

**PENGAWASAN TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH
TIM TEKNIS REKLAME BERDASARKAN PASAL 15 PERATURAN
WALIKOTA KEDIRI NOMOR 7 TAHUN 2013 TENTANG
PENYELENGGARAAN REKLAME**

(Studi di Badan Penanaman Modal Kota Kediri)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Kesarjanaan Dalam Ilmu Hukum**

OLEH :

YOLLA ELOK HARYANI

NIM. 135010118113004



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

MALANG

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGAWASAN TERHADAP
PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH TIM
TEKNIS REKLAME BERDASARKAN PASAL 15
PERATURAN WALIKOTA KEDIRI NOMOR 7
TAHUN 2013 TENTANG PENYELENGGARAAN
REKLAME (Studi di Badan Penanaman Modal
Kota Kediri)**

Identitas Penulis :

a. Nama : Yolla Elok Haryani
b. NIM : 135010118113004
c. Konsentrasi : Hukum Administrasi Negara

Jangka waktu penelitian : 2 Bulan

Disetujui pada tanggal:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Agus Yulianto, SH. MH

Lutfi Effendi, SH. M.Hum

NIP. 1950717 198601 1 001

NIP. 19600810 198601 1 002

Mengetahui,

Ketua Bagian

Hukum Administrasi Negara

Lutfi Effendi, SH. M.Hum

NIP. 19600810 198601 1 002

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGAWASAN TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH
TIM TEKNIS REKLAME BERDASARKAN PASAL 15 PERATURAN
WALIKOTA KEDIRI NOMOR 7 TAHUN 2013 TENTANG
PENYELENGGARAAN REKLAME (Studi di Badan Penanaman Modal Kota
Kediri)**

**OLEH :
YOLLA ELOK HARYANI**

135010118113004

Skripsi ini telah disahkan pada tanggal :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Agus Yulianto, SH. MH

Lutfi Effendi, SH. M.Hum

NIP. 19590717 198601 1 001

NIP. 19600810 198601 1 002

Ketua Bagian

Mengetahui

Hukum Administrasi Negara,

Dekan Fakultas Hukum

Lutfi Effendi, SH. M.Hum

Dr. Rachmad Safa'at, SH. M.Si

NIP. 19600810 198601 1 002

NIP. 196208051998802 1 001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu dengan judul **“PENGAWASAN TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH TIM TEKNIS REKLAME BERDASARKAN PASAL 15 PERATURAN WALIKOTA KEDIRI NOMOR 7 TAHUN 2013 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME (Studi di Badan Penanaman Modal Kota Kediri)”**.

Dalam penulisan Skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu selayaknya penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Brawijaya, Prof. Dr. Ir. Mohammad Bisri, MS beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. Rachmad Safa'at, SH. M.Si selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.
3. Bapak Nurdin SH. M.Hum selaku Ketua Bagian Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.
4. Bapak H. Lutfi Effendi, SH. M.Hum selaku Ketua Bagian Hukum Administrasi Negara Fakultas Hukum Universitas Brawijaya serta Dosen Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan sabar kepada penulis dalam membimbing penyusunan skripsi hingga selesai.
5. Bapak Agus Yulianto, SH. MH selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan sabar kepada penulis dalam membimbing penyusunan skripsi hingga selesai.

6. Bapak Ir. Triyono Kutut Purwanto, MM selaku Kepala Badan Penanaman Modal Kota Kediri yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam memperoleh data dalam penulisan skripsi ini.
 7. Bapak Hendry dan Ibu Umi Sri Rahayu, SE beserta seluruh staff dan karyawan Badan Penanaman Modal Kota Kediri yang telah membantu memberikan informasi serta data dalam penulisan skripsi ini.
 8. Secara khusus penulis sampaikan terimakasih kepada Bapak Suyono dan Ibu Anis Kurnianingdyah Hariani, SE selaku Orang Tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan kasih sayangnya.
 9. Yogi Pamungkas yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam penulis menyelesaikan skripsi ini.
 10. Teman-teman angkatan 2013 Fakultas Hukum Universitas Brawijaya Kampus 3 Kediri, khususnya sahabat saya Ira Andriana dan Pranindita Ayuningtyas yang telah memberikan doa, dukungan, masukan, serta saran dan bantuannya.
- Serta pihak-pihak lain yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini baik dalam teknik penyajian materi maupun pembahasan. Demi kesempurnaan Skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca terutama bagi Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.

Kediri, Januari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan.....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Umum Tentang Pengawasan	15
B. Kajian Umum Tentang Reklame	27
C. Kajian Umum Tentang Tim Teknis Reklame	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	45
B. Pendekatan Penelitian	45
C. Lokasi Penelitian	46
D. Jenis dan Sumber Data	47
E. Teknik Memperoleh Data	49
F. Populasi, Sampel dan Teknis Sampling	50
G. Teknik Analisis Data	51
H. Definisi Operasional	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Kediri	53
B. Gambaran Umum Tentang Badan Penanaman Modal Kota Kediri	55
C. Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Reklame oleh Tim Teknis Reklame Berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame	64

D. Kendala Serta Solusi yang Dihadapi oleh Tim Teknis Reklame dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Reklame di Kota Kediri.....	72
---	----

BAB V PENUTUP

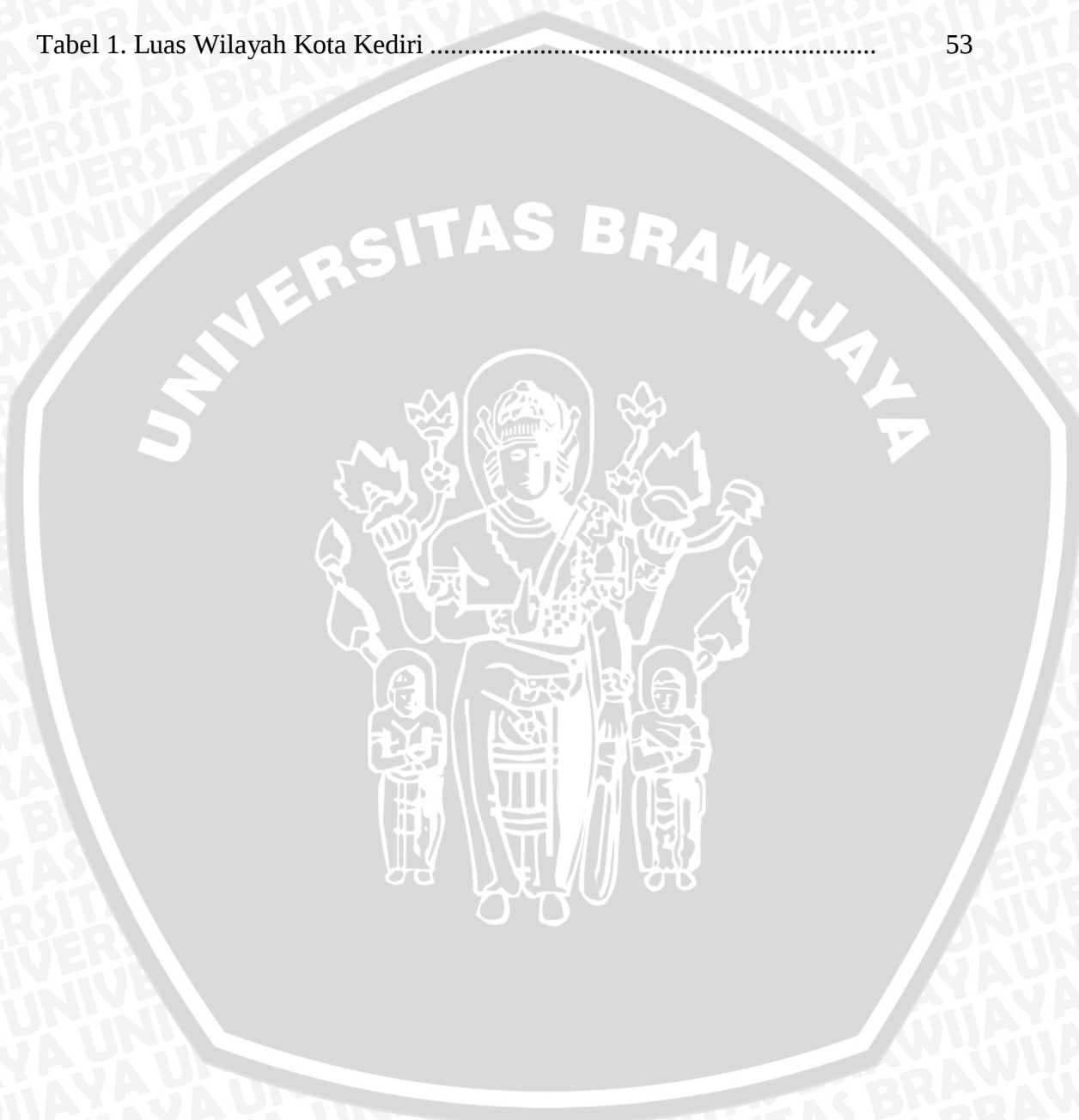
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
Daftar Pustaka	83
Lampiran	



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Luas Wilayah Kota Kediri	53
---	----



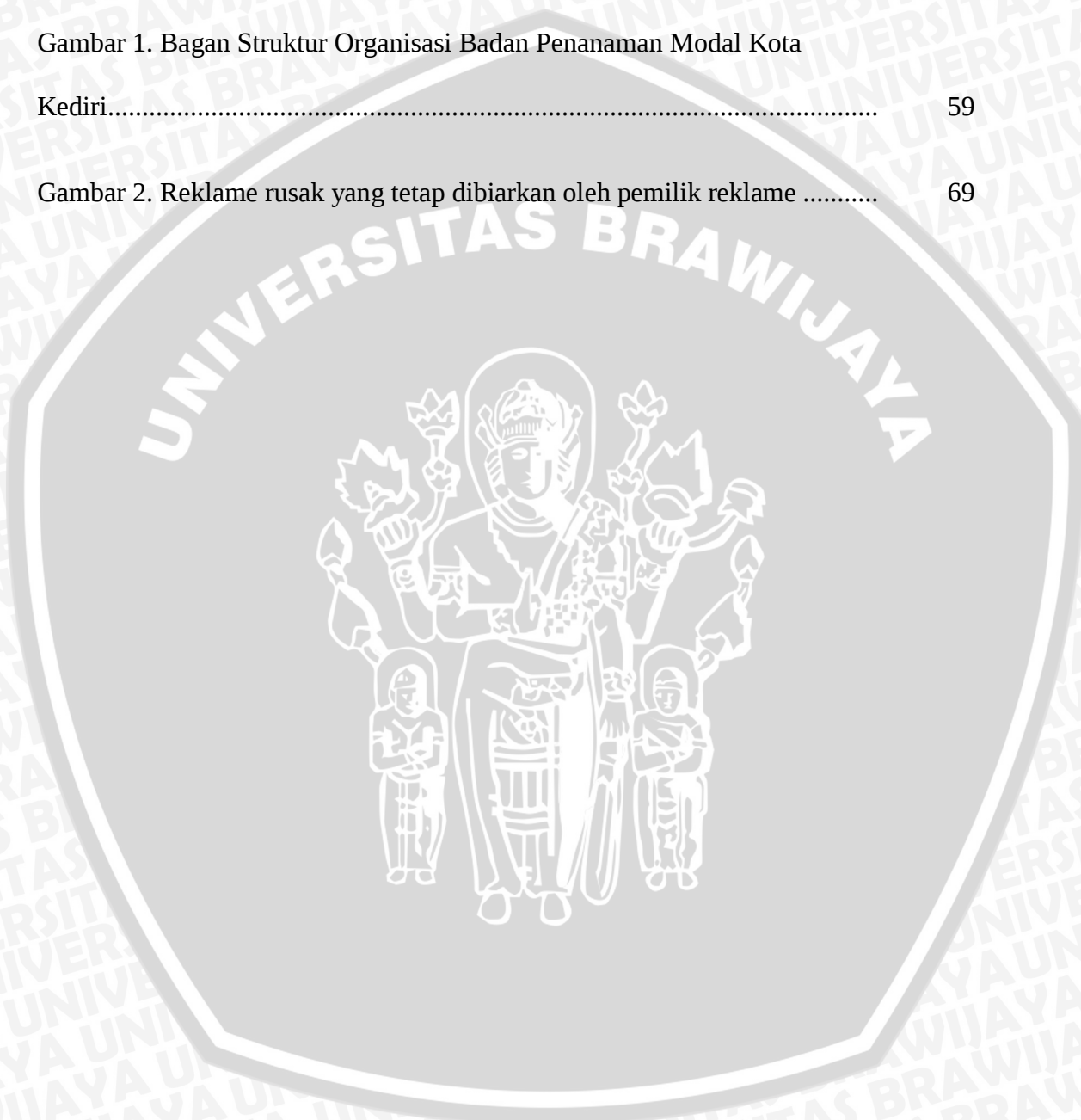
DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. Bagan Struktur Organisasi Badan Penanaman Modal Kota

