reklame terdahulu (asli);
- e) Foto lokasi penempatan reklame terdahulu yang berukuran 4R;
- f) Bukti pemilik / pelimpahan / persetujuan tertulis penggunaan tanah penyelenggaraan reklame dari pemilik tanah.

Berikut rekap izin penyelenggaraan reklame tahun 2023 – 2024 berdasarkan keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang :

Tabel 4.2

Izin Penyelenggaraan Reklame 2023 - 2024

Jenis	Lokasi	Tahun 2023	Tahun 2024
		Jumlah	Jumlah
Billboard	Bahu Jalan	22	11
	Pasar	4	4
	Terminal	1	-
	JPO	-	1
	Tanah Pribadi	5	3
	Nempel Bangunan	2	1
Shopsign	Bahu Jalan	46	54
	Menempel Bangunan	3	48
Neon box	Bahu Jalan	3	11
	Nempel Bangunan	4	2
Jumlah		90	135

Sumber : Permintaan data

Namun kewajiban izin penyelenggaraan reklame sebagaimana ditulis pada paragraf diatas tidak berlaku untuk penyelenggaraan reklame dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 21, antara lain :

- a) Melalui media cetak dan/ elektronik;
- b) Diselenggarakan di tanah sendiri dengan ukuran reklame $< 2 \text{ m}^2$;
- c) Hanya memuat nama / pekerjaan / badan dengan ukuran reklame $< 2\text{m}^2$ dan diselenggarakan di atas tanah/bangunan yang bersangkutan;

- d) Hanya memuat nama lembaga formal yang bergerak di bidang pendidikan dan kesehatan dengan ukuran reklame $< 4m^2$ dan diselenggarakan di atas tanah / bangunan yang bersangkutan;
- e) Hanya memuat nama tempat ibadah dan panti asuhan tanpa disertai kepentingan / muatan komersial dengan ukuran tidak melebihi $2m^2$;
- f) Diselenggarakan oleh Partai Politik atau Organisasi Kemasyarakatan tanpa disertai kepentingan atau muatan komersial; bersifat non permanen; bersifat permanen hanya di depan dan lingkungan kantor Partai Politik atau Organisasi Kemasyarakatan; dan sesuai dengan ketentuan Perundang-undangan yang berlaku.
- g) Diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat dan/ atau Pemerintah Daerah tanpa disertai kepentingan atau muatan komersial lainnya.

Dalam setiap izin penyelenggaraan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 Pasal 23 dan 24, terdapat ketentuan mengenai jangka waktu yang harus dipatuhi oleh pemilik atau penyelenggara reklame. Jangka waktu ini ditetapkan sesuai dengan jenis reklame yang diajukan. Untuk reklame permanen berlaku maksimal 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang dengan mengajukan permohonan 30 hari sebelum masa berlaku habis. Sementara itu, untuk reklame non permanen izin diberikan maksimal 30 hari untuk jenis reklame baliho, reklame kain/spanduk dan reklame peragaan, sedangkan jenis reklame stiker/poster, reklame udara, reklame film/slide, reklame berjalan, reklame selebaran, reklame apung dan reklame suara hanya untuk satu kali penyelenggaraan.

Penetapan jangka waktu ini dilakukan untuk memastikan bahwa keberadaan reklame tetap aman, tidak mengganggu ketertiban umum, dan memastikan keselamatan dan estetika di lingkungan publik. Reklame harus dibongkar atau diturunkan oleh penyelenggara setelah masa izin habis. Jika diabaikan, akan ditindak oleh pemerintah daerah melalui Satpol PP.

C. Pengawasan

Pengawasan reklame adalah upaya pemerintah atau instansi terkait untuk memastikan bahwa semua reklame dipasang, digunakan, dan dikelola sesuai dengan peraturan yang berlaku. Tujuannya adalah untuk mempertahankan ketertiban umum, keselamatan umum, dan keindahan kota serta meningkatkan kepatuhan terhadap tanggung jawab perizinan dan pajak daerah. Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 29 ayat (2) menyatakan bahwa pengawasan dilaksanakan terhadap a.) proses pemberian izin penyelenggaraan reklame dan b.) pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame secara berkala. Selanjutnya pada pasal 29 ayat (3) bahwa pengawasan terhadap proses pemberian izin penyelenggaraan reklame secara fungsional dilakukan oleh SKPD yang tugas dan tanggung jawabnya dibidang pengawasan, selanjutnya dalam penjelasan disebutkan bahwa SKPD tersebut ialah Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang. Sedangkan pada Pasal 29 ayat (4) yaitu pengawasan terhadap pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame dilakukan oleh SKPD yang berwenang memproses izin penyelenggaraan reklame, dalam hal tersebut diatur dalam Keputusan Bupati Semarang Nomor 500.16/0399/2024 Tentang Pembentukan Tim Pelaksana Kegiatan Penataan dan Penertiban Reklame yang terdiri dari DPMPTSP; DPU; Dishub; Satpol PP; dan BKUD.

D. Sanksi Penyelenggaraan Reklame

Sanksi penyelenggaraan reklame adalah tindakan hukum dan/atau administratif yang dikenakan kepada penyelenggara reklame (perseorangan; badan hukum, atau instansi) karena melanggar peraturan penyelenggaraan reklame yang berlaku. Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 20 ayat (2) menyebutkan bahwa sanksi administrasi berupa pencabutan izin penyelenggaraan reklame dan pembongkaran/penurunan terhadap reklame yang terpasang. Selanjutnya dalam pasal 30 ayat (3) menyebutkan sanksi administrasi tersebut dilaksanakan dengan cara sebagai berikut :

1. Pemberian teguran tertulis pertama;

2. Pemberian teguran tertulis kedua;
3. Pemberian teguran tertulis ketiga;
4. Pencabutan izin; dan
5. Pembongkaran atau penurunan reklame yang telah terpasang.

Pemberian teguran pertama; kedua; dan ketiga tersebut diatur dalam pasal 30 ayat (4) dengan masing-masing memiliki tenggang waktu 7 (tujuh) hari kerja.

Selanjutnya dalam tindak pidana terhadap Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 merupakan pelanggaran dengan pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau denda paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sebagaimana diatur dalam pasal 32. Terhadap penyidikan pelanggaran Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 tersebut dilakukan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) sebagaimana diatur dalam pasal 31. Pada pasal 31 ayat (4) menyatakan bahwa PPNS memberitahukan dimulainya penyidikan dan menyampaikan hasil penyelidikannya kepada penuntut umum melalui pejabat polisi sesuai dengan KUHAP.

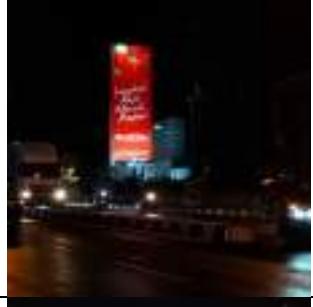
Hasil penelitian menemukan adanya reklame yang diselenggarakan di lokasi yang dilarang sebagai tempat pemasangan reklame yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 pasal 11 ayat (1) huruf j yaitu pohon-pohon pada turus jalan; dan huruf k yaitu tiang listrik, tiang telepon dan rambu lalu lintas serta ditemukan reklame yang tidak memiliki izin.

Tabel 4.3
Data Observasi Reklame

Dokumentasi	Lokasi	Keterangan
	Jalan Pringapus – Karangjati, Bergas	Sebuah spanduk melanggar dengan melintang di jalan

	Jalan Kisarino Mangunpranoto, Ungaran Barat	Sebuah spanduk melanggar dengan menempel di tiang telepon, dan pohon
	Jalan Lemah Abang- Bandungan, Bergas	Sebuah spanduk melanggar dengan menempel di tiang telepon, dan melintang di jalan
	Jalan Jenderal Sudirman Langensari, Ungaran Barat	Sebuah reklame neon box yang tidak melanggar namun tidak berizin

	<p>Jalan Jenderal Sudirman Langensari, Ungaran Barat</p>	<p>Sebuah reklame baliho yang tidak melanggar namun tidak berizin</p>
	<p>Jalan Pringapus – Karangjati, Bergas</p>	<p>Sebuah reklame baliho yang tidak melanggar namun tidak berizin</p>
	<p>Jalan Lemah Abang-Bandungan, Bergas</p>	<p>Sebuah reklame neon box yang tidak melanggar namun tidak berizin</p>
		

 	<p>Jalan Lemah Abang-Bandungan, Bergas</p>	<p>Sebuah reklame baliho yang tidak melanggar namun tidak berizin</p>
	<p>Jalan Diponegoro, Genuk, Ungaran Barat</p>	<p>Sebuah reklame Baliho yang tidak melanggar namun tidak berizin</p>
	<p>Jalan Diponegoro, Genuk, Ungaran Barat</p>	<p>Sebuah reklame Billboard yang tidak melanggar namun tidak berizin</p>
	<p>Traffic Light Pojoksari, Ambarawa</p>	<p>Sebuah reklame spanduk yang melanggar dengan melintang di jalan</p>

Sumber : Dokumentasi pribadi

Berdasarkan data tersebut masih banyak ditemukan reklame seperti spanduk yang berada di lokasi larangan yaitu di Kecamatan Bergas, Ungaran Barat dan Ambarawa serta baliho dan neonbox yang tidak berada di lokasi larangan dan telah sesuai ketentuan yang diatur dalam peraturan daerah

namun belum memiliki izin di Kecamatan Ungaran Barat dan Bergas. Menurut keterangan dari Anik Trisnawati, S.E., selaku Ahli Muda – Penata Perizinan di DPMPTSP :

“....untuk izin penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang masih sangat kurang, beberapa hanya memasang reklame tanpa memperhatikan izin maupun pajaknya. Namun beberapa tahun terakhir penyelenggara reklame hanya membayar pajak reklame tanpa mengurus izinnya, walaupun penempatannya sudah sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku. Dikarenakan penghematan anggaran, sehingga tidak lagi ada stiker penanda untuk reklame berizin.”

