

Implementasi Penertiban Reklame yang Tidak Berizin di Kota Bandung

Ariq Alauddin*, Abdul Rohman

Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*alauddinariq@gmail.com, abe131185@gmail.com

Abstract. In the State of Indonesia, since January 1, 2001, regional autonomy has been implemented. Regional autonomy is implemented based on Law Number 23 of 2014 as amended by Law Number 9 of 2015 concerning Regional Government, hereinafter referred to as the Regional Government Law. This means that the Regional Government is given the authority by the Act to manage and administer its own area. One way to increase and implement regional autonomy itself by the Bandung City Government focuses on increasing regional original income through the implementation of billboards. Advertisements based on the Regional Regulation of the City of Bandung Number 2 of 2007 concerning the Implementation of Advertisements. billboards are an inseparable part of the modern social system and society. The method used in this research is normative juridical, with a statutory approach and a case approach. With library research data collection techniques, this is done by collecting secondary data which includes primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials. As well as the research specifications used are descriptive analytical. It was concluded that the Bandung City Government has made efforts to control the implementation of billboards that are not in accordance with the provisions for their placement, namely through mechanisms regarding licensing and supervision carried out by relevant agencies mandated by Bandung Mayor Regulation Number 217 of 2018 concerning Instructions for the Implementation of Billboards.

Keywords: *Regional Autonomy, Licensing, Billboard Implementation.*

Abstrak. Di Negara Indonesia, sejak tanggal 1 Januari 2001 telah memberlakukan otonomi daerah. Otonomi daerah dilaksanakan berdasarkan Undang-undang Nomor 23 Tahun 2014 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Pemerintahan Daerah, yang selanjutnya penulis sebut UU Pemda. Artinya Pemerintah Daerah diberikan wewenang oleh Undang-undang tersebut untuk mengelola dan mengurus daerahnya sendiri. Salah satu cara untuk meningkatkan dan melaksanakan otonomi daerah sendiri oleh Pemerintahan Kota Bandung menitikberatkan peningkatan pendapatan asli daerah yang melalui penyelenggaraan reklame. Reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Reklame. reklame merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem dan sosial masyarakat modern. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni yuridis normatif, dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Dengan teknik pengumpulan data Studi Kepustakaan, ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tertier. Serta Spesifikasi Penelitian yang digunakan bersifat Deskriptif Analitis. Diperoleh simpulan bahwa Pemerintah Daerah Kota Bandung telah melakukan upaya dalam penertiban penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan penempatannya adalah melalui mekanismenya mengenai perizinan dan pengawasan yang dilakukan oleh dinas-dinas terkait yang dimandatkan oleh Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 217 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame.

Kata Kunci: *Otonomi Daerah, Perizinan, Penyelenggaraan Reklame.*

A. Pendahuluan

Penyelenggaraan reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan, jenis, perizinan, penyelenggaraan, pengendalian, pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi. Tata ruang adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang, baik direncanakan maupun tidak. Salah satu ciri pemerintahan yang efektif adalah komitmennya untuk memberlakukan dan menegakkan aturan perundangan yang telah dibuatnya. Adapun yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame di Kota Bandung yaitu Perda Reklame Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2007.

Pada dasarnya dalam pemasangan papan reklame ada beberapa prosedur dan tata cara yang harus ditaati dalam pelaksanaannya yang dimana melibatkan pihak-pihak yang mempunyai kepentingan masing-masing, antara lain:

1. Pihak Pemerintah

Pemerintah yang dimaksud disini adalah pemerintah daerah (kabupaten, kota) tempat dimana papan reklame akan dipasang. Pemerintah kota/kabupaten memiliki kewenangan memberi izin pemasangan papan reklame dimaksud sesuai dengan peraturan daerah setempat yang dikeluarkan oleh Bupati/Walikota, yang kemudian melimpahkannya di bawah wewenang Dinas Pertamanan Dan Tata Ruang Kota

2. Pihak Penyelenggara Reklame.

Pihak penyelenggara reklame adalah pihak perusahaan Advertasing atau ialah perusahaan yang memiliki papan reklame itu sendiri sebagai kegiatan usahanya. Dimana dalam operasionalnya mempunyai kewajiban untuk mengajukan permohonan untuk memperoleh izin usaha pemasangan papan reklame. Dengan sebelumnya harus melengkapi persyaratan yang telah di tentukan.

3. Pihak perusahaan produk dan jasa

Pihak perusahaan produk dan jasa adalah pihak yang memiliki atau memproduksi suatu produk atau jasa dan memasarkan suatu produk dan jasa agar diketahui oleh masyarakat terkait dengan produk atau jasanya..