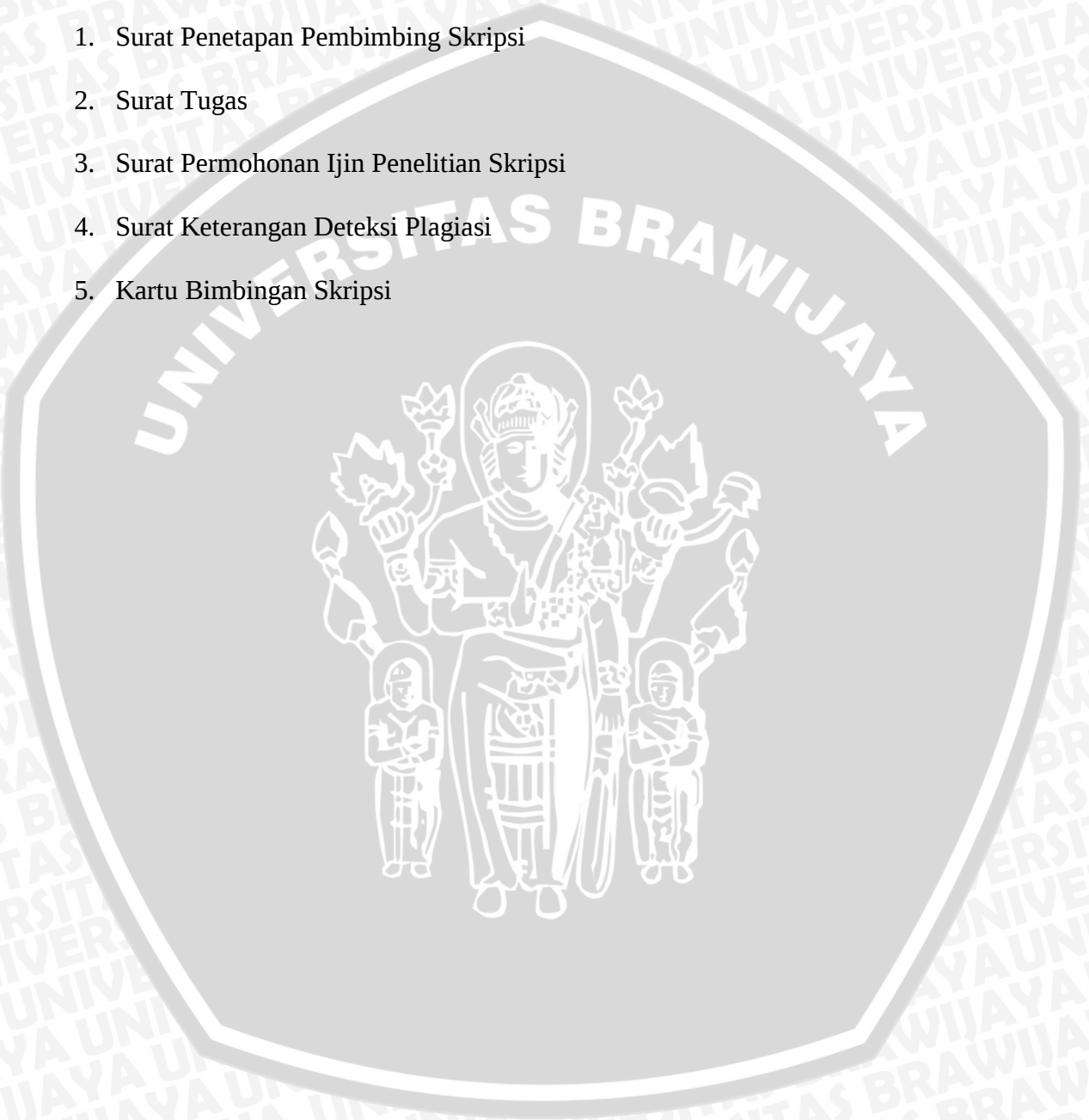
Kediri..... 59

Gambar 2. Reklame rusak yang tetap dibiarkan oleh pemilik reklame 69



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
2. Surat Tugas
3. Surat Permohonan Ijin Penelitian Skripsi
4. Surat Keterangan Deteksi Plagiasi
5. Kartu Bimbingan Skripsi



ABSTRAK

Yolla Elok Haryani, Hukum Administrasi Negara, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Januari 2017, PENGAWASAN TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH TIM TEKNIS REKLAME BERDASARKAN PASAL 15 PERATURAN WALIKOTA KEDIRI NOMOR 7 TAHUN 2013 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME (STUDI DI BADAN PENANAMAN MODAL KOTA KEDIRI), Agus Yulianto, SH. MH, Lutfi Effendi, SH. M.Hum.

Pada skripsi ini, penulis mengangkat permasalahan Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Reklame Oleh Tim Teknis Reklame Berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame. Pilihan tema tersebut dilatar belakangi oleh banyaknya reklame yang terpasang di Kota Kediri tidak pada tempatnya, terutama jenis reklame insidentil. Selain itu terdapat reklame yang dipasang tidak sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Kediri. Dengan adanya pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame tersebut maka peran dari Pemerintah Kota Kediri khususnya Tim Teknis Reklame sangat diperlukan agar menjadikan Kota Kediri menjadi Kota yang tertib dan indah.

Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis ingin mengetahui pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame oleh tim teknis reklame berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, dan kendala serta solusi dalam melakukan pengawasan. Metode penelitian menggunakan metode yuridis empiris yaitu dengan meneliti mengenai penerapan hukum dalam masyarakat. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame telah diterapkan namun pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame belum sepenuhnya optimal, terdapat beberapa kendala dalam melakukan pengawasan. Namun Tim Teknis Reklame telah melakukan beberapa upaya dalam melakukan pengawasan penyelenggaraan reklame secara optimal.

Kata Kunci : Pengawasan, Tim Teknis Reklame

ABSTRACT

Yolla Elok Haryani, State Administrative Law, Faculty of Law Universitas Brawijaya, January 2017, SUPERVISION OF MANAGEMENT OF ADVERTISEMENT BY ADVERTISEMENT TECHNICAL TEAM UNDER ARTICLE 15 REGULATION OF THE MAYOR OF KEDIRI NUMBER 7 YEAR 2013 REGARDING THE MANAGEMENT OF ADVERTISEMENT (A STUDY IN THE INVESTMENT BOARD OF KEDIRI), Agus Yulianto, SH. MH, Lutfi Effendi, SH. M.Hum.

The issue raised in this undergraduate thesis is the Supervision of the advertisement management by Technical Advertising Team Under Article 15 regulation of the mayor of Kediri No. 7 year 2013 on the Implementation of Advertising. This topic was chosen due to the number of billboards installed not in proper place in Kediri, especially that of incidental advertisement. In addition, there are billboards that were installed not in accordance with criteria established by the Government of Kediri. With the offenses on the management of advertisement, the role of the Government of Kediri particularly the Advertising Technical Team is indispensable for making the City of Kediri be orderly and beautiful.

Consequently, the objective of this study is to find out the supervision of the management of the advertisement by the advertisement technical team by virtue of Article 15 Mayor of Kediri Regulation No. 7 year 2013 on the Implementation of Advertising, the constraints faced and solutions in monitoring. The research used juridical empirical method which was intended to examine the application of the law in society. The findings of the study show that the monitoring of the advertisement management pursuant to Article 15 Kediri Mayor Regulation No. 7 of 2013 on the Implementation of Advertising has been implemented but supervision carried out by the technical team of the billboard is not yet fully optimized because there are some obstacles in conducting surveillance. However, Technical Team Advertising has made several efforts in monitoring the implementation of optimal advertisement.

Keywords : Monitoring, Advertising Technical Team

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan merupakan sebuah proses yang sangat penting yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup serta kebutuhan masyarakat. Kewajiban untuk meningkatkan kualitas hidup serta kebutuhan masyarakat merupakan tugas dari pemerintah, dalam melaksanakan tugasnya tersebut pemerintah harus melaksanakan secara merata di seluruh Indonesia termasuk dalam pembangunan yang dilakukan pada setiap daerah. Sejak berlakunya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang saat ini telah diganti dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, prosedur dan mekanisme perizinan setiap kota/kabupaten berbeda dengan daerah yang lain karena setiap daerah memiliki kewenangan masing-masing untuk mengatur melalui otonomi daerah.¹

Salah satu indikator keberhasilan pelaksanaan otonomi daerah merupakan kemampuan pemerintah daerah untuk memberikan pelayanan kepada publik dengan baik. Pada dasarnya pelayanan publik mencakup tiga aspek, antara lain pelayanan barang, jasa, dan administratif. Pelayanan barang

¹ Henry S. Siswosoediro, **Mengurus Surat-Surat Perizinan**, Visimedia, Bandung, 2009, hlm. 1

adalah pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk atau jenis barang yang digunakan oleh publik. Pelayanan jasa adalah pelayanan yang menghasilkan berbagai bentuk jasa yang dibutuhkan oleh publik. Sedangkan wujud dari pelayanan administratif adalah layanan berbagai perizinan, baik yang bersifat perizinan maupun non perizinan. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat maka pemerintah dapat mewujudkan salah satu tujuan Negara yaitu menciptakan kesejahteraan masyarakat.²

Pelayanan publik yang berkualitas sangat diperlukan untuk mengimbangi peningkatan kondisi sosial, ekonomi, serta kesadaran masyarakat dalam bernegara. Izin termasuk dalam pelayanan publik karena setiap orang yang memanfaatkan pelayanan publik harus membayar sesuai tarif yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Perizinan merupakan salah satu jasa publik yang dalam penerapannya harus sesuai dengan aturan hukum yang telah diatur oleh pemerintah selaku penyelenggara pemerintahan. Sehingga apa yang dilaksanakan oleh setiap masyarakat menjadi legal atau resmi dan tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku. Hal tersebut memiliki tujuan agar masyarakat dalam melaksanakan segala kegiatan dan aktivitasnya tidak mengganggu ketertiban dan kenyamanan masyarakat lainnya.

Izin merupakan salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam bidang hukum administrasi. Hal tersebut dikarenakan pemerintah menjadikan izin sebagai instrumen untuk mempengaruhi hubungan dengan

² Hanif Nurcholis, **Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi Daerah**, Grasindo, Jakarta, 2005, hlm. 175

masyarakat agar mau mengikuti cara yang dianjurkan oleh pemerintah guna mencapai suatu tujuan yang konkrit.³

Setelah adanya hak otonomi daerah, penyelenggaraan perizinan reklame merupakan salah satu kewenangan dari pemerintah daerah. Reklame merupakan media periklanan besar, yang ditempatkan pada area yang sering dilalui oleh banyak orang.⁴ Perkembangan teknologi dan informasi memberikan kemudahan bagi para pengusaha untuk mempromosikan barang ataupun jasa mereka melalui media-media informasi yang telah ada saat ini. Iklan dan promosi merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem ekonomi dan sosial masyarakat modern.⁵ Oleh sebab itu perusahaan yang tidak ingin ketinggalan dalam dunia bisnis, maka perusahaan tersebut melakukan inovasi terkait produk barunya dengan menggunakan jasa reklame. Karena dengan melakukan pemasangan reklame maka produk yang dimiliki perusahaan tersebut dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Upaya dalam menyampaikan informasi atas barang maupun jasa milik perusahaan kepada konsumen agar informasi tersebut dapat diketahui oleh masyarakat luas dengan menggunakan reklame, akan tetapi terdapat batasan-batasan tertentu dalam penggunaan reklame sebagai alat untuk mempromosikan produk dari setiap perusahaan. Agar tidak digunakan untuk tujuan yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku maka pihak-pihak yang

³ <http://www.umi.ac.id/hukum/download/peijinan-nurwigati>, diakses pada 24 Oktober 2016

⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/Reklame>, diakses pada tanggal 14 November 2016

⁵ Morissan, M.A., **Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu**, Ed 1, Cet 1, Kencana Media Group, Jakarta, 2010, hlm. 1

terlibat dalam proses penyelenggaraan izin reklame harus memenuhi aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dalam peraturan yang berlaku. Namun peraturan yang telah dibentuk oleh pemerintah tidak menjadikan permasalahan dapat terselesaikan dengan mudah, masih terdapat pelanggaran-pelanggaran yang terjadi khususnya di Kota Kediri terkait penyelenggaraan reklame.

Tidak jarang terdapat reklame yang harus dibongkar oleh pihak Satuan Polisi Pamong Praja (selanjutnya disebut Satpol PP) karena pemilik reklame yang tidak mengurus izin penyelenggaraan reklame, namun pihaknya tetap melakukan pemasangan reklame. Selain itu juga terdapat kasus yang terjadi di Kota Kediri adalah memasang reklame miliknya dengan tidak sesuai pada lokasi yang tertulis pada permohonan yang telah diajukan. Kasus lain yang masih sering terjadi adalah pemasangan baliho yang seharusnya menggunakan besi, namun masyarakat masih saja memasang reklame jenis baliho miliknya dengan menggunakan bambu. Padahal pemasangan baliho dengan menggunakan bambu akan memberikan resiko bagi masyarakat yang melintas di sekitar jalan tersebut apabila terjadi suatu bencana. Misalnya apabila terjadi hujan angin maka bambu yang digunakan untuk memasang baliho tersebut tidak kuat untuk menahan, sehingga hal tersebut akan menjadikan baliho tersebut roboh dan mengancam keselamatan orang lain.

Masalah yang masih sering terjadi terkait reklame adalah lokasi pemasangan. Dimana masih terdapat ditemukan reklame-reklame yang terpasang di pohon maupun tiang listrik, padahal hal tersebut telah dilarang

karena merusak keindahan Kota Kediri. Sehingga hal tersebut menjadikan Kota Kediri penuh dengan reklame yang terpasang di sepanjang jalan tanpa memperhatikan aturan yang berlaku.

Pelanggaran mengenai penyelenggaraan reklame di Kota Kediri masih sering terjadi karena berbagai alasan. Pada tahun 2015 pemohon yang telah melanggar izin penyelenggaraan reklame dengan tidak melakukan perpanjangan terhadap reklame miliknya adalah sebanyak 180 reklame permanen serta 300 reklame insidentil.⁶ Sedangkan pada tahun 2016 pelanggaran terkait izin penyelenggaraan reklame dengan pelanggaran yang tidak melakukan perpanjangan reklame sebanyak 581 reklame permanen serta 140 reklame insidentil.⁷ Dari sekian banyak pelanggaran mengenai izin penyelenggaraan reklame tersebut masih terdapat reklame di Kota Kediri yang tidak didaftarkan karena berbagai alasan, terlebih jenis reklame insidentil.

Pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame menjadikan pihak-pihak terkait untuk lebih bekerja keras menuntaskan permasalahan yang terjadi di Kota Kediri. Terlebih saat ini Kota Kediri sedang melakukan pembersihan reklame jenis bando dengan cara melakukan pemotongan bando jalan sesuai dengan amanat dari Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor : 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan. Dimana pada tahun 2017 diharapkan reklame jenis bando jalan

⁶ Data Sekunder. **Data Reklame Tahun 2015**. Diperoleh pada tanggal 11 Oktober 2016

⁷ Data Sekunder. **Data Reklame Tahun 2016**. Diperoleh pada tanggal 11 Oktober 2016

yang terdapat di Kota Kediri sudah tidak terpasang lagi. Sehingga dalam hal ini pengawasan sangat diperlukan karena semakin banyaknya masyarakat yang menghiraukan aturan yang mengatur mengenai penyelenggaraan reklame. Pengawasan merupakan tugas dari pihak-pihak terkait khususnya Badan Penanaman Modal Kota Kediri yang memiliki kewenangan khusus mengenai penyelenggaraan reklame. Hal tersebut menjadikan Tim Teknis Reklame harus bekerja secara optimal dalam memberantas berbagai masalah mengenai penyelenggaraan reklame.

Tim Teknis Reklame adalah tim teknis di lingkungan Pemerintah Daerah yang memberikan pertimbangan kepada Kepala Badan Penanaman Modal atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.⁸ Pengawasan yang dilakukan oleh Tim Teknis Reklame meliputi aspek persyaratan administratif, teknis, perpajakan, estetika serta aspek lain yang mempengaruhi.⁹ Dimana dengan adanya pengawasan yang dilakukan oleh Tim Teknis Reklame tersebut bertujuan untuk meminimalisir terjadinya penyimpangan terkait penyelenggaraan reklame.