Data diatas telah dilakukan verifikasi data oleh DPMPTSP dan benar adanya bahwa reklame diatas beberapa tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku sedangkan beberapa lainnya sudah sesuai dengan ketentuan namun tidak memiliki izin penyelenggaraan reklame.

E. PENEGAKAN HUKUM PENYELENGGARAAN REKLAME

Teori penegakan hukum menurut Lawrence M. Friedman menyatakan bahwa suatu efektifitas system hukum erat kaitannya dengan tiga unsur antara lain struktur hukum, substansi hukum, dan budaya hukum. Cakupan dari struktur hukum adalah lembaga dan aparat penegak hukum seperti polisi, hakim, pengacara dan lain sebagainya yang memiliki peran menjalankan hukum. Substansi hukum meliputi aturan, norma serta peraturan perundang-undangannya yang menjadi dasar penegakkan keadilan. Sedangkan budaya hukum merupakan sikap, nilai, serta kesadaran masyarakat kepada hukum. Lawrence M. Friedman menjelaskan bahwa penegakan hukum dapat berlaku efektif apabila ketiga unsur tersebut berfungsi secara seimbang yaitu struktur hukum berlaku professional, substansi yang berkeadilan, serta budaya hukum suatu masyarakat yang mendukung kepatuhan kepada hukum.

1. Struktur Hukum

Lembaga dan aparat penegak hukum penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang telah diatur dalam Keputusan Bupati Semarang Nomor 500.16/0399/2024 tentang Pembentukan Tim Pelaksana Kegiatan Penataan dan Penertiban Reklame. Tim tersebut terdiri dari berbagai dinas antara lain DPMPTSP; DPU; Dinas Perhubungan;

Satpol PP; dan BKUD. Sedangkan wewenang dalam penyidikan penyelenggaraan reklame yang diatur dalam Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 Pasal 31 diberikan kepada Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) untuk selanjutnya menyampaikan hasil penyidikan kepada penuntut umum melalui Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia sesuai dengan ketentuan dalam KUHAP. Namun dalam kurun waktu 2022 hingga 2024 belum pernah dilakukan penuntutan hukum terhadap pelanggar penyelenggaraan reklame. Kegiatan pengendalian penyelenggaraan reklame yang dilaksanakan oleh Satpol PP hanya sebatas pembongkaran dan penurunan reklame tanpa memberikan teguran terhadap penyelenggara reklame.

2. Substansi Hukum

Substansi Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015 telah memuat berbagai aspek yaitu Ruang Lingkup; Maksud dan Tujuan; Objek dan Subjek Penyelenggara Reklame; Penempatan dan Penataan Reklame; Penataan Reklame; Penyelenggaraan Reklame; Reklame Pada Sarana dan Prasarana Kota; Reklame Di Luar Sarana dan Prasarana Kota; Uang Jaminan Pembongkaran; Perizinan Reklame; Pengawasan; Sanksi Administrasi; Ketentuan Penyidikan; Ketentuan Pidana; dan Ketentuan Peralihan.

Namun mengingat usia dari peraturan tersebut sudah lebih dari 10 (sepuluh) tahun sehingga memerlukan pembaharuan yang adaptif terhadap perkembangan zaman antara lain :

- a. Penjelasan jenis - jenis reklame masih menggunakan struktur kalimat yang kurang jelas, sehingga mengakibatkan substansi materi sulit dipahami secara komprehensif.
- b. Belum adanya peraturan bupati yang mengatur terkait pengawasan penyelenggaraan reklame;
- c. Belum mengatur pihak atau OPD yang berwenang secara khusus untuk memberikan teguran dan sanksi.

3. Budaya Hukum

Budaya hukum menurut Lawrence M. Friedman ialah unsur cerminan sikap, nilai, serta kesadaran masyarakat kepada hukum dan perilaku masyarakat dalam mematuhi atau melanggar aturan. Pada konteks penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang, budaya hukum memiliki peran penting dalam penentuan sejauh mana masyarakat, pelaku usaha serta pemerintah daerah mematuhi ketentuan yang mengatur izin, lokasi dan estetika dari penyelenggaraan reklame. Apabila budaya hukum masyarakat dan pelaku usaha masih rendah seperti banyaknya reklame tanpa izin dan tidak sesuai aturan menyebabkan penegakan hukum menjadi sulit berjalan efektif meskipun struktur dan substansi hukum telah baik. Sebaliknya jika suatu masyarakat telah memiliki budaya (kesadaran) hukum yang tinggi dan paham pentingnya ketertiban dan keindahan kota maka pengawasan penyelenggaraan reklame akan lebih mudah serta mendukung terciptanya lingkungan yang indah sesuai dengan peraturan daerah yang berlaku.

Kesadaran hukum masyarakat di Kabupaten Semarang masih tergolong cukup rendah, yaitu masyarakat tidak melaporkan adanya penyelenggaraan reklame yang melanggar dan tidak sesuai izin yang diatur dalam peraturan daerah, masyarakat hanya melaporkan apabila menemukan reklame yang berdampak langsung kepada mereka, bahkan sebagian dari masyarakat tidak mengetahui adanya prosedur izin yang wajib dipenuhi sebelum menyelenggarakan reklame.

4.3. Efektifitas Hukum Izin Penyelenggaraan Reklame

Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 mengatur penyelenggaraan reklame dengan tujuan untuk menciptakan keindahan kota, meningkatkan pengaturan, pengendalian, dan pengawasan terhadap reklame, serta melindungi kepentingan dan ketertiban umum. Peraturan ini mencabut Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 15 Tahun 2004 tentang Izin Reklame. Efektifitas izin penyelenggaraan reklame merujuk pada sejauh mana izin penyelenggaraan reklame berhasil mencapai tujuannya,

seperti mengontrol tata ruang kota, meningkatkan PAD, dan menjaga estetika dan keselamatan lingkungan. Berdasarkan kewenangannya, izin penyelenggaraan reklame berada pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) yaitu Bidang Pelayanan Perizinan. Berikut data izin penyelenggaraan reklame di wilayah Kabupaten Semarang periode 2023 – 2024 :

Tabel 4.4

Data Izin Penyelenggaraan Reklame (DPMPTSP)

No.	Tahun	Izin Keluar	Titik Reklame	Pending
1.	2023	33	90	4
2.	2024	90	134	7

Sumber : Permintaan Data

Data izin penyelenggaraan reklame dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu tersebut pada tahun 2023 telah menerbitkan 33 (tiga puluh tiga) izin penyelenggaraan reklame di 90 (Sembilan puluh) titik reklame dan 4 (empat) lainnya belum dapat terbit, mengalami kenaikan pada tahun 2024 dengan menerbitkan 90 (Sembilan puluh) izin penyelenggaraan reklame di 134 (seratus tiga puluh empat) dan 7 (tujuh) lainnya belum dapat terbit.

Berdasarkan Wawancara dengan Anik Trisnawati, S.E., selaku Ahli Muda – Penata Perizinan di DPMPTSP menyatakan :

“Prosedur pengajuan izin penyelenggaraan reklame telah sesuai dengan Perda Nomor 4 Tahun 2015, namun sistem perizinannya dinilai belum efektif dalam mendeteksi reklame tak berizin dan melanggar aturan karena minimnya partisipasi masyarakat dalam pengawasan. DPMPTSP melakukan verifikasi lapangan saat pengajuan izin bersama tim teknis yang terdiri dari DPU, Dishub, BKUD, dan Satpol PP, yang kemudian juga bertugas melakukan pengawasan lapangan. Misalnya, di depan Pasar Projo terdapat reklame yang dipasang tidak sesuai izin dan himbauan awal pada saat verifikasi, sehingga Satpol PP diminta oleh DPMPTSP untuk menghentikan kegiatan tersebut dan menyesuaikannya dengan izin yang ada. Terhadap reklame yang masih terpasang namun telah habis masa izinnya, DPMPTSP memberikan surat teguran agar segera memperpanjang izin atau menghentikan penyelenggaranya. Namun demikian, DPMPTSP belum melakukan sosialisasi perizinan secara menyeluruh dan hanya melakukan pemanggilan terhadap penyelenggara reklame yang masa izinnya hampir habis. Hambatan lain yang dihadapi meliputi keinginan penyelenggara terkait tata letak reklame, serta lamanya proses perizinan bangunan gedung (PBG)

dan izin sewa di jalan nasional. Cela hukum pun masih ditemukan, seperti reklame yang telah membayar pajak tetapi belum memiliki izin resmi. Saat ini, direncanakan akan dilakukan peremajaan terhadap Perda Nomor 4 Tahun 2015, mengingat hingga kini belum pernah ada tuntutan tindak pidana ringan (tipiring) terhadap pelanggaran reklame.” (Sumber : Hasil Wawancara dengan Ahli Muda Perizinan di Mal Pelayanan Publik Kabupaten Semarang pada 13 Maret 2025)

Data yang dikumpulkan dari DPMPTSP Kabupaten Semarang menunjukkan bahwa izin dan titik reklame sangat sedikit. Karena kurangnya sosialisasi dan keyakinan bahwa sanksi akan berdampak jera terhadap penyelenggara reklame tidak berizin, penyelenggara reklame enggan membuat izin.