B. Metodologi Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni yuridis normatif, dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Dengan teknik pengumpulan data Studi Kepustakaan, ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tertier. Serta Spesifikasi Penelitian yang digunakan bersifat Deskriptif Analitis. yaitu menggambarkan dan menerangkan secara jelas mengenai permasalahan dan ketentuan-ketentuan hukum yang mengatur tentang Penertiban Reklame Yang Tidak Berizin Di Kota Bandung Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2007 Dihubungkan Dengan Asas Kepastian Hukum.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Terwujudnya iPemerintahan yang iefektif idilihat idari ikomitmennya idalam imenjalankan idan imenegakan iaturan iperundangan yang itelah idibuatnya. iUpaya iPemerintah iKota iBandung idalam imenerbitkan iPeraturan iDaerah iKota iBandung itentang iPenyelenggaraan iReklame iNomor i2 iTahun i2007 ibertujuan iagar iselaras idengan iestetika ikota. iUntuk mengimplementasikannya itelah idikeluarkan ipula iPeraturan iWalikota iBandung iNomor i005 iTahun i2018 itentang iPetunjuk iPenyelenggaraan iReklame.

Seperti yang itelah idi iatur idalam iPeraturan iDaerah iKota iBandung itentang ipenyelenggaraan ireklame iterdapat ikawasan ikawasan iatau izonasi-zonasi yang iboleh iatau itidak iboleh idilakukannya ikegiatan ireklame, iyaitu ikawasan imematik, ikawasan ikhusus, ikawasan iselektif, idan ikawasan iumum. iPada ikenyataannya imasih ibanyak ipapan ireklame yang iberdiri idi ikawasan ikhusus idimana ikawasan itersebut imerupakan ikawasan yang itidak iboleh idilakukannya ikegiatan ipenyelenggaraan ireklame iseperti yang iada idisekitar iJalan iTamansari iada ipapan ireklame yang imengiklankan iproduk irokok yang idimana iiklan idari iproduk itersebut iberdekatan idengan ikawasan ipendidikan ikampus iUniversitas iIslam iBandung.

Keindahan dan eloknya Kota Bandung ini ternodai dengan adanya reklame yang tersebar di penjuru Kota Bandung. Jumlah reklame yang ada pada kawasan yang tidak diizinkan adanya reklame terhitung per tanggal 25 Oktober 2018 sebanyak 258 reklame yang tersebar di Jalan Supratman, Jalan Pahlawan dan Jalan L. L. R.E. Martadinata. Ada 11 kawasan bebas menurut Perda Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2007 Pasal 5 Huruf a yang berbunyi: “Kawasan bebas, adalah kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame yaitu lokasi pemerintahan, lokasi pendidikan, tempat-tempat ibadah dan rumah sakit, lokasi militer, lokasi perumahan dan permukiman, taman kota, Jalan Asia Afrika, Jalan Braga, Jalan R.A.A Wiranatakusumah, Jalan Pajajaran, Jalan Ir. H. Juanda, Jalan Dr. Junjungan serta kawasan bebas lainnya yang berdasarkan aspek teknis dan estetika tidak memungkinkan adanya pemasangan reklame, yang penempatannya lebih lanjut diatur oleh Walikota”.

Keberhasilan suatu implementasi kebijakan dapat diukur dari tujuan dan berhasilnya suatu implementasi itu di lapangan. Menurut Adul Wahab Implementasi adalah: “Implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu, pejabat-pejabat, atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan” (1997: 63).

Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame tidak hanya bersangkutan dengan mekanisme penjabaran keputusan-keputusan politik ke dalam prosedur-prosedur rutin melalui saluran-saluran birokrasi; melainkan lebih dari itu, menyangkut masalah konflik kepentingan, keputusan, dan siapa yang memperoleh apa dari kebijakan tersebut. Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame dihadapkan pada banyak kendala, baik yang berkaitan dengan standar dan kebijakan, sumber daya, karakteristik organisasi pelaksana, komunikasi antar organisasi terkait, disposisi/sikap pelaksana, maupun lingkungan ekonomi, sosial, dan politik yang kurang kondusif. Implementasi suatu kebijakan bisa jadi gagal ketika para implementor tidak sepenuhnya menyadari terhadap standar dan tujuan kebijakan. Standar dan tujuan kebijakan memiliki hubungan erat dengan disposisi para implementor.

Dengan demikian asas kepastian hukum sudah tercapai karena asas kepastian hukum hanya dapat dijawab secara normatif. Kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara nyata dan berisi ketentuan yang jelas dan logis, Sedangkan dalam implementasi penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Bandung belum dapat tercapai oleh pemerintah terkait dalam penertiban reklame yang tidak berizin dan tidak sesuai dengan perletakkannya yang sebagaimana di jelaskan di Peraturan Walikota Bandung tentang perizinan dan perletakan reklame yang sudah jelas peraturannya.