Izin penyelenggaraan reklame di Kota Kediri diatur dalam Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame. Peraturan yang telah dibentuk untuk meminimalisir terjadinya penyimpangan terkait izin penyelenggaraan reklame, namun yang terjadi di lapangan masih banyak

⁸ Pasal 1 angka 10 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

⁹ Pasal 14 ayat (2) Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

reklame yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku. Sehingga dalam pelaksanaan peraturan yang telah dibentuk oleh Pemerintah Kota Kediri juga memerlukan adanya dukungan dari instansi-instansi terkait maupun partisipasi dari masyarakat, khususnya masyarakat yang melakukan pemasangan reklame.

Melihat kenyataan yang ada di lapangan bahwa di Kota Kediri khususnya pada ketiga Kecamatan masih banyak masyarakat yang memasang reklame miliknya tidak sesuai dengan lokasi yang terdapat pada permohonan serta penggunaan konstruksi yang tidak sesuai aturan, maka diperlukan penegakan hukum agar tercapai ketertiban terhadap penyelenggaraan reklame. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis hanya memfokuskan penelitian dengan mengambil judul : “PENGAWASAN TERHADAP PENYELENGGARAAN REKLAME OLEH TIM TEKNIS REKLAME BERDASARKAN PASAL 15 PERATURAN WALIKOTA KEDIRI NOMOR 7 TAHUN 2013 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME (Studi di Badan Penanaman Modal Kota Kediri)”.

Originalitas penelitian :

No.	Tahun Penelitian	Nama Peneliti dan asal instansi	Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Keterangan
1.	Tahun 2013	Herdy Anizar (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru)	Efektifitas Pengawasan Pemasangan Reklame Menurut Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame Di Kota Pekanbaru	1. Bagaimanakah pengawasan terhadap pemasangan reklame di Kota Pekanbaru? 2. Bagaimanakah hambatan dalam pengawasan pemasangan reklame di Kota Pekanbaru? 3. Bagaimana solusi dalam mengatasi	Melihat keefektifan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru dalam melaksanakan pengawasan pemasangan reklame.

				hambatan tersebut?	
2.	Tahun 2012	Widyo Hatmadi (Universitas Indonesia)	Analisis Pengawasan Penyelenggaraan Reklame dalam Rangka Optimalisasi Fungsi <i>Regulerend</i>	1. Bagaimana pengawasan yang dilakukan terhadap peningkatan fungsi regulerend pajak reklame di DKI Jakarta? 2. Apa kendala yang dihadapi pada saat proses pengawasan terhadap reklame di DKI Jakarta?	Menganalisis pengawasan penyelenggaraan reklame terhadap fungsi regulerend pajak reklame.

3.	Tahun 2010	Alvira Lesmi (Universitas Lampung)	Analisis Pengawasan dan Pengendalian Tim Teknis Perizinan Kota Bandar Lampung dalam Pemasangan Izin Reklame di Kota Bandar Lampung (Studi di Badan Penanaman Modal dan Perizinan Kota Bandar Lampung)	Bagaimanakah pengawasan dan pengendalian Tim Teknis Perizinan Kota Bandar Lampung dalam pemasangan reklame di Kota Bandar Lampung?	Membahas mengenai pengawasan dan pengendalian Tim Teknis Perizinan yang terdapat di Kota Bandar Lampung.
----	------------	--	---	---	---

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame oleh tim teknis reklame berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame?

2. Apa kendala serta solusi yang dihadapi oleh tim teknis reklame dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame oleh tim teknis reklame berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame.
2. Untuk mengetahui, menemukan dan menganalisis kendala serta solusi yang dihadapi oleh tim teknis reklame dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan dalam pengembangan ilmu hukum di bidang Hukum Administrasi Negara, khususnya mengenai pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang objektif untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan bagi masyarakat mengenai pentingnya melakukan permohonan izin kepada Badan Penanaman Modal sebelum menyelenggarakan pemasangan reklame.

3. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dibidang hukum pada umumnya terutama dalam bidang Hukum Administrasi Negara.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika yang diterapkan dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka akan membahas beberapa Kajian Pustaka mengenai Kajian Umum Tentang Pengawasan, Kajian Umum Tentang Reklame, dan Kajian Umum Tentang Tim Teknis Reklame.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis empiris dengan menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis. Lokasi penelitian adalah di Badan Penanaman Modal Kota Kediri.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan meliputi gambaran umum Kota Kediri, gambaran umum lokasi penelitian yaitu di Badan Penanaman Modal Kota Kediri. Pembahasan mengenai pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame oleh tim teknis reklame. Pembahasan mengenai kendala yang dihadapi oleh tim teknis reklame dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame beserta dengan penyelesaiannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari penulis skripsi ini dan saran-saran yang dapat penulis berikan yang kiranya dapat

bermanfaat bagi Pemerintah Kota Kediri dalam hal ini Badan
Penanaman Modal Kota Kediri.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Umum Tentang Pengawasan

1. Pengertian Pengawasan

Menurut Mathis dan Jackson, pengawasan merupakan sebuah proses pemantauan kinerja karyawan berdasarkan standar untuk mengukur kinerja, memastikan kualitas atas penilaian kinerja dan pengambilan informasi yang dapat dijadikan umpan balik pencapaian hasil yang dikomunikasikan kepada para karyawan.¹⁰

Menurut Dessler, pengawasan adalah penyusunan standar seperti kuota penjualan, standar kualitas, atau level produksi, pemeriksaan untuk mengkaji prestasi kerja aktual dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan, mengadakan tindakan korektif yang diperlukan.¹¹

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengawasan adalah proses pemantauan kinerja karyawan berdasarkan standar untuk mengkaji prestasi kerja aktual dibandingkan dengan standar yang telah ditetapkan.

¹⁰ Robert L. Mathis dan John Jackson, *Human Resource Management*, Salemba Empat, Jakarta, 2006, hlm. 303

¹¹ Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kesepuluh Jilid Dua, PT. Indeks, Jakarta, 2009, hlm. 2

2. Sistem Pengawasan

Sistem pengawasan yang efektif harus memenuhi beberapa prinsip pengawasan yaitu adanya rencana tertentu dan adanya pemberian instruksi serta wewenang kepada bawahan. Rencana adalah standar atau alat pengukur pekerjaan yang dilaksanakan oleh bawahan. Rencana menjadi petunjuk apakah sesuatu pelaksanaan pekerjaan berhasil atau tidak. Pemberian instruksi serta wewenang dilakukan agar sistem pengawasan itu memang benar-benar dilaksanakan secara efektif.

Sistem pengawasan akan efektif bilamana sistem pengawasan tersebut memenuhi prinsip fleksibilitas. Berarti bahwa sistem pengawasan tetap dapat dipergunakan, meskipun terjadi perubahan rencana yang diluar dugaan.

Beberapa sifat pengawasan yang efektif adalah sebagai berikut :

a. Pengawasan harus dipahami sifat dan kegunaannya.

Oleh sebab itu harus dikomunikasikan. Masing-masing kegiatan memerlukan sistem pengawasan tertentu yang berlainan dengan sistem pengawasan bagi kegiatan lain. Sistem pengawasan untuk bidang penjualan dan sistem untuk bidang keuangan sangat berbeda. Oleh sebab itu sistem pengawasan harus dapat merefleksi sifat-sifat dan kebutuhan dari kegiatan yang harus diawasi. Pengawasan dibidang penjualan umumnya tertuju pada kuantitas penjualan, sedangkan pengawasan dibidang keuangan tertuju pada penerimaan dan penggunaan dana.

- b. Pengawasan harus mengikuti pola yang dianut organisasi

Titik berat pengawasan sesungguhnya berada pada manusia, sebab manusia yang melakukan kegiatan dalam badan usaha atau organisasi yang bersangkutan. Karyawan merupakan aspek *intern* perusahaan yang kegiatan-kegiatannya tergambar dalam pola organisasi, maka suatu sistem pengawasan harus dapat memenuhi prinsip berdasarkan pola organisasi yang terdapat pada suatu perusahaan.

Hal tersebut berarti bahwa dengan suatu sistem pengawasan, penyimpangan yang terjadi dapat ditunjukkan pada organisasi yang bersangkutan.

- c. Pengawasan harus dapat mengidentifikasi masalah organisasi

Tujuan utama dari pengawasan adalah mengusahakan agar apa yang direncanakan menjadi kenyataan. Oleh sebab itu, agar sistem pengawasan benar-benar berlangsung dengan efektif, artinya dapat merealisasikan tujuannya, maka suatu sistem pengawasan setidaknya harus dapat dengan segera mengidentifikasi kesalahan yang terjadi dalam suatu organisasi. Dengan adanya suatu identifikasi masalah atau penyimpangan, maka organisasi dapat segera mencari solusi agar keseluruhan kegiatan operasional benar-benar dapat atau mendekati apa yang direncanakan sebelumnya.

d. Pengawasan harus fleksibel

Suatu sistem pengawasan dikatakan efektif, bilamana sistem pengawasan tersebut memenuhi prinsip fleksibilitas. Hal tersebut berarti bahwa pengawasan itu tetap dapat dipergunakan, meskipun terjadi perubahan-perubahan terhadap rencana diluar dugaan.

e. Pengawasan harus ekonomis

Sifat ekonomis dari suatu sistem pengawasan sangat diperlukan. Tidak ada gunanya membuat sistem pengawasan yang mahal, jika tujuan pengawasan itu dapat direfleksikan dengan suatu sistem pengawasan yang murah. Sistem pengawasan yang dianut perusahaan besar tidak perlu dicontoh bila pengawasan itu tidak ekonomis bagi suatu perusahaan lain. Hal yang perlu dijadikan pedoman adalah bagaimana membuat suatu sistem pengawasan dengan benar-benar merealisasikan motif ekonomi.

3. Jenis-jenis Pengawasan

1) Jenis pengawasan menurut subyek

Dilihat dari subyeknya, Diharna dalam bukunya, membedakan pengawasan menjadi 5 jenis, yaitu :¹²

¹² H. Diharna, **Pemeriksaan dalam Pengawasan**, Swagati Press, Cirebon, 1999, hlm. 11

a. Pengawasan Melekat atau Sistem Pengendalian Manajemen

Merupakan pengawasan yang berjalan secara otomatis yang terbentuk oleh suatu sistem kerja dan apabila mendapatkan kesalahan, pelaksana atau pimpinan satuan kerja langsung melakukan koreksi, bahkan berusaha untuk mencegah terjadinya kesalahan. Pengawasan ini terjadi dengan adanya pengendalian atau saling melakukan pengawasan antar bagian dalam proses pelaksanaan karena diciptakannya *“tanding procedure”* dalam mekanisme kerja.

b. Pengawasan Aparat Pemeriksa Fungsional

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh aparat pemeriksa dalam institusi pengawasan yang hasil pemeriksaannya berupa rekomendasi bagi perbaikan pelaksanaan atau perbaikan perencanaan. Aparat pemeriksa fungsional mempunyai norma pemeriksanaan sendiri.

c. Pengawasan Legislatif

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh Dewan Perwakilan Rakyat biasanya dengan cara membandingkan hasil pelaksanaan dengan rencana, kebijaksanaan, peraturan, dan menyoroti pula cara pelaksanaan.

d. Pengawasan Masyarakat

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh anggota masyarakat, biasanya melihat dari kerugian atau terganggunya

kepentingan dirinya, keluarganya, kelompoknya, atau masyarakatnya.

e. Pengawasan Lembaga Swadaya Masyarakat

Merupakan indikator tumbuhnya masyarakat madani yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat. Lembaga ini mempunyai kedudukan yang semakin kuat dalam mengatur kehidupan bermasyarakat sehingga menjadi lembaga yang mendominasi pengaturan kehidupan masyarakat.

2) Jenis pengawasan menurut obyek.

Jenis pengawasan menurut obyeknya dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:¹³

a. Pengawasan Langsung

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh aparat pengawasan atau pimpinan dalam suatu organisasi terhadap bawahannya secara langsung dalam melaksanakan pekerjaan di tempat berlangsungnya pekerjaan tersebut (*on the spot*). Sistem ini disebut pula sebagai “*built of control*”.

b. Pengawasan Tidak Langsung

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh aparat atau pimpinan organisasi tanpa mendatangi obyek yang diawasi atau diperiksa.

¹³ Sujamto, **Aspek-aspek Pengawasan di Indonesia**, Ghalis Indonesia, Jakarta, 1996, hlm. 14

3) Jenis pengawasan menurut sifat dan waktu

Jenis pengawasan menurut sifat dan waktu dapat dibedakan menjadi beberapa, antara lain :¹⁴

a. Pengawasan preventif

Merupakan pengawasan yang dilakukan sebelum rencana tersebut dilaksanakan, atau disebut pula sebagai pre-audit dalam sistem pemeriksaan anggaran.

b. Pengawasan represif

Merupakan pengawasan yang dilakukan setelah adanya pelaksanaan pekerjaan.

4) Jenis pengawasan menurut ruang lingkungannya

Jenis pengawasan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :¹⁵

a. Pengawasan dari dalam

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh aparat atau unit pengawasan yang terbentuk di dalam organisasi itu sendiri.

b. Pengawasan dari luar

Merupakan pengawasan yang dilakukan oleh aparat atau unit pengawasan dari luar organisasi.

¹⁴ Soewarno Handyaningrat, **Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen**, CV Haji Masagung, Jakarta, 1986, hlm. 145-146

¹⁵ *Ibid*, hlm. 144

4. Tujuan dan fungsi pengawasan

Pengawasan dikatakan sangat penting karena manusia sebagai objek pengawasan mempunyai sifat salah dan khilaf. Oleh sebab itu manusia dalam berorganisasi perlu diawasi, bukan mencari kesalahannya kemudian menghukumnya, tetapi mendidik dan membimbingnya.

Pengawasan dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :¹⁶

- a. Menghentikan atau meniadakan kesalahan, penyimpangan, penyelewengan, pemborosan, dan hambatan;
- b. Mencegah terulang kembalinya kesalahan, penyimpangan, pemborosan, dan hambatan;
- c. Meningkatkan kelancaran operasi perusahaan;
- d. Melakukan tindakan koreksi terhadap kesalahan yang dilakukan dalam pencapaian kerja yang baik.