Selanjutnya Arijal, seorang karyawan yang bekerja di “Alfie Creation: yaitu sebuah jasa percetakan reklame yang terletak di Kalipasir, Kalirejo Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang menyatakan :

“Kami menyediakan jasa percetakan mulai dari MMT/Banner, Brosur, Poster, Kalender dan masih banyak lagi, kami juga memiliki banyak pelanggan yang memesan jenis-jenis reklame tersebut, pada pemilu misalnya omset kami mencapai 4 (empat) sampai 5 (lima) kali lipat dari biasanya, banyak juga pemesan reklame untuk promosi usaha, organisasi maupun event tertentu. Beberapa pelanggan sudah membawa desain siap cetak namun juga banyak yang minta desain dari kami, jadi untuk perizinannya sepertinya tidak ada. Untuk sosialisasi tentang penyelenggaraan reklame di kabupaten khususnya Kota Ungaran kami tidak pernah dengar.” (Sumber : Hasil Wawancara dengan jasa percetakan reklame Kabupaten Semarang pada 20 Maret 2025)

Wahyu Kurniawan, seorang warga Sidomulyo Kecamatan Ungatan Timur yang sedang memesan reklame di jasa percetakan “Alfie Creatiion” tersebut menyatakan :

“Pesanan banner mas untuk kantor X, jadi misal ada pesanan dari rekanan saya, ya biasanya saya yang cetakan sesuai desain dari permintaan dan bantu pasang mas. Tergantung permintaan mas kadang pakai bambu atau di pohon mas sesuai dari budget. Sepertinya untuk izin saya kurang paham mas, saya hanya diminta pasang ya saya pasang, kalau sudah saya pasang saya dokumentasi saya laporkan, sudah mas. Misal banner itu hilang atau diambil dinas ya sudah bukan tanggungjawab saya mas.” (Sumber : Hasil Wawancara dengan jasa pasang reklame pada 20 Maret 2025)

Berikut penulis akan memaparkan bagaimana Efektifitas Izin Penyelenggaraan Reklame perspektif Peraturan Daerah Kabupaten Semarang

Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Secara umum dan lebih spesifik mengenai bagaimana efektifitas izin penyelenggaraan reklame ditinjau dari teori efektifitas hukum Prof. Soerjono Soekanto yang menyatakan bahwa efektivitas hukum dipengaruhi oleh lima faktor utama yaitu 1.) hukum; 2.) penegak hukum; 3.) fasilitas hukum; 4.) masyarakat; dan 5.) kebudayaan.

A. Hukum

Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 mengatur penyelenggaraan reklame. Peraturan ini mencakup pengelompokan jenis reklame; bagaimana meminta izin dan tanggung jawab; dan larangan penyelenggara. Secara normatif, menurut Soerjono Soekanto, indikator "hukum itu sendiri", perda ini memenuhi unsur kejelasan dan keterjangkauan hukum (Soekanto, 2013). Namun, efektivitas norma juga bergantung pada kemampuan aturan untuk beradaptasi dengan praktik penyelenggaraan reklame yang berkembang di industri. Mungkin melemahkan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku karena beberapa ketentuan teknis yang umum masih ditafsirkan oleh pelaksana dan masyarakat, mengingat peraturan tersebut telah berusia 10 (sepuluh) tahun.

B. Penegak Hukum

Pelaksanaan peraturan daerah sangat bergantung pada seberapa baik mereka bekerja. Peran Satpol PP, DPMPTSP, dan instansi teknis lainnya sangat penting dalam pengawasan dan penindakan pelanggaran menurut Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2015. Namun, reklame tanpa izin masih ada di lokasi strategis di Kabupaten Semarang, menunjukkan pengawasan yang lemah dan penindakan yang tidak konsisten. Penegak hukum seringkali terbatas oleh kapasitas personel dan kurangnya pelatihan tentang substansi perda, yang mengakibatkan pelaksanaan kewenangan yang kurang efektif di lapangan. Hal ini mendukung gagasan bahwa penegak hukum sebagai pelaksana kebijakan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa hukum berfungsi secara efektif meskipun aturannya sudah ada (Soekanto, 2013).

1. Sumber Daya Manusia

Penggunaan sumber daya manusia, dana, dan waktu memengaruhi keberhasilan proses implementasi kebijakan. Faktor sumber daya termasuk sumber daya manusia, dana, dan waktu yang diperlukan untuk mendukung implementasi kebijakan tersebut. Hal ini mendukung gagasan bahwa sumber daya manusia yang memadai dan memenuhi kualifikasi akan memungkinkan implementasi kebijakan yang tepat dan efektif. Penegakan peraturan daerah bergantung pada kualitas aturan, serta kemampuan aparat yang bertanggung jawab untuk mengawasi, menindak, dan mendidik masyarakat.

Sumber daya yang dimaksud untuk penegakan hukum penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang adalah tim teknis reklame, yang secara khusus diemban oleh Satpol PP Kabupaten Semarang, yang bertanggung jawab atas penegakan peraturan daerah. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) membutuhkan SDM yang berkualitas dan profesional untuk melaksanakan pengawasan reklame di seluruh wilayah Kabupaten Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya manusia, terutama pegawai dengan status ASN, belum mencukupi untuk melaksanakan pengawasan reklame. Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang hanya memiliki 49 PNS dan 17 PPPK, jadi perlu lebih banyak ASN untuk meningkatkan sumber daya. Berdasarkan hal tersebut, penulis mendapatkan data sebagai berikut :

Tabel 4.5

Sumber Daya Manusia Satpol PP dan Damkar Kabupaten Semarang

NO	PANGKAT/GOLONGAN	PENDIDIKAN	JUMLAH
1	Pembina Utama Muda / IV C	Strata 2	1
2	Pembina Tingkat 1 / IV B	Strata 2	1
3	Pembina / IV A	STRATA 1	1
4	Penata Tingkat 1 / III D	STRATA 2	1
		STRATA 1	5
		Diploma 4	1
		Strata 2	1
5	Penata / III C	STRATA 1	2
6	Penata Muda Tingkat 1 / III B	SMA	7
7	Penata Muda / III A	STRATA 1	9

		SMA	14
8	Pengatur Tingkat 1 / II D	SMA	1
9	Pengatur / II C	SMA	2
		SMP	2
10	Pengatur Muda / II A	SMA	1
11	PPPK GOLONGAN IX	STRATA 1	10
12	PPPK GOLONGAN VII	Diploma 3	7
13	PELAKSANA TEKNIS	SMA	92
		SMP	1
		SD	1
JUMLAH			160

Sumber : Permintaan data

Data menunjukkan bahwa sumber daya manusia Satpol PP dan Damkar Kabupaten Semarang saat ini tidak memadai untuk melaksanakan pengawasan yang efektif karena jumlah anggota yang sedikit dan mayoritas berpendidikan SMA (73% dari seluruh anggota).

Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang berdasarkan Lampiran VII Peraturan Bupati Semarang Nomor 110 Tahun 2021 masih bertipe - C, sedangkan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2011 Pasal 8 hanya mengatur Tipe - A dan Tipe - B untuk Satpol PP Kabupaten/Kota.

2. PENYIDIK PEGAWAI NEGERI SIPIL

Sebagai bagian dari upaya pemerintah daerah untuk menegakkan hukum dan menjaga ketertiban umum, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) memainkan peran penting dalam penegakan Peraturan Daerah. PPNS adalah pegawai negeri sipil tertentu yang diberi wewenang undang-undang untuk menyelidiki pelanggaran peraturan daerah. Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2012 tentang Tata Cara Pelaksanaan Koordinasi, Pengawasan, dan Pembinaan Teknis terhadap Kepolisian Khusus, Penyidik Pegawai Negeri Sipil, dan Bentuk-bentuk Pengamanan Swakarsa; Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana, dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah adalah beberapa undang-undang yang mengatur kewenangan PPNS. Selama menjalankan tugasnya, PPNS dapat menerima laporan, memeriksa saksi, menyita barang bukti, dan

menyusun berita acara penyidikan. Hasil dari pekerjaan ini kemudian diserahkan kepada penyidik kepolisian untuk diproses. PPNS melakukan pengawasan pelanggaran peraturan daerah dalam berbagai bidang, seperti pelanggaran lingkungan hidup, ketertiban umum, bangunan tanpa izin, dan pelanggaran izin usaha. Dalam operasi sehari-hari, PPNS bekerja sama dengan lembaga lain seperti Satpol PP dan Kepolisian. Namun demikian, jumlah personel yang terbatas, pemahaman masyarakat yang buruk tentang Perda, dan koordinasi antarinstansi yang buruk sering membuat PPNS tidak efektif. Oleh karena itu, untuk membuat penegakan Perda lebih efisien dan berkeadilan, peran PPNS harus terus diperkuat.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa jumlah Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) di Kabupaten Semarang sebanyak 20 orang. Namun dari jumlah tersebut, hanya 3 orang yang memiliki kartu tanda anggota (KTA) PPNS yang masih aktif. Lebih lanjut, dari ketiga PPNS aktif tersebut, hanya 2 orang yang bertugas di lingkungan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP). Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan antara jumlah PPNS yang ada dengan yang benar-benar aktif dan berdinjas di instansi penegakan Perda, yang dapat berdampak pada efektivitas pelaksanaan tugas penyidikan terhadap pelanggaran Peraturan Daerah di wilayah tersebut.