Seharusnya penertiban yang di perintahkan pemerintah kepada dinas yang terkait disampaikan secara tegas dan pelaksanaan penertibanpun dilaksanakan secara cepat sehingga keberadaan reklame di Kota Bandung dapat terkendali dan tidak menyalahi aturan. Ketidakjelasan pengaturan penyelenggaraan reklame dalam hal pengawasan dan penertiban mengakibatkan ketidak efektifan dalam melaksanakan tujuan dari Peraturan Daerah Kota Bandung yaitu agar selaras dengan estetika kota. Sehingga banyak reklame yang tersar di Kota Bandung ini tetapi menyalahi aturan yang ada terutama dalam hal perizinan dan perletakkannya. Peraturan daerah Kota Bandung Nomor 2 tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2018 merupakan dasar bagi pengaturan penyelenggaraan reklame dalam hal memberi izin dan mendirikan reklame. Arah dari kebijakan penyelenggaraan reklame berdasarkan Peraturan Daerah tersebut bersangkutan dengan Asas Kepastian Hukum yang hakikatnya dapat tercipta dengan adanya penertiban reklame yang efektif oleh pemerintah dan dinas yang terkait agar menghasilkan keamanan, ketertiban, kebersihan, dan kenyamanan bagi masyarakat umum dan sesuai dengan peraturan yang ada.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Izin yang dikeluarkan oleh DPMPTSP belum sesuai dengan ketentuan perletakan atau kawasan yang di atur dalam Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Peraturan Walikota Bandung Nomor 005 Tahun 2018. Karena izin yang dikeluarkan oleh DPMPTSP ini masih terdapat yang tidak berizin dan menyalahi ketentuan perletakannya. Sebagai contoh keberadaan reklame yang berada di kawasan Universitas Islam Bandung di Jalan Taman Sari Nomor 1 merupakan papan reklame yang mengiklankan tentang rokok dan menyalahi ketentuan penempatan karena berdiri di kawasan pendidikan sebagai mana di atur dalam Pasal 11 Peraturan Walikota Bandung Tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame.
2. Upaya Pemerintah Daerah Kota Bandung dalam penertiban penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan penempatannya adalah melalui mekanisme mengenai perizinan dan pengawasan yang dilakukan oleh dinas-dinas terkait yang dimandatkan oleh Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 217 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame. Dimana dalam upaya penertiban sebelumnya dilakukan terlebih dahulu pengawasan yang dilakukan oleh beberapa dinas-dinas yang melakukan pengawasan yang dimana antara dinas yang satu dengan yang lain melakukan pengawasan kepada aspek yang berbeda.
3. Sehingga penyelenggaraan reklame di Kota Bandung bisa berjalan sesuai tujuan dan isi dari Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2007 Tentang Penyelenggaraan Reklame bisa terlaksana secara efektif.

Daftar Pustaka

- [1] Abdul Wahab, Solichin, Pengantar Analisis Kebijakan Publik. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2008.
- [2] Adrian Sutedi, Hukum Perizinan dalam sektor Publik, Sinar Grafika, Jakarta, 2011.
- [3] Andi Hamzah, Asas-asas Penting dalam Hukum Acara Pidana, Surabaya, FH Universitas 2005.
- [4] Ateng Syfrudin, Titik Berat Otonomi Daerah pada Daerah Tingkat II dan Perkembangannya, Mandar Maju, 2008.
- [5] Bambang Sunggono, Metodologi Penelitian Hukum, Rajawali Press, Jakarta, 1997.
- [6] Delyana, Shant. Konsep Penegakan Hukum. Yogyakarta, Liberty, 1998.
- [7] Frank Jefkins, Periklanan. Edisi Ketiga. Terjemahan Haris Munandar, Erlangga, Jakarta, 1996.
- [8] Angraeni, Ananda Nurafifah. (2021). *Implementasi Penegakan Hukum Pidana terhadap Praktik Illegal Fishing di Kabupaten Raja Ampat berdasarkan UU No. 45 Tahun 2009 tentang Perubahan UU No. 31 Tahun 2004 tentang Perikanan*. Jurnal Riset Ilmu Hukum, 1(1), 52-61.
- [9] Inu Kencana Syafie, Ilmu Administrasi Publik, Rineka Cipta, Jakarta, 2005.
- [10] Kontjaningrat, Metode Penelitian Masyarakat, Gramedia, Jakarta, 1985.
- [11] Lukman Wirianto, Peran Reklame/Iklan Dalam Mempromosikan Produk Dan Jasa, Jakarta: Graha Ilmu, 2010.
- [12] Moh. Nazir, Metode Penelitian Cetakan ke-5, Ghalia Indonesia: Bogor, 2003.
- [13] Nurdin Usman, Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum, Grasindo, Jakarta, 2002.
- [14] Nurdin, Syafruddin dan Usman, Basyiruddin, Guru Profesional dan Implementasi Kurikulum. Jakarta: Ciputat Press, 2003.
- [15] Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1996.
- [16] Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik
- [17] Undang-Undang Dasar Tahun 1945

- [18] Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 8 Tahun 2003 Tentang Pajak Reklame
- [19] Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2007
- [20] Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Reklame
- [21] Peraturan Walikota Bandung Nomor 217 Tahun 2018
- [22] Noviansyah Rizal, Sistem dan Prosedur Pembayaran Retribusi Perizinan Usaha, vol 4, 1 Maret 2014.
- [23] www.itjen.kemkes.go.id/peruuan/download/1
- [24] www.menuruthukum.com/ Mochtar Kusumaatmadja
- [25] <http://honeywhite93.blogspot.com/2012/12/aaupb-asas-asas-umum-pemerintahan-yang.html>
- [26] <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2014/30TAHUN2014UU.HTM>