5. Sifat dan waktu pengawasan

Menurut Hasibuan, sifat dan waktu pengawasan terdiri dari :¹⁷

1) *Preventive controll*

Adalah pengendalian yang dilaksanakan sebelum kegiatan dilakukan untuk menghindari terjadinya berbagai penyimpangan dalam pelaksanaannya. *Preventive controll* dilakukan dengan cara :

- a. Menentukan proses pelaksanaan pekerjaan;

¹⁶ Husnaini, **Manajemen**, Bumi Aksara, Jakarta, 2001, hlm. 400

¹⁷ Malayu Hasibuan, **Manajemen Sumber Daya Manusia : Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah**, PT. Toko Gunung Agung, Jakarta, 2001, hlm. 247

- b. Membuat peraturan dan pedoman pelaksanaan pekerjaan;
- c. Menjelaskan dan atau mendemonstrasikan cara pelaksanaan pekerjaan itu;
- d. Mengorganisasi segala macam kegiatan;
- e. Menentukan jabatan, *job description*, *authority*, dan *responsibility* bagi setiap individu karyawan;
- f. Menetapkan sistem koordinasi pelaporan dan pemeriksaan;
- g. Menetapkan sanksi-sanksi bagi karyawan yang membuat kesalahan.

Preventive controll adalah pengendalian terbaik karena dilakukan sebelum terjadi kesalahan.

2) *Repressive controll*

Adalah pengendalian yang dilaksanakan setelah terjadi kesalahan dalam pelaksanaannya, dengan maksud agar tidak terjadi pengulangan kesalahan, sehingga hasilnya sesuai dengan yang diinginkan. *Repressive controll* dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Membandingkan hasil dengan rencana;

- b. Menganalisis sebab-sebab yang menimbulkan kesalahan dan mencari tindakan perbaikannya;
- c. Memberikan penilaian terhadap pelaksanaannya, jika perlu dikenakan sanksi hukuman kepadanya;
- d. Menilai kembali prosedur-prosedur pelaksanaan yang ada;
- e. Mengecek kebenaran laporan yang dibuat oleh petugas pelaksana;
- f. Jika perlu meningkatkan keterampilan atau kemampuan pelaksana melalui *training* dan *education*.

- 3) Pengawasan saat proses dilaksanakan yaitu jika terjadi kesalahan langsung diperbaiki.
- 4) Pengawasan berkala adalah pengendalian yang dilakukan secara berkala.
- 5) Pengawasan mendadak adalah pengawasan yang dilakukan secara mendadak untuk mengetahui apakah pelaksanaan atau peraturan-peraturan yang ada telah dilaksanakan atau tidak dilaksanakan dengan baik. Pengawasan mendadak sekali-sekali perlu dilakukan, supaya kedisiplinan karyawan tetap terjaga dengan baik.

- 6) Pengawasan melekat adalah pengawasan yang dilakukan secara integratif mulai dari sebelum, pada saat, dan sesudah kegiatan operasional dilakukan.

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengawasan

Menurut Mulyadi, beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pengawasan adalah :¹⁸

- 1) Perubahan yang selalu terjadi baik dari luar maupun dari dalam organisasi;
- 2) Kompleksitas organisasi memerlukan pengawasan formal karena adanya desentralisasi kekuasaan;
- 3) Kesalahan atau penyimpangan yang dilakukan anggota organisasi memerlukan pengawasan.

7. Prinsip-prinsip pengawasan

Menurut Ulbert Silalahi, prinsip-prinsip pengawasan adalah :¹⁹

- 1) Pengawasan harus berlangsung terus-menerus bersamaan dengan pelaksanaan kegiatan atau pekerjaan;
- 2) Pengawasan harus menemukan, menilai dan menganalisis data tentang pelaksanaan pekerja secara objektif;

¹⁸ Mulyadi, **Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen**, Salemba Empat, Jakarta, 2007, hlm. 770

¹⁹ Ulbert Silalahi, **Studi Tentang Ilmu Administrasi : Konsep, Teori dan Dimensi**, Sinar Baru Algesindo, Bandung, 2002, hlm. 178

- 3) Pengawasan bukan semata-mata untuk mencari kesalahan tetapi juga mencari atau menemukan kelemahan dalam melaksanakan pekerjaan;
- 4) Pengawasan harus memberi bimbingan dan mengarahkan untuk mempermudah pelaksanaan pekerjaan dalam pencapaian tujuan;
- 5) Pengawasan tidak menghambat pelaksanaan pekerjaan tetapi harus menciptakan efisiensi (hasil guna);
- 6) Pengawasan harus fleksibel;
- 7) Pengawasan harus berorientasi pada rencana dan tujuan yang telah ditetapkan;
- 8) Pengawasan dilakukan terutama pada tempat-tempat strategis atau kegiatan-kegiatan yang sangat menentukan;
- 9) Pengawasan harus membawa dan mempermudah melakukan tindakan perbaikan.

8. Proses pengawasan

Menurut Richard L. Daft, proses pengawasan terdiri atas 4 (empat) langkah utama, yaitu :²⁰

²⁰ Richard L. Daft, **Era Baru Manajemen**, Edisi 9, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta, 2010, hlm. 201

- 1) Membangun standar kerja

Standar kerja harus ditetapkan dengan jelas dan tepat agar pegawai mengetahui apa yang harus mereka lakukan dan dapat menentukan apakah aktivitas mereka sesuai target atau tidak.

- 2) Mengukur kinerja yang ada

Sebagian organisasi mempersiapkan laporan formal tentang pengukuran kinerja kuantitatif yang ditinjau oleh manajer setiap hari, minggu atau bulan. Pengukuran tersebut harus berhubungan dengan standar-standar yang telah ditetapkan dalam langkah pertama proses pengawasan.

- 3) Membandingkan kinerja standar

Manajer mengidentifikasi apakah kinerja yang sedang terjadi saat itu memenuhi, melampaui atau tidak mencapai standar. Ketika kinerja menyimpang dari standar, manajer harus menginterpretasikan penyimpangan ini.

- 4) Melakukan tindakan korektif

Manajer melakukan koreksi atas pekerjaan yang telah dilakukan untuk mengantisipasi terjadinya penyimpangan.

B. Kajian Umum Tentang Reklame

1. Pengertian Reklame

Reklame berasal dari bahasa Spanyol, kata RE berarti kembali atau berulang-ulang dan CLOMOS berarti berseru. Jadi, reklame merupakan

seruan yang berulang-ulang atau kembali diserukan. Pengertian yang lebih luas mengenai reklame adalah suatu karya seni yang memiliki tujuan untuk menginformasikan, mengajak, menganjurkan atau menawarkan produk (suatu barang maupun jasa) kepada konsumen dengan cara yang menarik, sehingga konsumen ingin memiliki, menggunakan, atau membelinya.²¹

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia reklame merupakan pemberitahuan kepada umum mengenai barang dagangan, dengan menggunakan tulisan atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangannya tersebut lebih laku.

Reklame merupakan media periklanan besar, yang biasa diletakkan pada area yang sering dilalui oleh banyak orang, misalnya pada sisi persimpangan jalan raya yang padat.²²

Menurut Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian masyarakat umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh masyarakat umum.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa reklame adalah media periklanan besar yang biasa ditempatkan pada area yang sering dilalui

²¹ <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-reklame-definisi-jenis-macam.html>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2016

²² <https://id.wikipedia.org/wiki/Reklame>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2016

yang bertujuan untuk menginformasikan, mengajak, menganjurkan atau menawarkan produk sehingga dapat menarik perhatian umum.

2. Jenis Reklame

Berdasarkan Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame jenis-jenis reklame adalah sebagai berikut :²³

1) Reklame Insidentil

Jenis reklame insidentil adalah sebagai berikut :

- a. Reklame Berjalan adalah reklame yang ditempatkan pada kendaraan atau benda yang dapat bergerak, yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa/didorong/ditarik oleh orang. Termasuk didalamnya reklame pada gerobak/rombong, kendaraan baik bermotor ataupun tidak.
- b. Reklame Baliho adalah reklame yang terbuat dari papan kayu atau bahan lain yang dipasang pada konstruksi yang tidak permanen dan tujuan materinya mempromosikan suatu *event* atau kegiatan yang bersifat insidentil.
- c. Reklame Kain adalah reklame yang tujuan materinya jangka pendek atau mempromosikan suatu *event* atau kegiatan yang bersifat insidentil dengan menggunakan

²³ Pasal 3 Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 tentang penyelenggaraan Reklame

bahan kain, termasuk plastik atau bahan lain yang sejenis.

Termasuk di dalamnya adalah spanduk, umbul-umbul, bendera, *flag chain* (rangkaian bendera), tenda, krey, banner, giant banner dan standing banner.

- d. Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantung pada suatu benda lain, termasuk di dalamnya adalah brosur, *leaflet*, dan reklame dalam undangan.
- e. Reklame Melekat atau Stiker adalah reklame yang berbentuk lembaran diselenggarakan dengan cara ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantung pada suatu benda.
- f. Reklame Film atau Slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise (*celluloide*) berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan lain yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan.
- g. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon, gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.

h. Reklame Apung adalah reklame insidental yang diselenggarakan pada permukaan air atau di atas permukaan air.

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

j. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

2) Reklame Permanen

Jenis reklame permanen adalah sebagai berikut :

a. Reklame Megatron adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan), menggunakan layar monitor maupun tidak, berupa gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah, terprogram dan menggunakan tenaga listrik. Termasuk didalamnya Videotron dan *Elektronik Display*...

b. Reklame Papan atau Billboard adalah reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan), terbuat dari papan, kayu, seng, tinsplate, collibrite, vynil, alumunium, fiberglas, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri

sendiri) atau digantung atau ditempel atau dibuat pada bangunan tembok, dinding, pagar, tiang dan sebagainya baik bersinar, disinari maupun yang tidak bersinar.

3. Sifat Reklame

Berdasarkan tujuan pembuatannya, sifat reklame dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu :

1) Reklame komersial (ekonomis)

Adalah reklame yang dibuat untuk menawarkan barang maupun jasa. Dengan adanya reklame diharapkan pembeli lebih tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan dan keuntungan yang diperoleh lebih banyak. Jenis reklame tersebut banyak digunakan oleh para pedagang atau pengusaha dalam meningkatkan keuntungan.

2) Reklame non-komersial (sosial)

Adalah reklame yang dibuat untuk mengajak atau menghimbau orang lain untuk melakukan sesuatu. Keuntungan yang diperoleh biasanya bukan materi secara langsung. Misalnya poster PIN (Pekan Immunisasi Nasional), poster anjuran untuk hidup bersih, poster peringatan bahaya demam berdarah dan sebagainya.

4. Pihak-pihak yang dapat mengajukan izin reklame

1) Perorangan atau orang pribadi

Setiap orang atau orang pribadi dapat mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame, baik berupa reklame permanen maupun reklame insidentil. Pengajuan permohonan izin penyelenggaraan reklame tersebut diajukan kepada Badan Penanaman Modal. Dimana pengajuan permohonan izin penyelenggaraan reklame tersebut tidak terbatas hanya menggunakan atas nama pemohon sendiri, pemohon dapat mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame dengan menggunakan nama orang lain. Namun dalam hal ini pengajuan perizinan penyelenggaraan reklame atas nama orang lain harus dengan menggunakan surat kuasa. Yang mana surat kuasa tersebut akan menjadi lampiran dalam permohonan izin penyelenggaraan reklame yang diajukan oleh pemohon yang mendapatkan kuasa dari pihak lain.

2) Biro Reklame

Biro reklame merupakan orang pribadi atau badan yang bergerak di bidang periklanan yang memiliki tenaga teknis sesuai ketentuan yang berlaku.²⁴ Biro reklame harus memiliki

²⁴ Pasal 1 angka 31 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

izin dalam bidang periklanan untuk dapat mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame. Permohonan yang diajukan oleh biro reklame harus disertai dengan surat kuasa dari pihak yang memberi kuasa kepada perusahaan tersebut.

5. Prosedur pemasangan reklame

Pemasangan reklame harus memperhatikan aspek estetika kota, pemasangan reklame juga tidak sembarangan memasang atau mendirikan reklame. Perusahaan iklan ataupun reklame atas nama pribadi harus melalui prosedur-prosedur yang sudah ditetapkan pemerintah Kota Kediri, seperti yang telah tercantum pada Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Sebelum memasang reklame, terlebih dulu pelaku usaha reklame harus memenuhi persyaratan administratif berupa perizinan, antara lain :

1) Persyaratan Izin Reklame Insidentil

- a. Fotokopi KTP dengan menunjukkan aslinya;
- b. Surat kuasa bermeterai cukup dari pemohon apabila pengajuan permohonan dikuasakan kepada orang lain;
- c. Surat persetujuan dari pemilik/yang menguasai persil dan dilampiri bukti kepemilikan/penguasaan atas tanah untuk reklame insidentil pada lokasi persil;
- d. Formulir permohonan dan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah.

2) Persyaratan Izin Reklame Permanen Kecil

- a. Fotokopi KTP dengan menunjukkan aslinya;
- b. Surat kuasa bermeterai cukup dari pemohon bila pengajuan permohonan dikuasakan pada orang lain;
- c. Surat persetujuan dari pemilik/yang menguasai persil dan dilampiri bukti kepemilikan/penguasaan atas tanah atas Reklame Permanen pada lokasi Persil;
- d. Izin dan/atau surat perjanjian sewa atas pemakaian aset daerah terhadap Reklame Permanen pada lokasi Bukan Persil;
- e. Gambar konstruksi Reklame;
- f. Sketsa titik lokasi penyelenggaraan reklame;
- g. Fotokopi Izin Mendirikan Bangunan;
- h. Formulir permohonan dan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah.