3. PENERTIBAN

Salah satu aspek penting dari Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 adalah pengendalian pelanggaran penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang. Perda ini dibuat dengan tujuan menciptakan ruang publik yang aman, estetis, dan tertib serta menciptakan lingkungan yang nyaman bagi orang-orang. Reklame, sebagai alat informasi dan promosi, dapat membantu kegiatan ekonomi, tetapi jika tidak diatur dengan baik, dapat menyebabkan masalah seperti kekacauan tata ruang, gangguan keselamatan, dan pencemaran visual. Oleh karena itu, pemerintah daerah menetapkan aturan.

Reklame yang tidak memiliki izin, dipasang di tempat yang tidak diizinkan atau tidak sesuai zonasi, membahayakan keselamatan umum, dan reklame yang telah habis masa izinnya tetapi belum dibongkar adalah contoh pelanggaran yang diatur dalam perda. Perda menetapkan prosedur yang dimulai dengan pemberian peringatan tertulis kepada orang yang melakukan pelanggaran untuk menertibkannya. Izin penyelenggaraan reklame dapat dibekukan atau dicabut jika tidak diindahkan. Reklame akan dibongkar secara paksa oleh petugas jika pelanggaran terus terjadi, dan penyelenggara akan bertanggung jawab atas biaya pembongkaran. Pelanggar juga dapat dikenakan sanksi administratif, seperti denda atau bahkan sanksi pidana ringan, sesuai dengan aturan yang berlaku.

Beberapa lembaga pemerintah daerah, termasuk Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), Dinas Pekerjaan Umum (DPU), Dinas Perhubungan, Badan Keuangan Daerah dan DPMPTSP bekerja sama untuk melakukan penertiban ini. Tujuan utama dari penertiban ini adalah untuk menegakkan hukum, mempertahankan keindahan kota, menjaga keamanan masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah dari reklame legal, dan memberikan keamanan hukum bagi bisnis yang patuh. Namun, pelaksanaan di lapangan menghadapi beberapa masalah. Ini termasuk kurangnya kesadaran hukum masyarakat, jumlah penegak perda yang terbatas, dan kemungkinan konflik sosial, terutama jika iklan milik usaha kecil dibongkar. Oleh karena itu, untuk menciptakan lingkungan kota yang aman, tertib, dan berdaya saing, penertiban reklame memerlukan pendekatan yang tegas namun humanis, serta kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Data mengenai penertiban pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame dalam penelitian ini diperoleh dari Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Semarang, yang merupakan instansi yang berwenang dalam penegakan peraturan daerah terkait ketertiban umum dan ketentraman masyarakat antara lain :

Tabel 4.6
Data penertiban reklame (Satpol PP)

No	Periode	Penanganan
1.	2025 (Triwulan I)	1123
2.	2024	4934
3.	2023	5066
4.	2022	3698

Sumber : Permintaan data

Data tersebut menyebutkan bahwa Satpol PP pada tahun 2025 di triwulan pertama telah menertibkan sebanyak 1.123 (seribu seratus dua puluh tiga) buah reklame, tahun 2024 sebanyak 4.934 (empat ribu sembilan ratus tiga puluh empat) buah reklame, tahun 2023 sebanyak 5.066 (lima ribu enam puluh enam) buah reklame, dan tahun 2022 sebanyak 3.698 (tiga ribu enam ratus sembilan puluh delapan) buah reklame di wilayah Kabupaten Semarang.

Berdasarkan data yang diperoleh tersebut, Satpol PP Kabupaten Semarang dengan rutin melaksanakan pengawasan umum terkait pelanggaran Peraturan Daerah nomor 4 tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame. Berdasarkan wawancara dengan Wahyu Pito Nugroho, S.H., M.H., selaku Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Semarang :

“Pengawasan Umum penyelenggaraan reklame rutin kami (Satpol PP) laksanakan ke-19 (Sembilan belas) kecamatan di wilayah Kabupaten Semarang per bulan sesuai dengan jadwal kegiatan yang telah direncanakan, bahkan pada bulan Januari hingga Maret tahun ini kami telah menertibkan sebanyak 1.123 (seribu seratus dua puluh tiga) buah reklame yang melanggar ketentuan dari Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015. Reklame yang kami temukan tersebut langsung kami turunkan dan kami bawa ke kantor sebagai barang bukti. Namun kami belum pernah sampai tahap penuntutan di peradilan” (Sumber : Hasil Wawancara dengan Kabid Tibus PPHD Satpol PP Damkar Kabupaten Semarang pada 12 Maret 2025).

Anang Sukoco, S.STP.,M.M selaku Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang juga menambahkan bahwa :

“Setiap Peraturan Daerah terdapat dinas atau OPD teknis masing - masing, seperti halnya Peraturan Daerah Nomor 4 tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame memiliki dinas pengampu yaitu Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang. Sehingga penegakkan hukumnya pun menjadi tanggungjawab Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang.” (Sumber : Hasil Wawancara dengan Kasatpol PP Damkar Kabupaten Semarang pada 12 Maret 2025).

Selanjutnya di Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang, Amin Nugroho, S.Kom., selaku Auditor Muda - Inspektorat Daerah menyatakan bahwa :

“Benar adanya bahwa Dinas teknis adalah lembaga pemerintah yang menangani bidang teknis tertentu. Lembaga ini juga bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan operasional atau penunjang yang terkait dengan bidang tugasnya. Namun untuk Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 tahun 2015, Inspektorat bukanlah dinas teknisnya. Peraturan tersebut dilaksanakan secara kolaboratif yaitu DPMPTSP untuk perizinannya, BKUD untuk pajak retribusinya, Dinas Perhubungan dan Dinas Pekerjaan Umum untuk peletakannya apabila di ruas atau badan jalan, dan Satpol PP dalam penertibannya. Sedangkan tugas dari Inspektorat adalah melaksanakan pengawasan terhadap proses pemberian izin dan pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame tersebut secara berkala.

Kegiatan pengawasan Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang dibagi menjadi 2 (dua) yaitu pengawasan umum dan pengawasan khusus. Pengawasan umum dilakukan kepada seluruh dinas/OPD setiap tahunnya kepada semua kegiatan yang dilakukan dinas tersebut dengan metode sampling, sedangkan pengawasan khusus dilakukan kepada dinas pada kegiatan tertentu. Untuk pengawasan khusus yang dilakukan oleh Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang dilaksanakan berdasarkan beberapa indikator, antara lain isu strategis; mitigasi resiko; dan aduan masyarakat. Namun untuk kegiatan penyelenggaraan reklame dalam 5 (lima) tahun terakhir belum pernah dilakukan pengawasan khusus.” (Sumber : Hasil Wawancara dengan Auditor Muda – Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang pada 14 Maret 2025).

Diketahui bahwa kegiatan pengawasan umum terhadap penyelenggaraan reklame dilakukan melalui tindakan penertiban langsung di lapangan terhadap reklame yang terbukti melanggar peraturan yang berlaku. Namun demikian, dalam praktiknya, Satpol PP tidak melanjutkan penindakan tersebut hingga pada tahap penuntutan atau pemberian sanksi pidana kepada pelanggar. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang dilakukan lebih bersifat preventif dan represif dalam bentuk penertiban fisik, bukan melalui mekanisme hukum

pidana. Akibatnya, tidak terdapat upaya yang cukup untuk memberikan pemahaman kepada para pelanggar bahwa tindakan mereka merupakan suatu bentuk pelanggaran hukum, sehingga tidak menimbulkan efek jera yang seharusnya menjadi tujuan dari penegakan aturan tersebut.

C. Fasilitas Hukum

Sistem administrasi perizinan, infrastruktur pendukung pengawasan, dan anggaran yang memadai adalah fasilitas hukum. Proses perizinan reklame di Kabupaten Semarang masih menghadapi banyak tantangan birokrasi, terutama bagi bisnis kecil. Tidak semua kecamatan memiliki sistem pelayanan yang terintegrasi, sehingga ada perbedaan dalam pengawasan di beberapa daerah. Keefektifan penegakan dihambat oleh kekurangan peralatan untuk pembongkaran reklame tak berizin dan jumlah pengawas yang terbatas. Menurut teori Prof. Soerjono Soekanto, lemahnya fasilitas hukum akan berdampak langsung pada daya guna aturan, meskipun substansi hukumnya jelas (Soekanto, 2013). Saat ini perizinan reklame hanya di fasilitasi di Mal Pelayanan Publik (MPP) yang terletak di Jalan Fatmawati, Kesongo, Krekesan, Lopait, Kecamatan Tuntang.