3) Persyaratan Izin Reklame Permanen Besar

- a. Fotokopi KTP dengan menunjukkan aslinya;
- b. Fotokopi Surat Tanda Daftar Biro Reklame;
- c. Surat kuasa bermeterai cukup dari pemohon bila pengajuan permohonan dikuasakan kepada orang lain;
- d. Sketsa titik lokasi penyelenggaraan reklame;
- e. Desain dan tipologi reklame;

f. Foto terbaru rencana lokasi penyelenggaraan reklame berukuran 4R bertanggal dengan ketentuan :

1) Dibuat paling lama 7 (tujuh) hari sebelum tanggal permohonan;

2) Pemotretan diambil dari tiga arah dengan jarak 10 (sepuluh) meter yang menjelaskan kondisi atau gambaran tempat peletakan reklame yang dimohon;

3) Dilengkapi dengan foto lingkungan sekitarnya yang diambil dari dua arah yang berbeda.

g. Gambar rencana dan perhitungan konstruksi yang ditanda tangani oleh penanggung jawab struktur/konstruksi, kecuali untuk reklame menempel atau reklame tiang dengan ukuran luas bidang reklame sampai dengan 24 m² (dua puluh empat meter persegi) yang terdiri atas :

1) Gambar denah skala 1:100;

2) Gambar tampak depan, samping dan atas skala 1:50;

3) Gambar potongan skala 1:10 atau 1:20;

4) Gambar detail rangka bidang reklame skala 1:10 atau 1:20;

5) Gambar detail pondasi atau pile skala 1:10 atau 1:20.

h. Fotokopi semua izin tahun/periode sebelumnya dengan menunjukkan aslinya (untuk perpanjangan izin) yang terdiri atas :

- 1) Surat Izin Penyelenggaraan Reklame;
 - 2) Izin Mendirikan Bangunan;
 - 3) Surat perjanjian sewa pemakaian kekayaan daerah (khusus untuk reklame yang diselenggarakan di daerah/ruang milik jalan) sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- i. Surat persetujuan dari pemilik/yang menguasai persil dan dilampiri bukti kepemilikan/penguasaan atas tanah atas Reklame Permanen pada lokasi Persil;
- j. Fotokopi Izin Mendirikan Bangunan atas Konstruksi Reklame dan/atau Izin Mendirikan Bangunan tempat reklame diselenggarakan.
- k. Formulir permohonan dan Surat Pemberitahuan Pajak Daerah.

6. Perencanaan dan penataan lokasi reklame

Pemasangan reklame juga harus memperhatikan lokasi penempatan reklame yang telah ditetapkan pemerintah daerah. Dalam hal perencanaan dan penempatan titik lokasi reklame dilaksanakan oleh Tim Teknis

Reklame. Berdasarkan Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, penempatan lokasi reklame telah diatur setiap lokasi yang dilarang penempatannya. Berikut ini adalah lokasi yang dilarang untuk penempatan reklame antara lain :

- 1) Dilarang memasang dan atau meletakkan reklame kain

horizontal/rentang pada :

Jl. Mayor Bismo, Jl. Mayjend Sungkono, Jl. Diponegoro, Jl. Basuki Rahmat, Jl. Dhoho, Jl. Ahmad Yani, Jl. Erlangga, Jl. Hayam Wuruk, Jl. Brawijaya, Jl. Kartini, Jl. Patimura, Jl. Panglima Sudirman, alun-alun dan taman kota.

- 2) Dilarang memasang dan atau meletakkan reklame kain vertikal dan semacamnya pada :

Jl. Diponegoro, Jl. Basuki Rahmat, Jl. Dhoho, Jl. Brawijaya, Jl. Hayam Wuruk (barat rel kereta api), Jl. Patimura (barat rel kereta api), Jl. Panglima Sudirman, alun-alun dan taman kota.

- 3) Dilarang memasang dan atau meletakkan reklame jenis baliho dan semacamnya pada :

Taman kota, perempatan jl. Dhoho ujung utara dan selatan, perempatan Ringin Sirah (jl. Hayam wuruk ujung timur), perempatan Jl. Basuki Rahmat sebelah utara dan perempatan Reco Pentung.

- 4) Dilarang memasang reklame jenis apapun di area Taman Sekartaji, Area Tugu Adipura di Jalan Diponegoro, Area Monumen Peta dan Tugu UKS di Jalan KDP Slamet.
- 5) Dilarang memasang reklame yang mengganggu rambu-rambu dan ketertiban lalu lintas.
- 6) Dilarang memasang reklame pada fasilitas umum termasuk di dalamnya gedung milik Pemerintah/Pemerintah Daerah seperti tiang listrik, tiang *traffic light*, tiang telepon, pohon lindung/hias kota, dalam terminal, jembatan lama, jembatan baru, tempat ibadah, tempat pendidikan, rumah sakit atau tempat pelayanan kesehatan, tempat wisata, gapura, tembok bangunan non komersil, dan mengganggu keindahan kota.
- 7) Dilarang memasang reklame pada tempat sebagai berikut :
Pada seluruh kantor/instansi Pemerintah Daerah dan BUMD, Kantor Walikota, Kantor Kecamatan dan Kelurahan se Kota Kediri, Lembaga Milik Pemerintah di Kota Kediri, area makam, Mako Brigif 16, Batalyon 521, Kodim 0809, Koramil se Kota Kediri, SUBDENPOM, Benglap, Tebek, Polwil Kediri, Brimob, Polres Kediri Kota, Polsek se Kota Kediri, Stasiun Kereta Api, serta obyek-obyek vital seperti Depo Pertamina, PLN, Telkom, Pos, Unit Pos/Giro di masing-masing Kecamatan di Kota Kediri.

Pemasangan reklame berbentuk bando juga harus memperhatikan ketentuan yang telah diatur oleh Pemerintah Kota Kediri. Ketentuan dan peraturan mengenai bando adalah sebagai berikut :²⁵

- 1) Pengelola bando jalan berkewajiban membayar pajak dan reklame tiap tahun termasuk rekening listrik yang dibebankan oleh PLN.
- 2) Pengelola bando jalan diharuskan untuk mengajukan persetujuan kepada Pemerintah Kota Kediri apabila akan memasang produk iklan.
- 3) Pengelola bando jalan bertanggung jawab atas keselamatan masyarakat apabila terjadi musibah dan atau kecelakaan akibat pengelolaan bando jalan dan berkewajiban mengasuransikan atas pengelolaan bando jalan tersebut.
- 4) Apabila terjadi *force majeure*, pengelola maupun Pemerintah Kota Kediri tidak saling menuntut tetapi secara bersama bertanggungjawab pada akibat yang ditimbulkan.
- 5) Apabila terjadi *force majeure*, segera ditindaklanjuti dan dilaporkan secara lisan kepada Pemerintah Kota Kediri paling lambat 1 x 24 jam, kemudian dilaporkan secara tertulis dalam waktu 3 x 24 jam.

²⁵ Data Sekunder. **Ketentuan dan Peraturan Bando Jalan**. Diperoleh pada tanggal 15 November 2016

6) Pengelola bando jalan berkewajiban mentaati segala peraturan teknis konstruksi bangunan, teknis kelalulintasan, kebersihan dan keindahan tempat pemasangan bando jalan.

7) Apabila Pemerintah Kota Kediri akan menggunakan dan atau membutuhkan lahan tempat bando tersebut untuk pengembangan pembangunan maka pihak pengelola bando tidak akan keberatan dan akan dimusyawarahkan lebih lanjut.

8) Pada saat bando jalan kosong reklame, diisi iklan layanan masyarakat dengan Pemerintah Kota Kediri.

9) Apabila pengelola ingin memperpanjang pengelolaan bando jalan maka harus mengajukan izin baru paling lambat 2 (dua) bulan sebelum habis masa berlaku izin dan perpanjangan tersebut harus mendapatkan persetujuan dari Pemerintah Kota Kediri.

10) Bila tidak dilakukan perpanjangan izin pada batas waktu yang ditentukan, produk iklan yang dipasang harus dibongkar dan segala pembiayaan yang timbul akibat pembongkaran menjadi tanggung jawab pengelola, sedangkan bangunan bando jalan menjadi milik Pemerintah Kota Kediri.

- 11) Apabila kondisi bando jalan telah mengalami kerusakan maupun berkarat harus segera melaksanakan perbaikan.

7. Kawasan reklame

Kawasan lokasi reklame terdiri dari :

1) Kawasan bebas

Adalah kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan untuk penyelenggaraan reklame.

2) Kawasan khusus

Adalah kawasan yang diperbolehkan untuk penyelenggaraan kegiatan reklame yang menempel pada bangunan dan atau diatas bangunan karena dilihat dari segi teknis dan estetika tidak memungkinkan diselenggarakan reklame bertiang.

3) Kawasan selektif

Adalah kawasan diperbolehkan untuk penyelenggaraan kegiatan reklame dengan titik reklame terpilih.

4) Kawasan umum

Adalah kawasan yang diperbolehkan untuk penyelenggaraan kegiatan reklame dengan titik diluar kawasan khusus.

C. Kajian Umum Tentang Tim Teknis Reklame

1. Pengertian tim teknis reklame

Menurut Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, Tim Teknis Reklame merupakan tim teknis

yang terdapat pada lingkungan Pemerintah Daerah yang memberikan pertimbangan kepada Kepala Badan Penanaman Modal Kota Kediri atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.

2. Anggota dan tugas tim teknis reklame

Keanggotaan tim teknis reklame terdiri dari :²⁶

- 1) Unsur Kantor Pelayanan Perizinan/Badan Penanaman Modal sebagai ketua merangkap anggota;
- 2) Unsur Dinas Pekerjaan Umum (PU) sebagai sekretaris merangkap anggota;
- 3) Unsur Dinas Pendapatan, Pengelolaan Keuangan dan Aset (DPPKA) sebagai anggota;
- 4) Unsur Dinas Kebersihan dan Pertamanan (DKP) sebagai anggota;
- 5) Unsur Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika (Dishubkominfo) sebagai anggota;
- 6) Unsur Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) sebagai anggota;
- 7) Unsur Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) sebagai anggota.

²⁶ Pasal 16 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

Tugas dari tim teknis reklame adalah memberikan pertimbangan teknis dan administratif atas permohonan izin penyelenggaraan reklame permanen.²⁷



²⁷ Pasal 17 ayat (1) Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris, yaitu hukum tidak dikonsepskan sebagai suatu gejala normatif yang otonom (*study law in book*), tetapi hukum dikonsepskan sebagai pranata sosial secara riil yang dikaitkan dengan variabel sosial yang terdapat di lingkungan.²⁸ Oleh sebab itu peneliti meneliti tentang pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame oleh tim teknis reklame berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis digunakan untuk mengkaji suatu permasalahan yang dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan positif, yang juga bertujuan sebagai arahan untuk menganalisis aktifitas hukum yang muncul, dimana hasil pembahasan hukum tadi akan diarahkan pada aspek sosiologis.²⁹

²⁸ Amirudin dan Zainal Asikin, **Pengantar Metode Penelitian Hukum**, Rajawali Press, Jakarta, 2010, hlm. 196

²⁹ Bambang Waluyo, **Penelitian Hukum Dalam Praktik**, Sinar Grafika, Jakarta, 1991, hlm. 20

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Badan Penanaman Modal Kota Kediri, jalan Jend. Basuki Rahmat 15 Kediri, Telp. (0354) 682345 Fax. (0354) 697034.

Peneliti melakukan penelitian di Badan Penanaman Modal Kota Kediri karena beberapa alasan, antara lain :

1. Terkait dengan pengawasan yang dilakukan oleh Tim Teknis Reklame yang merupakan salah satu kewenangan dari Badan Penanaman Modal Kota Kediri. Secara obyektif Badan Penanaman Modal Kota Kediri tersebut merupakan lembaga struktural yang diberi kewenangan oleh Walikota Kediri untuk melakukan pengawasan terkait penyelenggaraan reklame sesuai dengan Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame. Badan Penanaman Modal Kota Kediri merupakan Lembaga Teknis Daerah Kota Kediri yang bertugas memberikan pelayanan perizinan kepada masyarakat secara cepat, tepat, bersih, dan transparan, minimal memenuhi standar yang telah ditetapkan dalam standar prosedur, biaya dan waktu. Badan Penanaman Modal Kota Kediri dalam memberikan pelayanan dituntut untuk menerapkan prinsip tata pemerintahan yang baik dalam melayani masyarakat. Demikian pula dalam hal pengawasan Badan Penanaman Modal Kota Kediri juga harus

melaksanakan tugas dan wewenangnya sesuai dengan aturan yang berlaku.

2. Kota Kediri khususnya di ketiga Kecamatan dijadikan sebagai lokasi penelitian karena Kota Kediri merupakan Kota yang memiliki pengusaha cukup banyak, dimana para pengusaha tersebut menggunakan reklame sebagai media untuk mempromosikan usahanya. Namun dalam penggunaan reklame tersebut tidak semua masyarakat melakukan izin pemasangan reklame, serta masih terdapat masyarakat yang sudah melakukan izin pemasangan reklame namun dalam hal pemasangan tidak sesuai dengan yang terdapat di dalam permohonan izin penyelenggaraan reklame. Alasan masyarakat tidak mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame karena melalui proses yang berbelit-belit, sedangkan untuk pemasangan reklame yang tidak sesuai pada lokasi permohonan tersebut dilakukan dengan alasan karena menurut masyarakat bahwa lokasi yang diajukan dalam permohonan tersebut kurang dapat dilihat oleh masyarakat luas.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang diperoleh peneliti dari tangan pertama, dari sumber asalnya yang belum diolah dan

diuraikan oleh orang lain. Jenis data primer dalam penelitian ini adalah wawancara berdasarkan pengalaman subyek penelitian atau rekaman atau gambar.³⁰ Informasi dapat diperoleh melalui wawancara dengan Tim Teknis Reklame.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Data yang diperoleh dari kepustakaan Kota Kediri serta Universitas Brawijaya
- b. Perundang-undangan terkait
- c. Jurnal-jurnal
- d. Internet

3. Sumber Data

Sumber data adalah tempat ditemukannya informasi yang terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Sumber Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan informan secara terpimpin yaitu berasal dari :

- 1) Kepala Bidang Pelayanan dan Perizinan

³⁰ Lexy J. Moeleong, **Metode Penelitian Kuantitatif**, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001, hlm. 112

2) Tim Teknis Reklame

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari :

1) Badan Penanaman Modal Kota Kediri

2) Perpustakaan Umum Kota Kediri dan
Perpustakaan Universitas Brawijaya

E. Teknik Memperoleh Data

Teknik memperoleh data adalah cara untuk memperoleh informasi. Untuk mendapatkan data yang diperoleh tersebut diatas, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi lapangan (*field research*)

Yaitu dengan cara mengumpulkan data dengan mengadakan studi di tempat penelitian secara langsung untuk mengetahui keadaan yang terjadi di lapangan dengan cara wawancara atau tanya jawab secara langsung dengan responden atau narasumber dengan mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan sebagai pedoman dengan dikombinasikan dengan materi penelitian.

2. Studi Kepustakaan (*library research*)

Yaitu dengan melakukan analisis terhadap bahan-bahan pustaka, perundang-undangan, buku-buku yang berkaitan dengan pengawasan, serta dari jurnal dan internet.

F. Populasi, Sampel dan Teknis Sampling

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama. Populasi dalam penelitian ini dapat berupa himpunan orang, benda (benda hidup maupun mati), kejadian atau kasus-kasus. Obyek yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Badan Penanaman Modal Kota Kediri.

b. Sampel

Sampel adalah himpunan atau sebagian dari populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang diperoleh dari staff bagian pengawasan reklame.

c. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam penarikan sampel. Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* (sampel bertujuan) yaitu teknik perolehan data yang memilih sampel berdasarkan penilaian tertentu karena unsur-unsur yang dipilih mewakili populasi. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *purposive* yakni sampel tersebut mempunyai

tujuan tertentu yang sesuai dengan tema penelitian, sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa peneliti menentukan sendiri responden yang dianggap mewakili populasi.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analitis. Deskriptif analitis adalah uraian dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis dan efektif dengan cara menganalisis kejadian yang ada di lapangan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah interpretasi data dan pemahaman analisis.

H. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian istilah yang dipergunakan dalam penelitian sesuai dengan tema penelitian, agar pembaca tidak multitafsir, maka penulis memberi batasan-batasan pengertian istilah yang dipergunakan dalam penelitian sesuai dengan konsep penelitian, antara lain sebagai berikut :

1. Pengertian pengawasan

Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh Tim Teknis Reklame untuk memantau segala hal yang terkait dengan penyelenggaraan reklame.

2. Pengertian reklame

Reklame merupakan alat yang digunakan oleh masyarakat atau wajib pajak untuk mempromosikan barang atau jasa milik perusahaannya.

3. Pengertian tim teknis reklame

Tim teknis reklame merupakan bagian dari Badan Penanaman Modal yang memiliki tugas untuk melakukan pengawasan terkait penyelenggaraan reklame.



BAB IV**HASIL DAN PEMBAHASAN****A. Gambaran Umum Kota Kediri**

Kota Kediri adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak ± 130 km sebelah barat daya Surabaya, ibu kota provinsi Jawa Timur yang terletak antara $07^{\circ}45'$ - $07^{\circ}55'$ Lintang Selatan dan $111^{\circ}05'$ - $112^{\circ}3'$ Bujur Timur dan merupakan kota terbesar ketiga di Jawa Timur setelah Surabaya dan Malang berdasarkan jumlah penduduk. Kota Kediri dikenal merupakan pusat perdagangan utama untuk gula dan industri rokok terbesar di Indonesia. Karena di kota Kediri, berdiri pabrik rokok kretek PT. Gudang Garam di atas area seluas 250 hektar dan memiliki sekitar 40.000 karyawan dan buruh.

Tabel 1. Luas Wilayah Kota Kediri

No	Kecamatan	Luas (Km ²)
1	Mojoagung	24,60
2	Kota	14,90
3	Pesantren	23,90
Total		63,40

Kota Kediri terdiri dari 3 kecamatan yaitu Kecamatan Mojoroto, Kecamatan Kota, dan Kecamatan Pesantren yang total luas seluruh wilayah Kota Kediri adalah seluas 63,40 km² atau (6.340 ha) dengan jumlah penduduk keseluruhan sejumlah 267.310 jiwa (2013) dan 46 kelurahan.³¹ Kecamatan dengan luas wilayah terbesar yaitu Kecamatan Mojoroto sebesar 24,6 km², sedangkan Kecamatan dengan luas terkecil yaitu Kecamatan Kota sebesar 14,9 km².

Kota Kediri terletak di daerah yang dilalui Sungai Brantas dan di antara sebuah lembah di kaki gunung berapi, Gunung Wilis dengan tinggi 2552 meter. Dari aspek topografi, Kota Kediri terletak pada ketinggian rata-rata 63 - 472 meter di atas permukaan laut, dengan tingkat kemiringan 0 - 40%. Struktur wilayah Kota Kediri terbelah menjadi 2 (dua) bagian oleh Sungai Brantas, yaitu sebelah timur dan barat sungai. Wilayah dataran rendah terletak di bagian timur sungai, meliputi Kecamatan Kota dan Kecamatan Pesantren, sedangkan dataran tinggi terletak pada bagian barat sungai yaitu Kecamatan Mojoroto yang mana di bagian barat sungai ini merupakan lahan kurang subur yang sebagian masuk kawasan lereng Gunung Klotok dan Gunung Maskumambang. Seluruh wilayah Kota Kediri berbatasan dengan Kabupaten Kediri, dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara : Kecamatan Gampengrejo dan Kecamatan Banyakan, Kabupaten Kediri;

³¹ <https://kederikota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/4>, diakses pada tanggal 18 Januari 2017

2. Sebelah Selatan : Kecamatan Kandat, Kecamatan Ngadiluwih, dan Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri;
3. Sebelah Timur : Kecamatan Wates dan Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri;
4. Sebelah Barat : Kecamatan Banyakan dan Kecamatan Semen, Kabupaten Kediri.

B. Gambaran Umum Tentang Badan Penanaman Modal Kota Kediri

Penanaman modal atau investasi merupakan langkah awal kegiatan produksi. Dasar hukum pembentukan Badan Penanaman Modal Kota Kediri adalah Peraturan Daerah Kota Kediri Nomor 1 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Kediri Nomor 5 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Lembaga Teknis Daerah Kota Kediri. Peraturan Daerah tersebut merupakan perubahan struktur organisasi Kantor Pelayanan Perizinan menjadi Badan Penanaman Modal. Sebagai petunjuk pelaksanaan atas Peraturan Daerah tersebut maka diterbitkan Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri.

Badan Penanaman Modal Kota Kediri sesuai dengan Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri merupakan instansi yang ditunjuk sebagai penyusun dan pelaksana kebijakan di bidang penanaman modal di

daerah.³² Hal ini merupakan amanat dari Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang menjelaskan bahwa pemerintah pusat memberikan pelimpahan kewenangan otonomi kepada daerah untuk menyelenggarakan pemerintahan sendiri sesuai dengan kewenangan yang diberikan. Dengan diberikannya kewenangan untuk mengatur pemerintahan tersebut maka perlu adanya sistem yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) sebagaimana diamanatkan dalam Ketetapan MPR Nomor XI/MPR/1998 tentang Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Bebas Korupsi, Kolusi dan Nepotisme, yang merupakan pernyataan kehendak rakyat untuk mewujudkan perubahan di segala bidang pembangunan nasional sesuai dengan iklim reformasi yang menyentuh seluruh aspek kehidupan berbangsa dan bernegara.

Badan Penanaman Modal merupakan unsur pendukung tugas daerah dalam penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang penanaman modal. Badan Penanaman Modal dipimpin oleh seorang Kepala Badan yang dalam melaksanakan tugasnya berada dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah.³³

³² Data Sekunder. **Rencana Strategis Badan Penanaman Modal (BPM) Kota Kediri Tahun 2014-2019**. Diperoleh pada 3 Oktober 2016

³³ Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri, Pasal 2

1. Tugas dan Fungsi Badan Penanaman Modal Kota Kediri

Tugas Badan Penanaman Modal Kota Kediri sesuai dengan Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri diterangkan dalam Pasal 3 yang menyatakan bahwa :

“BPM mempunyai tugas melaksanakan sebagian urusan pemerintah daerah dibidang penanaman modal yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian sesuai dengan kebijakan Walikota.”³⁴

Fungsi Badan Penanaman Modal Kota Kediri terdapat dalam Pasal 4 Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri yang menyatakan bahwa :³⁵

“Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, BPM mempunyai fungsi :

- a. Perumusan kebijakan teknis penanaman modal;
- b. Penyusunan rencana pengembangan pelayanan melalui perumusan tujuan, sasaran dan kebijakan yang berhubungan dengan perizinan di bidang penanaman modal serta melakukan pembinaan, pengawasan evaluasi atas pelaksanaannya;
- c. Pelaksanaan pembinaan, pengendalian dan fasilitas pelaksanaan kegiatan bidang penanaman modal;
- d. Pengkoordinasian dan kerjasama dalam melaksanakan promosi dan pelayanan dalam rangka penanaman modal;
- e. Pengoptimalan sumber daya manusia dan teknologi informasi dalam bidang penanaman modal;
- f. Pelaksanaan pelayanan kesekretariatan Badan;
- g. Pembinaan terhadap kelompok Jabatan Fungsional;

³⁴ Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri

³⁵ Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri

- h. Pelaksanaan fasilitas dan pelayanan informasi serta pengaduan masyarakat di bidang penanaman modal;
- i. Pelaksanaan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.”

2. Struktur Organisasi Badan Penanaman Modal Kota Kediri

Sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri dalam Pasal 5 ayat 1 mengatur mengenai susunan organisasi Badan Penanaman Modal Kota Kediri yang menyatakan bahwa :³⁶

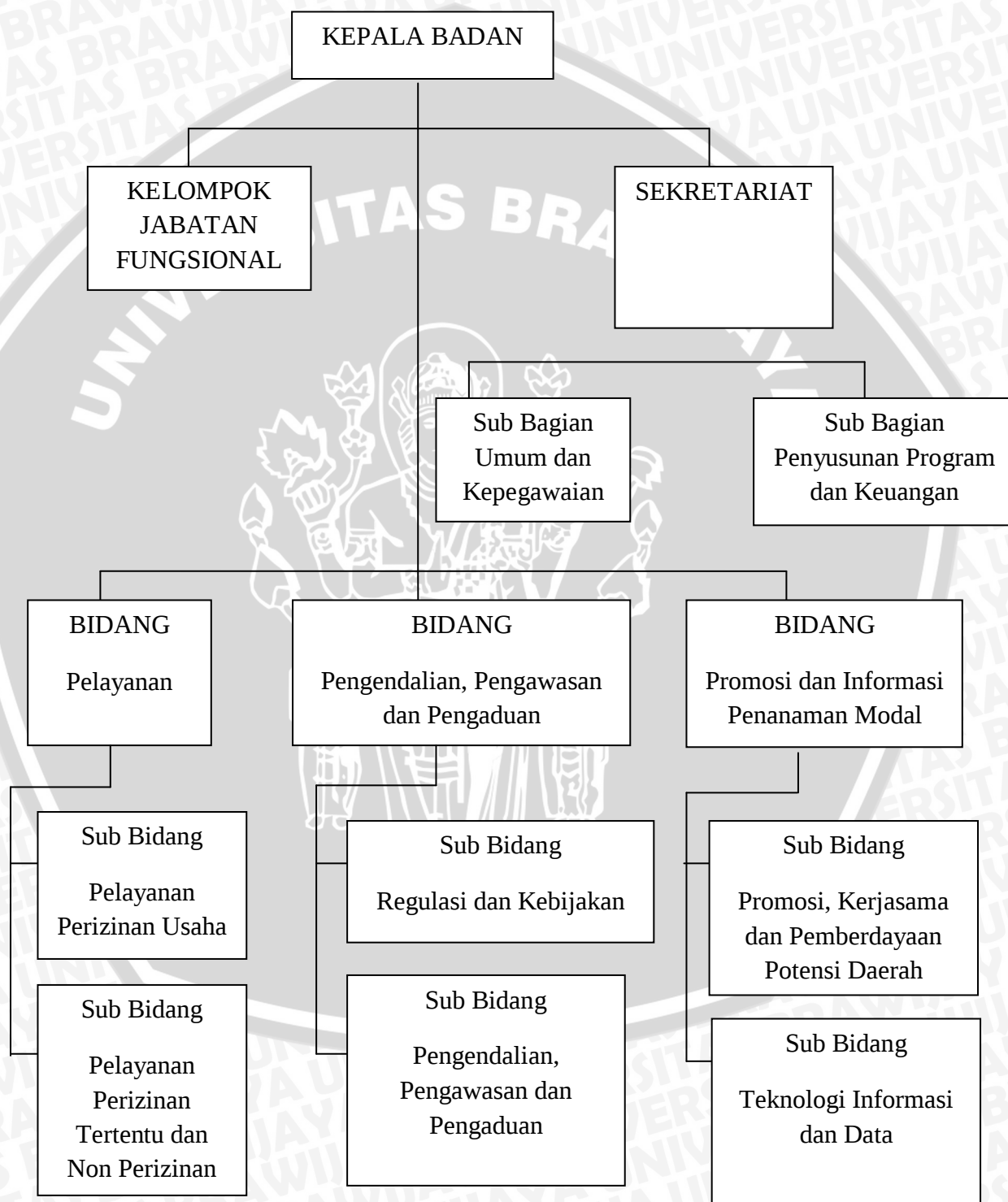
“Susunan Organisasi BPM terdiri dari :

- a. Kepala Badan;
- b. Sekretariat, membawahi :
 - 1. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian;
 - 2. Sub Bagian Penyusunan Program dan Keuangan.
- c. Bidang Pelayanan, membawahi :
 - 1. Sub Bidang Pelayanan Perizinan Usaha;
 - 2. Sub Bidang Pelayanan Perizinan Tertentu dan Non Perizinan.
- d. Bidang Promosi dan Informasi Penanaman Modal membawahi:
 - 1. Sub Bidang Promosi, Kerjasama dan Pemberdayaan Potensi Daerah;
 - 2. Sub Bidang Teknologi Informasi dan Data.
- e. Bidang Pengendalian, Pengawasan dan Pengaduan, membawahi :
 - 1. Sub Bidang Regulasi dan Kebijakan;
 - 2. Sub Bidang Pengendalian, Pengawasan dan Pengaduan.
- f. Kelompok Jabatan Fungsional.”

³⁶ Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri

Gambar 1.

Bagan Struktur Organisasi Badan Penanaman Modal Kota Kediri



Masing-masing bidang yang termasuk dalam struktur organisasi Badan Penanaman Modal memiliki tugas untuk mewujudkan visi dari Badan Penanaman Modal. Tugas dan Fungsi dari masing-masing bidang adalah sebagai berikut :³⁷

A. Pasal 6 Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri menyatakan bahwa Kepala Badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf a mempunyai tugas :

- a. Membantu Walikota sesuai dengan bidang tugasnya;
- b. Menyusun rencana strategis dan menyiapkan bahan koordinasi perumusan kebijaksanaan Badan Penanaman Modal;
- c. Merumuskan tujuan dan sasaran yang akan dicapai sesuai dengan Visi dan Misi Pemerintah Kota Kediri yang telah ditetapkan;
- d. Menyusun program kerja tahunan Badan Penanaman Modal dalam menyelenggarakan tugas dan wewenangnya sesuai dengan rencana strategis Pemerintah Daerah;

³⁷ Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri

- e. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan instansi dan lembaga terkait dalam melaksanakan promosi dan pelayanan perizinan guna peningkatan penanaman modal;
- f. Menyusun telaahan staf dan laporan hasil pelaksanaan tugas BPM sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan;
- g. Mengendalikan, membina dan mengawasi pelaksanaan tugas SDM di lingkungan BPM baik di bidang teknis dan administrasi sesuai kebijakan;
- h. Memberikan saran, pertimbangan dan rekomendasi mengenai kebijakan pelayanan perizinan di bidang penanaman modal;
- i. Menyelenggarakan penandatanganan perizinan yang menjadi kewenangannya;
- j. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya.