D. Masyarakat

Tidak banyak orang di Kabupaten Semarang yang menyadari bahwa mereka harus memiliki izin untuk melakukan reklame. Banyak bisnis lokal menganggap pengurusan izin sebagai tugas administrasi, sehingga mereka memilih memasang reklame tanpa mengikuti prosedur resmi. Tidak memahami fungsi dan keuntungan perizinan juga menyebabkan kepatuhan terhadap perda berkurang. Tidak semua orang, terutama di daerah pinggiran atau pasar tradisional, memiliki akses ke sosialisasi pemerintah daerah. Menurut teori Prof. Soerjono Soekanto, elemen masyarakat sangat penting untuk efektivitas hukum karena regulasi hanya dapat berfungsi jika ada kesadaran dan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek hukum (Soekanto, 2013).

E. Kebudayaan

Aspek kebudayaan menunjukkan cara masyarakat melihat hukum. Budaya permisif terhadap pemasangan reklame tanpa izin atau pelanggaran kecil masih menjadi masalah di Kabupaten Semarang. Reklame dianggap dapat diterima meskipun tidak memiliki izin resmi selama tidak mengganggu ketertiban umum. Selain itu, prinsip-prinsip informal, seperti hubungan pribadi dengan pejabat atau figur publik, sering memengaruhi proses penegakan hukum. Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial non-formal masih bersaing dengan sistem hukum formal dalam kehidupan sehari-hari. Prof. Dr. Soerjono Soekanto, S.H., M.A., berpendapat bahwa keberhasilan penerapan suatu peraturan sangat bergantung pada kesesuaian antara budaya hukum masyarakat dan standar hukum formal (Soekanto, 2013).

BAB V

PENUTUP

5.1. SIMPULAN

1. Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah mengatur secara rinci mengenai penataan, perizinan, pengawasan, dan sanksi, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala. Penataan reklame sudah diatur dengan mempertimbangkan aspek estetika, keselamatan, dan tata ruang kota, namun masih ditemukan reklame yang melanggar ketentuan lokasi serta banyak yang belum memiliki izin resmi. Proses perizinan telah ditetapkan secara jelas melalui DPMPTSP, tetapi kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban izin dan pajak masih rendah. Dari sisi pengawasan, pemerintah daerah melalui tim lintas instansi telah berupaya melakukan penertiban, namun efektivitasnya belum optimal karena masih lemahnya koordinasi dan keterbatasan sumber daya. Sementara itu, penegakan hukum berdasarkan teori Lawrence M. Friedman menunjukkan ketidakseimbangan antara struktur, substansi, dan budaya hukum. Struktur hukum sudah terbentuk, tetapi belum diikuti dengan tindakan hukum tegas terhadap pelanggaran. Substansi peraturan juga perlu diperbarui agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Budaya hukum masyarakat pun masih rendah, tercermin dari minimnya kesadaran untuk mengurus izin atau melaporkan pelanggaran. Dengan demikian, keberhasilan penegakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2015 membutuhkan sinergi antara pembaruan regulasi, penguatan peran aparat penegak hukum, serta peningkatan kesadaran hukum masyarakat agar penyelenggaraan reklame di Kabupaten Semarang dapat tertib, aman, dan berkontribusi optimal terhadap keindahan kota serta Pendapatan Asli Daerah..
2. Berdasarkan analisis terhadap lima indikator efektivitas hukum oleh Prof. Soerjono Soekanto, bahwa Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor

4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame belum efektif masih menghadapi sejumlah tantangan struktural dan kultural dalam proses pelaksanaannya. Dari segi substansi, perda ini telah memberikan dasar hukum yang jelas dan rinci, tetapi pengawasan yang buruk, keterbatasan fasilitas, dan kurangnya kolaborasi antarinstansi penegak hukum membuatnya tidak berjalan dengan baik. Termasuk masalah Penegak Hukum yaitu Sumber Daya Manusia, kinerja Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), dan sistem pengawasan di lapangan. Jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang terbatas di Satpol PP, yang sebagian besar berpendidikan sekolah menengah atas yaitu 117 orang dan belum sepenuhnya profesional, menyebabkan kurangnya kemampuan untuk mengawasi dan melaksanakan tugas secara optimal. Selain itu, proses penyidikan dan penegakan hukum yang menyeluruh dihambat oleh jumlah PPNS aktif yang sangat terbatas dan kurangnya kesadaran masyarakat tentang sanksi Perda. Penertiban reklame ilegal terjadi secara teratur dan cukup besar setiap tahunnya, tetapi fokusnya lebih pada metode pencegahan dan represif fisik tanpa melibatkan proses hukum pidana. Akibatnya, penegakan hukum belum sepenuhnya berjalan dengan cara yang diharapkan untuk membuat pelanggar jera dan membuat mereka sadar hukum. Sebaliknya, kurangnya kesadaran budaya dan masyarakat terhadap pelanggaran administratif merupakan hambatan sosiologis yang signifikan untuk mendukung kepatuhan hukum. Akibatnya, keberhasilan perda ini tidak hanya bergantung pada seberapa jelas aturannya, tetapi juga sangat bergantung pada penguatan institusi pelaksana, peningkatan sarana hukum, peningkatan sosialisasi, dan internalisasi prinsip hukum dalam budaya masyarakat lokal.

Berdasarkan seluruh uraian dan analisis yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa penegakan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, baik dari aspek struktural maupun kultural. Dari sisi struktural, kelemahan terletak pada keterbatasan sumber daya manusia yang profesional dan memadai, terbatasnya jumlah PPNS aktif,

serta kurangnya koordinasi antarinstansi yang berwenang. Hal ini berdampak pada lemahnya implementasi perda secara konsisten dan menyeluruh. Meskipun Satpol PP secara rutin melakukan penertiban reklame ilegal, pendekatannya masih sebatas preventif dan represif fisik tanpa menyentuh aspek penegakan hukum pidana, sehingga tidak menimbulkan efek jera yang diperlukan untuk menciptakan kepatuhan hukum. Berdasarkan analisis terhadap lima indikator efektivitas hukum menurut Prof. Soerjono Soekanto, terlihat bahwa meskipun substansi Perda sudah cukup jelas dan memadai, pelaksanaan hukumnya masih terhambat oleh lemahnya struktur penegakan hukum dan rendahnya budaya hukum masyarakat. Kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya ketaatan terhadap aturan, serta sikap permisif terhadap pelanggaran administratif, menjadi hambatan kultural yang signifikan. Oleh karena itu, keberhasilan implementasi perda ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas normatif dari aturan yang ada, tetapi juga sangat tergantung pada penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas dan jumlah aparatur penegak hukum, penyediaan sarana dan prasarana yang memadai, intensifikasi sosialisasi hukum, serta internalisasi nilai-nilai hukum dalam kesadaran kolektif masyarakat. Tanpa upaya yang terintegrasi dan berkelanjutan pada aspek-aspek tersebut, efektivitas perda dalam menciptakan tata ruang kota yang tertib, aman, estetis, dan produktif secara ekonomi akan sulit terwujud secara optimal.

5.2. SARAN

Setelah mempelajari dan menganalisis pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Semarang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, rekomendasi berikut dapat dibuat :

1. Penguatan SDM

Sangat penting bagi pemerintah Kabupaten Semarang untuk meningkatkan jumlah dan kualitas tenaga kerja, terutama di Satpol PP dan PPNS. Prioritas harus diberikan pada pengangkatan ASN baru yang memiliki pendidikan hukum, tata ruang, atau bidang terkait lainnya, serta pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan profesionalisme dan kemampuan teknis dalam melaksanakan tugas pengawasan dan penindakan reklame ilegal.

2. Peningkatan Peran dan Kapasitas PPNS

Jumlah PPNS yang aktif dan tersertifikasi harus ditingkatkan, terutama di Satpol PP dan lembaga lain yang berperan langsung dalam penegakan Perda. Selain itu, pembinaan dan pengawasan internal harus dilakukan untuk memastikan PPNS dapat menjalankan kewenangannya secara efektif, termasuk proses penyidikan yang dapat dilanjutkan ke tahap penuntutan sesuai dengan hukum acara yang berlaku.

3. Penguatan Koordinasi Antarinstansi

Untuk meningkatkan kerja sama antara Satpol PP, Dinas Perhubungan, Badan Keuangan Daerah, dan DPMPTSP, disarankan untuk membentuk forum koordinasi terpadu secara teratur. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa penegakan hukum dilakukan secara bersamaan dan terorganisir, dan untuk menghindari tumpang tindih kewenangan yang dapat mengganggu penertiban reklame.

4. Penerapan Sanksi Hukum secara Konsisten

Pemerintah daerah harus mengimbangi taktik persuasif dengan penerapan sanksi hukum yang konsisten dan tegas. Penindakan pelanggaran reklame harus melibatkan tindakan fisik selain menggunakan mekanisme hukum administratif dan pidana ringan untuk meningkatkan kesadaran hukum dan efek jera.