B. Pasal 10 ayat (2) Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri menyatakan bahwa Kepala Badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf c mempunyai tugas :

- a. Melaksanakan penyusunan rencana program bidang pelayanan;
- b. Melakukan penyelenggaraan pelayanan perizinan usaha, perizinan tertentu dan non perizinan;
- c. Menyenggarakan pengumpulan data, informasi, permasalahan, peraturan dan kebijakan guna pengembangan kinerja;
- d. Menyenggarakan upaya peningkatan kualitas pelayanan perizinan;
- e. Mengkoordinasi perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, evaluasi dan pelaporan kegiatan Bidang;
- f. Menetapkan Surat Ketetapan Retribusi Daerah (SKRD);
- g. Melakukan evaluasi atas pelaksanaan tugas;
- h. Mengkoordinasikan Tim Teknis;
- i. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Badan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

C. Pasal 11 Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri menyatakan bahwa Kepala Badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf c angka 1 mempunyai tugas :

- a. Melaksanakan penyusunan rencana kerja sub bidang pelayanan perizinan usaha;
- b. Melakukan penerimaan permohonan perizinan usaha, mengecek kelengkapan administrasi dan persyaratan teknis sesuai aturan yang berlaku;
- c. Membuat draf izin usaha;
- d. Melakukan evaluasi atas pelaksanaan tugas;
- e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bidang sesuai dengan tugas dan fungsinya.

D. Pasal 12 Peraturan Walikota Kediri Nomor 19 Tahun 2013 tentang Uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja Badan Penanaman Modal Kota Kediri menyatakan bahwa Kepala Badan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf c angka 2 mempunyai tugas :

- a. Melaksanakan penyusunan rencana kerja Sub Bidang Pelayanan Perizinan Tertentu dan Non Perizinan;
- b. Melakukan penerimaan permohonan Perizinan Tertentu dan Non Perizinan, mengecek kelengkapan administrasi dan persyaratan teknis sesuai aturan yang berlaku;
- c. Membuat draf izin tertentu dan non perizinan;
- d. Melakukan evaluasi atas pelaksanaan tugas;
- e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Badan Penanaman Modal Kota Kediri merupakan salah satu lembaga struktural yang memiliki kewenangan melakukan pengawasan penyelenggaraan reklame yang diatur dalam Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame. Penyelenggaraan reklame di Kota Kediri belum sepenuhnya tertata sesuai dengan peraturan yang berlaku sehingga peran dari Tim Teknis Reklame sangat diperlukan dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame.

C. Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Reklame oleh Tim Teknis Reklame Berdasarkan Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

Pelaksanaan kegiatan yang merupakan salah satu kebijakan dari pemerintah salah satunya adalah pengawasan. Pengawasan di lapangan harus dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku agar dapat tercapai tujuan yang diharapkan. Salah satu pengawasan yang harus dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang diatur oleh pemerintah adalah pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame. Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame dilaksanakan oleh tim teknis reklame yang bertujuan agar pemasangan reklame di Kota Kediri berjalan dengan tertib. Pemasangan reklame harus dilakukan pengawasan karena hal tersebut sangat berkaitan dengan keindahan Kota Kediri, oleh karena itu pemasangan reklame di Kota Kediri harus sesuai dengan lokasi yang telah ditentukan oleh pemerintah Kota Kediri agar tidak mengganggu ketertiban dan keindahan lingkungan Kota Kediri.

Pengawasan merupakan proses pengamatan daripada pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan sebelumnya.³⁸ Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pengawasan terhadap suatu kegiatan merupakan suatu hal yang penting, karena untuk kelancaran suatu rencana kerja. Demikian juga halnya dengan proses kegiatan yang dilakukan dalam suatu pemerintahan, sudah pasti harus dapat diketahui seberapa besar kegiatan tersebut telah terlaksana atau belum.

Demikian pula dengan pengawasan penyelenggaraan reklame sangat diperlukan agar menjaga keindahan Kota Kediri. Pengawasan penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh tim teknis reklame telah dilakukan di Kota Kediri. Pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame terkait pemasangan reklame di Kota Kediri yang sesuai dengan lokasi yang telah ditentukan oleh Badan Penanaman Modal Kota Kediri. Dengan dilakukannya pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame tersebut maka akan menambah keindahan Kota Kediri, sehingga tidak akan ada reklame yang terpasang tidak pada tempatnya yang akan membuat pemandangan Kota Kediri terlihat kotor.

Pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame berdasarkan pada Pasal 15 Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang

³⁸ Sujamto, **Beberapa Pengertian di Bidang Pengawasan**, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1986, hlm. 15

Penyelenggaraan Reklame. Tim teknis reklame melakukan pengawasan penyelenggaraan reklame antara lain terkait :

a) Persyaratan administratif;

Pengawasan terkait dengan persyaratan administratif dilihat dari formulir permohonan yang diajukan oleh pemohon.

Persyaratan administratif yang harus dilengkapi oleh pemohon antara lain adalah :

- a. Mengisi formulir permohonan izin penyelenggaraan reklame yang bermeterai;
- b. Fotokopi KTP dengan menunjukkan aslinya;
- c. Gambar reklame yang dilengkapi dengan ukuran serta lokasi penyelenggaraan reklame.

Persyaratan administratif tersebut harus dilengkapi sesuai dengan syarat yang telah ditentukan pada formulir permohonan penyelenggaraan reklame. Tim teknis reklame dalam hal ini juga harus teliti dalam melakukan pengawasan terkait persyaratan administratif, sehingga apabila persyaratan administratif tersebut tidak lengkap maka tim teknis reklame memiliki hak untuk menolak izin penyelenggaraan reklame yang diajukan oleh pemohon. Karena apabila persyaratan administratif yang tidak lengkap disetujui oleh tim teknis reklame maka pemohon akan memasang reklame miliknya

tidak sesuai dengan aturan yang berlaku. Hal tersebut yang akan menyebabkan estetika di Kota Kediri terlihat tidak tertib.

b) Teknis;

Selain dari aspek administratif, tim teknis reklame dalam melakukan pengawasan juga harus melihat dari segi teknis. Hal ini sangat berpengaruh pada pemasangan reklame. Aspek teknis yang harus diperhatikan oleh tim teknis reklame adalah dengan melihat jenis reklame, konstruksi, lokasi serta ukuran dari reklame yang akan dipasang oleh pemohon. Dengan melihat dari aspek teknis tersebut maka tim teknis reklame dapat mengetahui dimana seharusnya reklame tersebut dipasang.

c) Perpajakan;

Tim teknis reklame harus mengetahui ukuran dari reklame yang akan dipasang oleh pemohon, hal tersebut sangat penting karena berkaitan dengan pengenaan pajak reklame. Pajak reklame merupakan salah satu pendapatan daerah yang dasar pengenaan tarifnya telah diatur dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kota Kediri. Sehingga dengan adanya aturan yang mengatur mengenai hal tersebut mewajibkan setiap pemohon yang memasang reklame di Kota Kediri untuk membayar pajak reklame sesuai dengan

tarif yang telah ditetapkan. Namun tidak jarang pemohon menunggak untuk melakukan pembayaran pajak reklame, padahal hal tersebut sangat berpengaruh pada pendapatan daerah Kota Kediri. Terjadinya penunggakan pajak reklame yang dilakukan oleh pemohon dikarenakan pemohon menunggu adanya surat pemberitahuan dari pihak Badan Penanaman Modal Kota Kediri untuk segera melakukan pembayaran pajak reklame miliknya. Padahal hal tersebut seharusnya tidak perlu dilakukan, karena pembayaran pajak reklame merupakan kewajiban dari setiap pemohon yang memasang reklame.

d) Estetika.³⁹

Semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan reklame sebagai media untuk mempromosikan produk miliknya agar dikenal oleh masyarakat luas. Namun kesadaran masyarakat masih kurang dalam aturan mengenai penyelenggaraan reklame. Kurangnya kesadaran masyarakat menjadikan Kota Kediri dipenuhi dengan reklame yang tidak beraturan. Hal tersebut dikarenakan masih terdapat masyarakat yang tidak melakukan izin penyelenggaraan reklame, sehingga mereka memasang reklame miliknya tidak sesuai pada tempat

³⁹ Pasal 14 ayat (1) Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame

yang telah disediakan oleh pihak Badan Penanaman Modal Kota Kediri. Meskipun telah melakukan izin penyelenggaraan reklame namun masih saja terdapat masyarakat yang menghiraukan untuk melakukan perpanjangan reklame tetapi tetap memasang reklame miliknya. Sehingga terkadang masih terdapat reklame yang telah habis masa izinnya namun tetap dipasang dengan keadaan yang rusak. Hal ini yang menjadikan semakin banyak reklame yang terpasang di sepanjang jalan yang merusak pemandangan di Kota Kediri.

Gambar 2.

Reklame rusak yang tetap dibiarkan oleh pemilik reklame.



Pengawasan terkait penyelenggaraan reklame di Kota Kediri dilaksanakan sejak izin penyelenggaraan reklame yang diajukan oleh

pemohon dikeluarkan oleh pihak Badan Penanaman Modal Kota Kediri. Sehingga mulai dari konstruksi, lokasi, hingga pada saat pemasangan reklame tim teknis reklame melakukan pengawasan dengan cara mendampingi secara langsung.⁴⁰ Hal tersebut mencegah terjadinya pelanggaran, misalnya pemohon memasang reklame miliknya tidak sesuai pada lokasi yang terdapat pada permohonan yang diajukan. Pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame tidak hanya terbatas pada reklame yang berukuran besar atau periodik, tetapi reklame insidentil misalnya dalam bentuk spanduk juga dilakukan pengawasan oleh tim teknis reklame.

Pelanggaran-pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame di Kota Kediri masih sering dijumpai terutama jenis reklame insidentil. Reklame insidentil lebih banyak digunakan oleh masyarakat daripada reklame permanen atau periodik untuk mempromosikan barang dagangannya karena reklame insidentil memiliki jangka waktu kurang dari 1 (satu) tahun, sehingga apabila masyarakat menggunakan reklame insidentil maka mereka beranggapan tidak perlu membersihkan kembali reklame miliknya yang telah habis masa izinnnya. Hal tersebut yang menjadikan estetika Kota Kediri menjadi kotor dipenuhi dengan reklame yang pemiliknya tidak bertanggung jawab. Dengan masih adanya pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame di Kota Kediri maka pengawasan penyelenggaraan reklame sangat diperlukan. Namun pengawasan penyelenggaraan reklame tidak hanya berasal dari tim

⁴⁰ Bapak Hendry (Bagian Pengawasan Badan Penanaman Modal Kota Kediri), **Wawancara**, 05 Januari 2017

teknis reklame saja, masyarakat terutama pemilik reklame juga harus ikut serta melakukan pengawasan terhadap reklame miliknya.

Tim teknis reklame telah berusaha untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di Kota Kediri. Ketika terdapat pelanggaran yang ditemukan maka tim teknis reklame segera memberikan pemberitahuan secara tertulis kepada Badan Penanaman Modal Kota Kediri untuk ditindaklanjuti. Sehingga dengan adanya pemberitahuan tersebut maka reklame yang melanggar dapat segera ditindak oleh pihak Badan Penanaman Modal Kota Kediri dengan mengutus instansi terkait yang memiliki wewenang untuk melakukan pelepasan atau pembongkaran reklame yang melanggar tersebut. Dari hasil pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame hampir 30% reklame yang ditemukan melanggar aturan yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota Kediri, selain itu masyarakat juga seringkali melaporkan kepada Badan Penanaman Modal ketika diketahui terjadi pelanggaran terkait penyelenggaraan reklame. Namun apabila dilihat dari efektivitas pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame terlihat belum efektif, karena masih ditemukan hampir 75% pemasangan reklame yang tidak sesuai pada tempatnya terutama jenis reklame insidentil. Hal ini dikarenakan tim teknis reklame merasa kesulitan dalam melakukan pengawasan terkait jenis reklame insidentil karena jumlahnya yang banyak.⁴¹ Padahal sebenarnya lokasi pemasangan reklame di Kota Kediri telah disediakan oleh pihak Badan

⁴¹ Bapak Hendry (Bagian Pengawasan Badan Penanaman Modal Kota Kediri), **Wawancara**, 05 Januari 2017

Penanaman Modal Kota Kediri, terlebih saat ini Badan Penanaman Modal Kota Kediri menambah lokasi pemasangan reklame untuk meminimalisir adanya pelanggaran reklame.

D. Kendala Serta Solusi yang Dihadapi oleh Tim Teknis Reklame dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Penyelenggaraan Reklame di Kota Kediri

Kendala yang dihadapi oleh Tim Teknis Reklame antara lain adalah sebagai berikut :

1. Pajak reklame sangat mendukung pembangunan di Kota Kediri, khususnya untuk menambah tempat pemasangan reklame yang disediakan oleh Pemerintah Kota Kediri agar masyarakat tidak memasang reklame di lokasi yang dilarang oleh Pemerintah Kota Kediri. Pembayaran pajak reklame dikenakan ketika pemilik reklame selesai mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame di Badan Penanaman Modal Kota Kediri. Pengenaan pajak reklame berdasarkan dari besarnya ukuran reklame yang akan dipasang oleh pemohon. Namun pembayaran pajak reklame tidak hanya dikenakan 1 (satu) kali saja, pemilik reklame harus melakukan pembayaran pajak reklame setelah izin penyelenggaraan reklame miliknya telah habis masa berlakunya. Sehingga dapat

dikatakan bahwa melakukan pembayaran pajak reklame merupakan kewajiban dari setiap pemilik reklame, namun tidak semua pemilik reklame memiliki kesadaran untuk membayar pajak reklame miliknya. Di Kota Kediri ini masih terdapat pemilik reklame yang tidak memiliki kesadaran untuk membayar pajak reklame, padahal Pemerintah Kota Kediri telah memberikan fasilitas dengan menyediakan tempat untuk memasang reklame milik pemohon.