5. Peningkatan Sosialisasi dan Edukasi Publik

Sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku usaha, terutama UMKM, tentang isi dan konsekuensi hukum dari Perda penyelenggaraan reklame. Ini dapat dicapai melalui media lokal, forum masyarakat, dan kolaborasi dengan organisasi kemasyarakatan.

6. Optimalisasi Penggunaan Teknologi Informasi

Sistem digital dapat digunakan oleh pemerintah daerah untuk mencatat, mengawasi, dan memantau pemasangan reklame secara real time. Sistem perizinan elektronik dan pemantauan yang berbasis GIS akan meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas pengelolaan reklame di wilayah Kabupaten Semarang.

Dengan menerapkan rekomendasi ini secara menyeluruh dan berkelanjutan, penegakan Perda No. 4 Tahun 2015 dapat menjadi lebih efisien, adil, dan berkontribusi nyata terhadap keteraturan tata ruang kota dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

DAFTAR PUSTAKA

- Asshiddiqie, J. (2006). *Pembangunan Hukum dan Penegakan Hukum di Indonesia*. Seminar Menyoal Moral Penegak Hukum Dalam Rangka Lustrum XI Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquire and Reaseach Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage.
- Friedman, L. M. (2018). *The Legal System : A Social Science Perspective* (VI). Nusa Media.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- HR, R. (2011). *Hukum Administrasi Negara (edisi revisi)*. Rajawali Press.
- Huda, N. (2009). *Hukum Pemerintahan Daerah*. Nusa Media.
- Maggalatung, S. (2014). *Prinsip-Prinsip Penegakan Hukum, Keadilan dan HAM dimensi Keislaman dan Keindonesiaan*. Focus Grahamedia.
- Moenta, A. P., & Pradana, S. A. (2018). *Pokok-Pokok Hukum Pemerintah Daerah*. Rajawali Press.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. mataram University Press.
- Nurmardiansyah, E. (2015). *Penerapan Green Constitution dan Green Legislation Dalam Rangka Eco-Democracy*. Veritas et Justitia, 1(1), 183–219. <https://doi.org/doi.org/10.25123/vej.v1i1.1422>
- Permana, D. (2019). *Penegakan Peraturan Wali Kota Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung: Suatu Telaahan Kritis pada Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja*. Jurnal Tatapamong, 123–132. <https://www.ayobandung.com/>
- Purwati, A. (2020). *Metode Penelitian Hukum Teori dan Praktek*. Jakad Media Publishing.
- Raco, J. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Grasindo.
- Rahardjo, S. (1980). *Hukum dan Masyarakat*. Angkasa Bandung.

- Rahardjo, S. (1983). *Masalah Penegakan Hukum: Suatu Tinjauan Sosiologis*. Sinar Baru.
- Rodiyah, Arifin, R., & Steven. (2020). *Local Autonomy and Federalism: How Indonesia Deal With Democracy in The Global Governance?* Pandecta Research Law Journal, 15(2), 432–358. <https://doi.org/10.15294/pandecta.v15i2.23268>
- Rodiyah, Sri Utari, I., & Muhtada, D. (2018). *Village Bureaucracy Reform in Democratic and Autonomy Era in Indonesia: Study of The Establishment of Laws and Regulations Method By IRR Model*. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, 17(4).
- Sibuea, H. Y. P. (2016). *Teori Efektivitas Hukum Dalam Penegakan Hukum Pengaturan Minuman Beralkohol*. Negara Hukum, 7(1).
- Soekanto, S. (1982). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Rajawali Press.
- Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. UI Press.
- Soekanto, S. (2007). *Pokok - pokok Sosiologi Hukum*. PT Raja Grafindo Persada.
- Soekanto, S. (2013). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutedi, A. (2010). *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. Sinar Grafika.
- Sutoyo, A. (2014). *Pemahaman Individu: Observasi, Cheklist, Interviu, Kuisisioner, Sosiometri*. Pustaka Belajar.
- Thunberg, S., & Arnell, L. (2022). *Pioneering the use of technologies in qualitative research–A research review of the use of digital interviews*. International Journal of Social Research Methodology, 25(6), 757–768. <https://doi.org/10.1080/13645579.2021.1935565>
- Ulfatun Najicha, F., Ayu Ketut Rachmi Handayani, I. G., Hartiwiningdh, & Karjoko, L. (2020). *Natural Resource Management in the Welfare State Paradigm on the Environmental Policy Rules in Indonesia*. International Journal of Advanced Research, 8(1), 1198–1205. <https://doi.org/10.21474/ijar01/10424>

- Utrecht, E. (1957). *Pengantar Dalam Hukum Indonesia*. Ichthiar.
- Wahyuni, T. (2020). *Efektivitas Peraturan Kepala Daerah Tentang Peningkatan Disiplin dan Penegakan Hukum Protokol Kesehatan di Lingkungan Pemerintah Daerah*. Administrasi Publik Puslatbang KMP LAN, 16(2).
- Waluyo, Najicha, F. U., & Hermawan, S. (2019). *Law in the Globalization and Its Influence on Economic Development and Environmental Preservation based on Pancasila and the Indonesian Constitution of 1945*. ICGLOW, 358, 317–321. <https://doi.org/10.2991/icglow-19.2019.78>
- Wirianto, L. (2010). *Peran Reklame/Iklan Dalam Mempromosikan Produk dan Jasa*. Graha Ilmu.
- Wulandari, R. A. (2021). *Juridical Analysis of Transitional Land Rights Unregistered in Dharmasraya Regency*. Education and Humanities Research, 535, 566–577. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210304.127>
- Wulandari, R. A., Sukron, M., & Efendi, R. (2020). *Analisa Hukum Peralihan Hak Tanah Ulayat Kaum Yang Belum di Daftarkan di Kabupaten Dharmasraya*. JCH (Jurnal Cendekia Hukum), 6(1), 61–71. <https://doi.org/10.3376/jch.v6i1.274>
- Friedman, L. M. (2017). *American Law : An Introduction*. Oxford University Press.
- Friedman, L. M. (2019). *Sistem Hukum : Perspektif Ilmu Sosial*. Nusa Media.
- Fuady, M. (2010). *Dinamika teori hukum* (Nurhadi, Ed.). Ghalia Indonesia.
- Marzuki, P. M. (2005). *Penelitian Hukum*. Kencana.
- Reksodiputro, M. (1994). *Sistem Peradilan Pidana Indonesia (Melihat Kejahatan dan Penegakan Hukum dalam Batas-Batas Toleransi) Pusat Keadilan dan Pengabdian Hukum*. UI Press.
- Soekanto, S. (1982). *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*. Rajawali.

LAMPIRAN



Wawancara dengan Anang Sukoco, S.STP.,M.M., (Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang)



Wawancara dengan Wahyu Pito N., S.H.,M.H., (Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Penegakan Produk Hukum Daerah - Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang)



Wawancara dengan Anik Trisnawati, S.E., (Ahli Muda Penata Perizinan – Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang)



Wawancara dengan Amin Nugroho, S.Kom., (Auditor Muda - Inspektorat Daerah Kabupaten Semarang)

LAMPIRAN
KEPUTUSAN BUPATI SEMARANG
NOMOR : 500.16/0399/2024
TENTANG
PEMBENTUKAN TIM PELAKSANA
KEGIATAN PENATAAN DAN PENERTIBAN
REKLAME

DAFTAR SUSUNAN KEANGGOTAAN TIM PELAKSANA KEGIATAN PENATAAN
DAN PENERTIBAN REKLAME

NO.	JABATAN DALAM DINAS	JABATAN DALAM TIM
1.	Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang	Ketua
2.	Sekretaris Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang	Sekretaris
3.	Koordinator Pelayanan Terpadu Satu Pintu pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang	Koordinator
4.	Kepala Bidang Cipta Karya pada Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Semarang	Anggota
5.	Kepala Bidang Manajemen Lalu Lintas pada Dinas Perhubungan Kabupaten Semarang	Anggota
6.	Kepala Bidang Ketertiban Umum dan Penegakan Produk Hukum Daerah pada Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang	Anggota
7.	Kepala Bidang Pajak Daerah pada Badan Keuangan Daerah Kabupaten Semarang	Anggota
8.	Penata Perizinan Ahli Muda pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang	Anggota
9.	Pelaksana pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Semarang	Anggota

BUPATI SEMARANG,

ttd.

NGESTI NUGRAHA

Tim Pelaksana Kegiatan Penataan dan Penertiban Reklame

(Sumber : Keputusan Bupati Semarang Nomor : 500.16/0399/2024)

PROPOSAL BALIHO DANA JL JENDRAL SUDIRMAN AMBARAWA
(UKURAN 4x6 M (VERTIKAL) BACKLITE)



LONGITUDE
-7.258389, 110.405028

NILAI STRATEGIS

- ❖ View dari Jl. Jendral Sudirman Ambarawa
- ❖ Kawasan Rama Perdagangan
- ❖ Lalu Lintas Kendaraan Banyak Padat



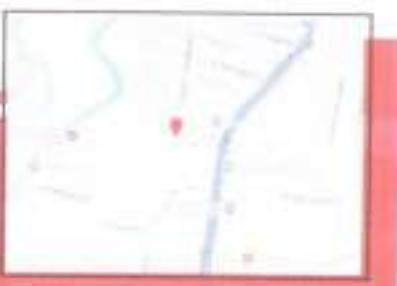


PROPOSAL BALIHO JL HOS COKROAMINOTO
(UKURAN 4x6 M (VERTIKAL) BACKLITE)

LONGITUDE
-7.127334, 110.403541

NILAI STRATEGIS

- ❖ Status Jalan Perkotaan
- ❖ View dari Jl Kartini
- ❖ Kawasan Kuliner UMM Alun-Alun Lamongan



Sample Pengajuan Izin Penyelenggaraan Reklame
(Sumber : Permintaan data)



PEMERINTAH KABUPATEN SEMARANG
SATUAN POLISI PAMONG PRAJA
DAN PEMADAM KEBAKARAN

Jl. Kisarino Mangunpranoto No 55, Ungaran, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50517,
Telepon (024) 76901346, Faksimile (024) 8922146
Laman www.satpolpp.semarangkab.go.id, Pos-el satpolkabsemarang@gmail.com

REKAP PENEGAKAN PERDA REKLAME 2024

NO	BULAN	JUMLAH REKLAME KAIN/SPANDUK	JUMLAH BALIHO	JUMLAH REKLAME PAPAN/BILLBOARD
1	JANUARI	423	13	-
2	FEBRUARI	365	17	-
3	MARET	239	11	-
4	APRIL	321	33	-
5	MEI	367	20	-
6	JUNI	434	4	10
7	JULI	357	10	2
8	AGUSTUS	435	4	4
9	SEPTEMBER	449	10	-
10	OKTOBER	420	7	-
11	NOVEMBER	469	-	-
12	DESEMBER	490	20	-
	JUMLAH	4769	149	16

Ungaran, 29 April 2025
Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan
Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang



ANANG SUROCCO, S.STP.,M.M
Pembina Usaha Muda (IV/c)
NIP. 197710031998101001

Rekap Penegakan Peraturan Daerah Penyelenggaraan Reklame periode 2024
(SATPOL PP DAMKAR KABUPATEN SEMARANG)
(Sumber : Permintaan data)



SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DAN PEMADAM KEBAKARAN

Jl. Kliauoro Manggraprandio No. 55, Ungaran, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50517.

Telepon (024) 78601346, Faksimile (024) 5622146

Laman www.satpolpp.semaraung.go.id, Pos-el: satpolppsemaraung@gmail.com

REKAP PENEGAKAN PERDA REKLAME TRIWULAN I 2025

NO	KECAMATAN	JANUARI			FEBRUARI			MARET		
		KAIN/ SPANDUK	BALIHO	PAPAN/ BILLBOARD	KAIN/ SPANDUK	BALIHO	PAPAN/ BILLBOARD	KAIN/ SPANDUK	BALIHO	PAPAN/ BILLBOARD
1.	AMBARAWA	20	-	-	19	-	-	21	3	-
2.	BANCARAK	20	-	-	18	-	-	18	-	-
3.	BANDUNGAN	18	-	-	21	-	-	22	-	-
4.	BANYUBIRU	21	-	-	19	-	-	20	3	-
5.	BAWEN	19	-	-	20	-	-	20	-	-
6.	BERGAS	19	-	-	22	-	-	22	3	-
7.	BRINGIN	20	-	-	19	-	-	20	-	-
8.	GETASAN	19	-	-	18	-	-	19	-	-
9.	JAMBU	20	-	-	19	-	-	18	-	-
10.	KALIWUNGU	-	-	-	23	-	-	19	-	-
11.	PABELAN	-	-	-	19	-	-	22	-	-
12.	PRINCIPIS	20	-	-	19	-	-	20	-	-
13.	SUMOWONDO	18	-	-	21	-	-	18	1	-
14.	SURUH	19	-	-	20	-	-	19	-	-
15.	SUSUKAN	19	-	-	18	-	-	19	1	-
16.	TENGARAN	20	-	-	21	-	-	21	-	-
17.	TUNTANG	20	-	-	19	-	-	24	-	-
18.	UNGARAN BARAT	19	-	-	20	-	-	19	15	-
19.	UNGARAN TIMUR	20	2	-	23	-	-	20	3	-
JUMLAH		391	2	0	378	0	0	383	29	0

Untuk: 29 April 2025
 Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan
 Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang
 Pembina Ujama Muda (I/C)
 NIP. 197710031988101001
ANANG BUDHOYO, S.STP, M.M


Rekap Penegakan Peraturan Daerah Penyelenggaraan Reklame periode Triwulan I
 Tahun 2025 (SATPOL PP DAMKAR KABUPATEN SEMARANG)
 (Sumber : Permintaan data)



PEMERINTAH KABUPATEN SEMARANG
SATUAN POLISI PAMONG PRAJA
DAN PEMADAM KEBAKARAN

Jl. Kisarino Mangunpranoto No 55, Ungaran, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah 50517,
Telepon (024) 76901346, Faksimile (024) 8922146
Laman www.satpolpp.semarangkab.go.id, Pos-el satpolkabsemarang@gmail.com

REKAP PENEGAKAN PERDA REKLAME 2024

NO	BULAN	JUMLAH REKLAME KAIN/SPANDUK	JUMLAH BALIHO	JUMLAH REKLAME PAPAN/BILLBOARD
1	JANUARI	423	13	-
2	FEBRUARI	365	17	-
3	MARET	239	11	-
4	APRIL	321	33	-
5	MEI	367	20	-
6	JUNI	434	4	10
7	JULI	357	10	2
8	AGUSTUS	435	4	4
9	SEPTEMBER	449	10	-
10	OKTOBER	420	7	-
11	NOVEMBER	469	-	-
12	DESEMBER	490	20	-
	JUMLAH	4769	149	16

Ungaran, 29 April 2025
Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan
Pemadam Kebakaran Kabupaten Semarang



ANANG SUROCCO, S.STP.,M.M
Pembina Usaha Muda (IV/c)
NIP. 197710031998101001

Rincian Penegakan Peraturan Daerah Penyelenggaraan Reklame Tahun 2024
(SATPOL PP DAMKAR KABUPATEN SEMARANG)
(Sumber : Permintaan data)

Rangkap 5 : Mosak Saat Bater plastik kuning 4 (Silia BARU)
Rangkap 1 : Mosak Saat Bater plastik kuning 1 (Silia PERPANJANGAN)

Perihal : Permohonan Ijin
Pemasangan Reklame

Kepada yth:
Bupati Semarang
Melalui Kepala DPMPTSP Kab. Semarang
di-
Ungaran

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :
Alamat lengkap :
Nama Perusahaan :
Alamat Perusahaan :
No. Telepon :
Kuasa Dari :

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin Pemasangan Reklame dalam wilayah Kabupaten Semarang dengan keterangan sebagai berikut :

Jenis Reklame :
Isi :
Ukuran / Jumlah :
Tempat / Lokasi :
Jalan / Jurusan :
Jangka Waktu :
Malai sampai dengan

Diatas Tanah Milik :

Dan sebagai bahan pertimbangan, bersama ini kami lampirkan persyaratan sebagai berikut :

1. Foto copy kartu tanda penduduk (KTP).
2. Surat kuasa bermaterai Rp. 10.000,- apabila dikuasakan.
3. Surat copy akta pendirian perusahaan bagi yang berbadan hukum.
4. Foto copy ijin mendirikan bangunan (IMB) atau Persetujuan Bangunan Gedung (PBG) bagi yang menggunakan bangunan / panggung reklame.
5. Gambar konstruksi reklame dan perhitungannya.
6. Gambar atau foto dan denah lokasi rencana peletakan reklame.
7. Ijin tertulis pemilik lahan.
8. Ijin reklame sedi bagi perpanjangan ijin penyelenggaraan reklame & bukti buas pajak terakhir.

Demikian untuk menjadikan periksa dan atas terkabulnya permohonan ini kami ucapkan terima kasih.

.....
Hormat Kami

NO. HP :

Form Permohonan Izin Pemasangan Reklame (DPMPTSP)
(Sumber : Permintaan data)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama lengkap :
Alamat lengkap :
Nomor HP :
Nama Usaha :
Alamat Usaha :
Jabatan :

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tidak akan mendirikan dan memasang reklame terlebih dahulu selama perizinan penyelenggaraan reklame belum di terbitkan oleh DPMPTSP Kabupaten Semarang.
2. Adapun bila saya melanggar, saya bertanggung jawab untuk ditindak sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

..... 20.....