2. Tim Teknis Reklame mengalami kendala mengenai pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame insidentil karena jumlahnya yang relatif lebih banyak dibandingkan dengan reklame periodik. Seringkali pihak pemilik reklame melakukan pemasangan tidak sesuai pada lokasi yang diajukan dalam permohonan penyelenggaraan reklame. Pelanggaran terkait lokasi pemasangan lebih sering terjadi pada reklame insidentil. Reklame insidentil yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya seperti stiker seringkali dipasang pada tempat yang dilarang oleh Pemerintah Kota Kediri, misalnya dipasang di pohon maupun tiang listrik serta tempat lain yang dilarang. Hal tersebut sangat merusak estetika Kota Kediri, terlebih dengan memasang reklame di pohon maka akan merusak keindahan yang terdapat pada pohon tersebut.

3. Kendala lain yang dialami oleh Tim Teknis Reklame terkait reklame insidentil selain stiker adalah reklame jenis baliho yang seringkali menjadi masalah dalam hal pemasangan reklame, pemasangan baliho yang seharusnya menggunakan besi namun pemilik reklame seringkali menggunakan bambu untuk memasang reklame miliknya. Pemilik reklame tdk mempertimbangkan apabila terjadi suatu bencana yang mengakibatkan bambu tersebut tidak kuat untuk menahan reklame tersebut maka baliho memiliki kemungkinan besar untuk roboh dan menimpa pejalan kaki atau masyarakat yang melintas di jalan tersebut. Alasan pemilik reklame memilih menggunakan bambu untuk memasang baliho miliknya daripada besi adalah karena biayanya yang relatif lebih murah, selain itu setelah masa izin penyelenggaraan reklame habis pemilik reklame tidak mau untuk membersihkan kembali bambu miliknya tersebut.⁴² Mereka beranggapan bahwa ketika telah melakukan izin penyelenggaraan reklame maka hal tersebut menjadi tanggung jawab Pemerintah Kota Kediri, padahal seharusnya meskipun telah melakukan izin penyelenggaraan reklame apabila terjadi sesuatu hal terkait reklame tersebut tanggung jawab tetap berada pada pemilik

⁴² Bapak Hendry (Bagian Pengawasan Badan Penanaman Modal Kota Kediri), Wawancara, 05 Januari 2017

reklame. Karena dalam hal ini Pemerintah hanya bertugas untuk memberikan fasilitas kepada pemilik reklame untuk memasang reklame miliknya sehingga barang atau jasa yang dipromosikan menjadi dikenal oleh masyarakat luas.

Kendala yang dihadapi oleh pemohon (pemilik reklame) antara lain adalah :

1. Pemilik reklame merasa bahwa melakukan pengurusan izin penyelenggaraan reklame sulit dengan menggunakan pihak ketiga. Padahal Badan Penanaman Modal tetap memberikan izin kepada pemilik reklame pihak ketiga untuk melakukan izin penyelenggaraan reklame dengan syarat harus disertai dengan surat kuasa yang diberikan oleh pemilik reklame pihak pertama.
2. Pemilik reklame merasa keberatan dengan besarnya nominal pajak reklame yang dikenakan kepada pemohon. Sehingga dengan besarnya pajak reklame yang harus dibayarkan tersebut maka pemilik reklame memilih untuk tidak melakukan pembayaran pajak reklame.

Solusi yang dilakukan oleh Tim Teknis Reklame adalah sebagai berikut :

1. Tim Teknis Reklame melalui Badan Penanaman Modal Kota Kediri memberikan surat pemberitahuan kepada pemilik reklame, bahwa reklame miliknya telah habis masa berlaku

izinnya dan segera melakukan perpanjangan izin serta melakukan pembayaran pajak reklame.⁴³ Badan Penanaman Modal Kota Kediri memberikan jangka waktu paling lambat 7 (tujuh) hari setelah pemilik reklame menerima surat pemberitahuan tersebut untuk melakukan pembayaran pajak reklame.

2. Tim Teknis Reklame melalui Badan Penanaman Modal Kota Kediri akan memberikan surat pemberitahuan sampai ketiga apabila pemilik reklame tetap mengabaikan surat pemberitahuan yang dikirimkan oleh Badan Penanaman Modal Kota Kediri sebelumnya. Pemberitahuan ketiga tersebut memberitahukan bahwa reklame milik pemohon tersebut akan segera dibongkar karena tidak memenuhi syarat dan ketentuan yang ditentukan oleh peraturan perundang-undangan.
3. Pemakaian bambu untuk reklame jenis baliho saat ini telah dilarang oleh Pemerintah Kota Kediri karena pemilik reklame yang seringkali tidak bertanggung jawab untuk membersihkan bambu yang telah digunakan untuk memasang reklame miliknya sehingga merusak estetika Kota Kediri. Saat ini Pemerintah Kota Kediri tetap memberikan izin penyelenggaraan reklame bagi pemilik reklame jenis baliho

⁴³ Ibu Umi Sri Rahayu, SE (Bidang Pelayanan dan Perizinan Reklame Badan Penanaman Modal Kota Kediri), **Wawancara**, 05 Januari 2017

namun pemasangan tersebut harus dengan menggunakan besi.

Tujuan dari Pemerintah Kota Kediri untuk memasang baliho dengan menggunakan besi karena dianggap bahwa besi lebih kuat dan lebih aman daripada bambu, selain itu penggunaan besi untuk pemasangan baliho juga dapat menjaga estetika Kota Kediri. Ketika masa izin penyelenggaraan reklame telah habis dan pemilik reklame tersebut tidak segera melakukan pembongkaran maka instansi terkait atas perintah dari Badan Penanaman Modal Kota Kediri melakukan pembongkaran terhadap reklame tersebut.

4. Melakukan seleksi dan melihat kelengkapan persyaratan yang diajukan saat melakukan pendaftaran izin penyelenggaraan reklame, selain itu juga melihat dari lokasi yang dipilih oleh pemohon untuk memasang reklame.
5. Pemerintah Kota Kediri menindak tegas reklame yang dipasang tidak sesuai pada tempatnya, apabila terjadi hal demikian maka tim teknis reklame memberikan surat teguran kepada pemilik reklame agar reklame miliknya segera dilepas dan dipindah ke lokasi yang sesuai dengan yang diajukan pada permohonan izin penyelenggaraan reklame. Tetapi apabila pemilik reklame tetap tidak menghiraukan surat teguran tersebut maka reklame

tersebut akan dibongkar dan izin penyelenggaraan reklame akan dicabut sampai jangka waktu yang tidak ditentukan.⁴⁴

6. Pemerintah Kota Kediri memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai perizinan khususnya di bidang reklame.

Upaya Pemerintah Kota Kediri untuk menertibkan penyelenggaraan reklame belum dapat dikatakan sepenuhnya berhasil, karena masih terdapat reklame yang melanggar peraturan perundang-undangan yang berlaku. Solusi lain yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri saat ini adalah dengan mengajak masyarakat Kota Kediri baik pemilik reklame maupun bukan pemilik reklame untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame. Pemerintah Kota Kediri menyediakan sarana pengaduan untuk masyarakat mengadukan setiap permasalahan yang terjadi di Kota Kediri termasuk terkait dengan pelanggaran penyelenggaraan reklame. Dengan adanya sarana SURGA (Suara Warga) maka masyarakat Kota Kediri dapat menyampaikan permasalahan sekaligus membantu untuk melakukan pengawasan terkait pelanggaran penyelenggaraan reklame. Sehingga apabila solusi yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri dilaksanakan secara tegas maka pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame maupun bantuan dari masyarakat Kota Kediri dapat berhasil sesuai dengan harapan serta aturan yang berlaku. Pengawasan yang berhasil tersebut tidak akan

⁴⁴ Bapak Hendry (Bagian Pengawasan Badan Penanaman Modal Kota Kediri), **Wawancara**, 05 Januari 2017

menjadikan Kota Kediri menjadi Kota yang penuh dengan reklame yang akan merusak estetika Kota Kediri.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame dilaksanakan oleh tim teknis reklame yang bertujuan agar pemasangan reklame di Kota Kediri berjalan dengan tertib. Saat ini kesadaran masyarakat masih kurang dalam aturan mengenai penyelenggaraan reklame, sehingga kurangnya kesadaran masyarakat menjadikan Kota Kediri dipenuhi dengan reklame yang tidak beraturan. Ketika terdapat pelanggaran yang ditemukan maka tim teknis reklame segera memberikan pemberitahuan secara tertulis kepada Badan Penanaman Modal Kota Kediri untuk ditindaklanjuti. Sehingga dengan adanya pemberitahuan tersebut maka reklame yang melanggar dapat segera ditindak oleh pihak Badan Penanaman Modal Kota Kediri dengan mengutus instansi terkait yang memiliki wewenang untuk melakukan pelepasan atau pembongkaran reklame yang melanggar tersebut. Namun apabila dilihat dari efektivitas pengawasan yang dilakukan oleh tim teknis reklame terlihat belum efektif, karena masih ditemukan pemasangan reklame yang tidak sesuai pada tempatnya terutama jenis reklame insidental.
2. Kendala yang dialami oleh tim teknis reklame dalam pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame adalah kurangnya kesadaran dari pemilik

reklame untuk melakukan perpanjangan izin penyelenggaraan reklame serta melakukan pembayaran pajak reklame. Sehingga pemilik reklame dalam hal ini menunggu adanya surat pemberitahuan dari Badan Penanaman Modal Kota Kediri untuk melakukan pembayaran pajak reklame. Selain itu tim teknis reklame mengalami kesulitan dalam melakukan pengawasan terhadap reklame insidentil karena jumlahnya yang banyak, serta seringkali lokasi di permohonan izin dengan di lapangan tidak sesuai. Tim teknis reklame juga mengalami kesulitan dalam menerapkan penggunaan besi sebagai pemasangan baliho. Sedangkan kendala yang dialami oleh pemohon atau pemilik reklame adalah merasa sulit dalam melakukan izin penyelenggaraan reklame serta besarnya pajak reklame yang dikenakan kepada pemohon.

Solusi yang diambil oleh Pemerintah Kota Kediri dalam menertibkan penyelenggaraan reklame adalah dengan cara melakukan seleksi dan melihat kelengkapan persyaratan yang diajukan saat melakukan pendaftaran izin penyelenggaraan reklame, selain itu juga melihat dari lokasi yang dipilih oleh pemohon untuk memasang reklame. Solusi lain yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri saat ini adalah dengan mengajak masyarakat Kota Kediri baik pemilik reklame maupun bukan pemilik reklame untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame.

B. Saran

Berkenaan dengan uraian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah Kota Kediri melalui Badan Penanaman Modal Kota Kediri harus lebih tegas dalam menerapkan peraturan yang berlaku terkait pemasangan reklame, serta pembayaran pajak reklame. Penertiban dan penataan reklame harus lebih ditegakkan karena berkaitan dengan estetika Kota Kediri. Sehingga apabila Pemerintah Kota Kediri dapat melakukan pengawasan dengan tegas maka pemasangan reklame di tempat yang dilarang akan berkurang serta dapat memberikan kenyamanan bagi masyarakat sekitarnya.

2. Bagi penyelenggara reklame harus lebih memiliki kesadaran terhadap kewajiban untuk melakukan izin maupun perpanjangan izin penyelenggaraan reklame, serta tepat waktu untuk membayar pajak reklame. Penyelenggara reklame juga harus memperhatikan lokasi pemasangan reklame agar tidak merusak keindahan Kota Kediri serta mengganggu kenyamanan masyarakat lain. Oleh karena itu pemasangan reklame tersebut harus sesuai pada lokasi yang telah disediakan oleh Pemerintah Kota Kediri serta didukung dengan konstruksi yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Amirudin dan Asikin Zainal, 2010, **Pengantar Metode Penelitian Hukum**, Rajawali Press, Jakarta.

Daft, Richard L, 2010, **Era Baru Manajemen**, Edisi 9, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta.

Dessler, Gary, 2009, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Edisi Kesepuluh Jilid Dua, PT. Indeks, Jakarta.

Diharna, H, 1999, **Pemeriksaan dalam Pengawasan**, Swagati Press, Cirebon.

Handyaningrat, Soewarno, 1986, **Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen**, CV Haji Masagung, Jakarta.

Hasibuan, Malayu, 2001, **Manajemen Sumber Daya Manusia : Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah**, PT. Toko Gunung Agung, Jakarta.

Husnaini, 2001, **Manajemen**, Bumi Aksara, Jakarta.

M.A, Morissan, 2010, **Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Ed 1, Cet 1**, Kencana Media Group, Jakarta.

Mathis L, Robert dan Jackson John, 2006, **Human Resource Management**, Salemba Empat, Jakarta.

Moeleong Lexy J, 2001, **Metode Penelitian Kuantitatif**, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Mulyadi, 2007, **Sistem Perencanaan dan Pengendalian Menejemen**,

Salemba Empat, Jakarta.

Nurcholis, Hanif, 2005, **Teori dan Praktek Pemerintahan dan Otonomi**

Daerah, Grasindo, Jakarta.

Silalahi, Ulbert, **Studi Tentang Ilmu Administrasi : Konsep, Teori dan**

Dimensi, Sinar Baru Algesindo, Bandung, 2002, hal. 178

Siswosoediro S, Henry, 2009, **Mengurus Surat-Surat Perizinan**, Visimedia,

Bandung.

Sujamto, 1986, **Beberapa Pengertian di Bidang Pengawasan**, Ghalia

Indonesia, Jakarta.

_____, 1996, **Aspek-aspek Pengawasan di Indonesia**, Ghalia Indonesia,

Jakarta.

Waluyo Bambang, 1991, **Penelitian Hukum Dalam Praktik**, Sinar Grafika,

Jakarta.

Peraturan Perundang-undangan :

Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 tentang penyelenggaraan Reklame

(Berita Daerah Kota Kediri Tahun 2013 Nomor 7)

Data dari Badan Penanaman Modal :

Data Sekunder. **Rencana Strategis Badan Penanaman Modal (BPM) Kota**

Kediri Tahun 2014-2019. Diperoleh pada 3 Oktober 2016

Data Sekunder. **Data Reklame Tahun 2015.** Diperoleh pada tanggal 11 Oktober 2016

Data Sekunder. **Data Reklame Tahun 2016.** Diperoleh pada tanggal 11 Oktober 2016

Data Sekunder. **Ketentuan dan Peraturan Bando Jalan.** Diperoleh pada tanggal 15 November 2016

Internet :

<http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-reklame-definisi-jenis-macam.html>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2016

<https://id.wikipedia.org/wiki/Reklame>, diakses pada tanggal 25 Agustus 2016

<http://www.umi.ac.id/hukum/download/peijinan-nurwigati>, diakses pada 24 Oktober 2016

<https://id.wikipedia.org/wiki/Reklame>, diakses pada tanggal 14 November 2016

<https://kedirikota.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/4>, diakses pada tanggal 18 Januari 2017