Yang membuat pernyataan

MATERAI
10.000

Form Surat Pernyataan Pertanggungjawaban Penyelenggaraan Reklame

(DPMPTSP)

(Sumber : Permintaan data)

A. STANDAR OPERASIONAL UNTUK PENYELENGGARAAN REKLAME



· [第3部分] 专家加入面试组]

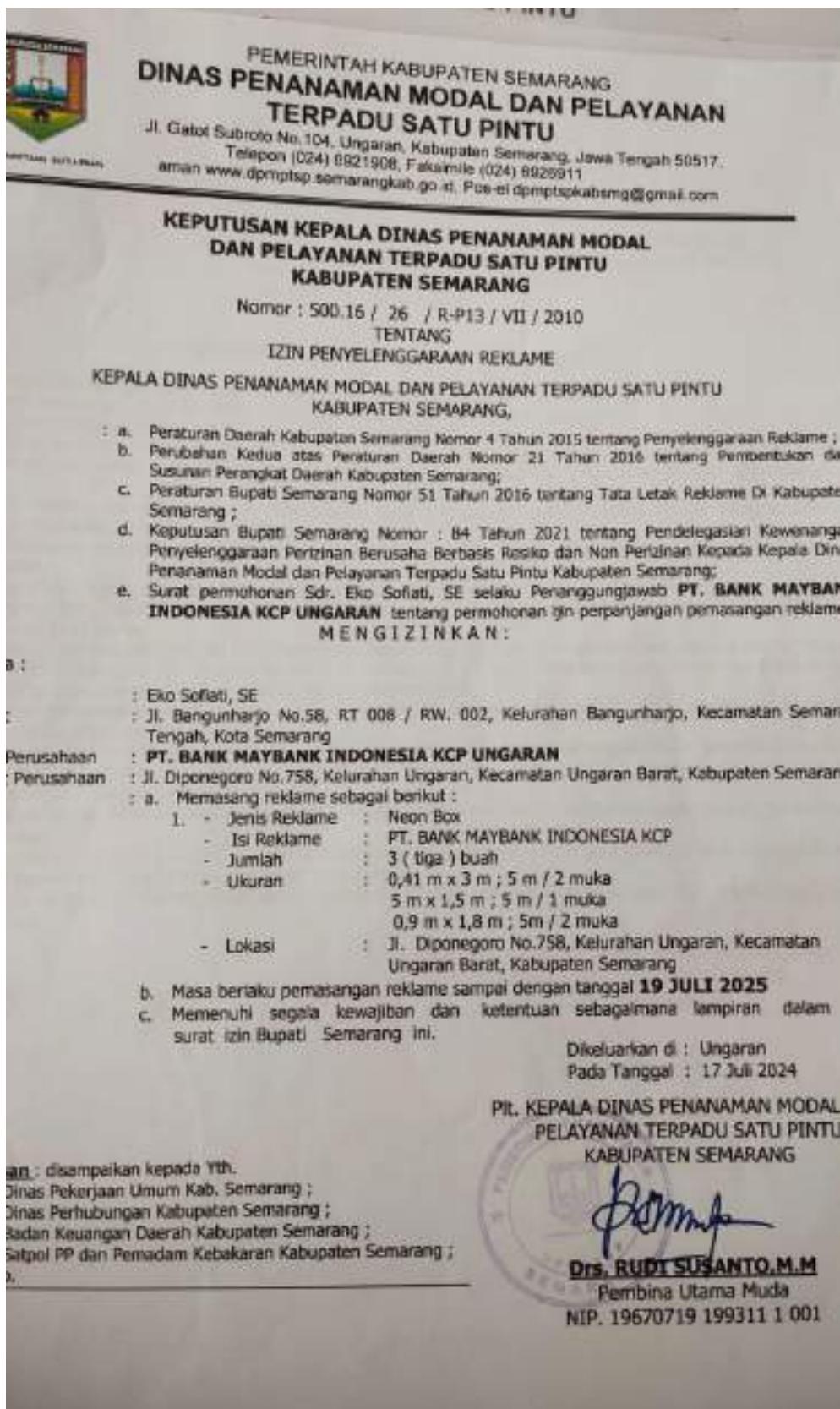
 REPUBLIK INDONESIA	Persetujuan Tanggal Persetujuan: Bonus Kewajiban: Tanggal Pengembang: Umurkan Usia: (B) DOPAT PEMERINTAH
BANTU	
Bonus BOP	Inti Penyelempangan Pidana
Kualifikasi Pelakunya	
<ol style="list-style-type: none"> Undang-Undang Republik Indonesia 28 Tahun 2009 Tentang Pemerintahan Pubbli (Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 67, Tertimbun Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 50/2009). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Konsolidasi Peraturan Perundang-undangan Pergantian Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2002 tentang Cipta Kerja Mengganti Undang-Undang. Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelempangan Pidana; Keputusan Bupati Serang Nomor 94 Tahun 2020 tentang Perselempangan Konsolidasi Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelempangan Pidana; Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 10 Tahun 2020 tentang Perselempangan Konsolidasi Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelempangan Pidana; Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Perselempangan Konsolidasi Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelempangan Pidana; Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 12 Tahun 2020 tentang Perselempangan Konsolidasi Peraturan Daerah Kabupaten Sermang Nomor 4 Tahun 2015 tentang Penyelempangan Pidana; 	
Identifikasi :	
1. BOP Pihak pertama (namu 12 namu)	
Peringatan:	
<p>Mengingat bahwa dilakukan saran atau dan berjiming apabila dilakukan dilakukan, jadi penyelempangan tidak selenggapi peraturan naskah pidana umum. Inti Penyelempangan Pidana akan menghantui dan menyebabkan peraturan tidak memiliki legitimasi.</p>	
Persalinan / Penyelempangan	
<ol style="list-style-type: none"> Kongsiata Private ATK 	
Persalinan dan Penyelempangan	
<ol style="list-style-type: none"> Persalinan Permenkumham. Checklist Kelebihan Berkas. Tanda Tangan Berkas. Berita Acara Penyelempangan Dikti Lokasi. 	

No.	Indikator	Periode	Scoring	Time Sheet Tertinggi dalam periode	Skala Prestasi Rata	Indikator Kinerja Kepala Departemen	Indikator Kinerja Kepala Departemen	Skala Prestasi	Skala Prestasi	Skala Prestasi
2.	KEHALIAN KAMI Menunjukkan bahwa semua tugas perusahaan terselesaikan dengan baik					Kinerja teknisi pemasaran				
3.	Menunjukkan bahwa dokumentasi perusahaan terselesaikan dengan baik	100%	10			Kinerja teknisi pemasaran dalam mengolah informasi dan data	100%	100	100	100
4.	Kinerja teknisi pemasaran dalam mengolah informasi dan data	100%	10			Kinerja teknisi pemasaran	100%	100	100	100
5.	Kinerja teknisi pemasaran dalam mengolah informasi dan data	100%	10			Kinerja teknisi pemasaran	100%	100	100	100
6.	Verifikasi hasil kerja					Hasil hasil kerja	100%	100	100	100
7.	Keberhasilan kerja					Hasil kerja yang terlaksana	100%	100	100	100
8.	Hasil kerja kerja					Hasil kerja yang terlaksana	100%	100	100	100
9.	Hasil kerja kerja					Hasil kerja yang terlaksana	100%	100	100	100

No.	Kegiatan	Ditargetkan	Basis	Tujuan (Tujuan, Kriteria, Kegiatan, Kegiatan)	Isi/Keperluan/Alat	Konsistensi/Keberadaan/Keberadaan PTPSP	Perintah	Surat	Perintah	Waktu	Objektif	Ket
1.	Menuliskan surat izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan		Surat Penugasan Reklame	Ajukan Izin Reklame dan Reklame Bukan Iklan
2.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame									Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame
3.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame
4.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame
5.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame
6.	Menuliskan surat izin penyelenggaraan reklame pada Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Bangku 4
No.	Kegiatan	Pengaruh	Basis	Tujuan Tujuan penugasan dan KEGIATAN	Isi/Keperluan/Alat	Konsistensi/Keberadaan/Keberadaan PTPSP	Perintah	Surat	Perintah	Waktu	Objektif	Ket
7.	Menuliskan surat izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan		Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Ajukan Izin Reklame dan Reklame Bukan Iklan
8.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame									Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Ajukan Izin Reklame dan Reklame Bukan Iklan
9.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"
10.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"
11.	Menuliskan Draft Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Ajukan Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"
12.	Menuliskan surat izin penyelenggaraan reklame pada Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Bangku 5
No.	Kegiatan	Pengaruh	Basis	Tujuan Tujuan penugasan dan KEGIATAN	Isi/Keperluan/Alat	Konsistensi/Keberadaan/Keberadaan PTPSP	Perintah	Surat	Perintah	Waktu	Objektif	Ket
13.	Menyampaikan Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame	Surat Penugasan Izin Penyelenggaraan Reklame	
14.	Menuliskan surat izin penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	
15.	Menyampaikan Izin Penyelenggaraan Reklame								Surat Penugasan	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disebut "Surat Izin"	

Standar Operasional Izin Penyelenggaraan Reklame (DPMPTSP)

(Sumber : Permintaan data)



Sample Izin Penyelenggaraan Reklame

(Sumber : Permintaan data)



Reklame jatuh pada Senin, 24 Maret 2025 di Exit Tol Ungaran, Ungaran Timur
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Reklame jatuh pada Selasa, 25 Maret 2025 di Exit Tol Ungaran, Ungaran Timur
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Reklame jatuh pada Selasa, 25 Februari 2025 di Exit Tol Ungaran, Ungaran Timur

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Baliho hampir roboh pada Rabu, 02 Maret 2022 di Selatan Jembatan Tuntang, Kecamatan Tuntang
(Sumber: Permintaan Data)



Penertiban Reklame yang melanggar di Wilayah Kabupaten Semarang bersama PPNS

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)