

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat modern sangatlah kompleks dan bervariasi. Hal ini dikarenakan adanya gaya hidup masyarakat modern yang sangat bergantung pada produk-produk yang berhubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Namun dalam memenuhi kebutuhannya tidak semua masyarakat mengerti bagaimana cara memperoleh produk yang menjadi kebutuhannya. Variatif kebutuhan masyarakat modern tentu menjadi peluang bagi para pelaku dunia usaha untuk memperkenalkan produk-produk yang menjadi kebutuhan masyarakat, salah satu upaya yang dilakukan oleh pengusaha yaitu dengan memperkenalkan produk mereka melalui reklame.

Reklame adalah setiap pernyataan yang secara sadar ditujukan kepada publik dalam bentuk apapun juga dilakukan oleh seorang peserta lalu lintas pemiagaan, yang diarahkan ke-arah sasaran memperbesar penjualan barang-barang atau jasa jasa yang dimasukan, oleh pihak yang berkepentingan dalam lalu lintas pemiagaan. (Berkhouwer dalam Winardi, 1992:1). Reklame menjadi bagian penting dalam memberitahukan produk ekonomi dari pihak yang berkepentingan karena selain bersifat praktis juga mampu memberikan kemudahan bagi publik untuk cepat mengetahui apa yang disampaikan oleh pihak yang berkentingan dalam reklame yang digunakannya.

Adapun jenis reklame menurut Winardi, 1994:72-77 adalah :

1. Reklame komersil, yang terdiri dari : Reklame untuk persaingan, reklame institusional, reklame introduksi, reklame untuk mengingatkan, reklame musim dan reklame untuk kesempatan tertentu,
2. Reklame kolektif, yang terdiri dari : Related Advertising (Reklame untuk barang-barang yang mempunyai hubungan dengan barang-barang tertentu), reklame menurut artikel atau jasa yang dihasilkan.

Pendapat ahli diatas memberikan intepretasi tentang bagaimana reklame ditujukan untuk siapa dengan konteks memperkenalkan produk atau promosi. Arah dari pendapat diatas mengartikan sasaran yaitu masyarakat sebagai yang memerlukan kebutuhan hidupnya, dalam hal ini masyarakat yang memerlukan akan dipenuhi kebutuhannya dan pelaku usaha tentu akan mendapatkan keuntungan berupa uang karena produk yang dihasilkan telah dibeli masyarakat dengan begitu antara masyarakat dan pengusaha akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan tujuan masing-masing. Pemasangan reklame yang kian banyak dan bervariasi bentuknya tentu akan mendorong reklame tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan secara tidak langsung masyarakat akan terus bergantung serta terdoktrin oleh reklame tersebut. Masyarakat yang menjadi sasaran oleh pengusaha dalam mempromosikan produknya akan terbiasa dengan promosi yang dilakukan oleh pengusaha dan hal ini membuat masyarakat akan lebih tergantung oleh reklame sebagai media untuk mengetahui apa yang ditawarkan oleh pengusaha dan produk apa yang dihasilkan untuk masyarakat yang membutuhkan produk dari pengusaha.

Dewasa ini perkembangan reklame tidak hanya dijadikan sarana mempromosikan barang atau jasa oleh pengusaha namun juga digunakan untuk hal lainnya seperti kampanye pemilu, himbauan dari pemerintah serta kepentingan lainnya terkait pemberitahuan kepada publik. Fungsi reklame memiliki peranan yang sangat penting dalam memberitahukan sesuatu karena selain praktis juga penyampaian pesannya sekarang tidak bersifat kuno namun telah banyak berinovasi misalnya reklame dikemas lebih menarik dengan menambahkan pemilihan kata yang kreatif, gambar yang menarik, lampu yang bewarna-warni serta penyampaian kata dan kalimat yang mudah dipahami.

Hakikat reklame yang sebenarnya hanya untuk menyampaikan informasi berupa pasif mengalami perkembangan namun demikian perkembangan tersebut tidak hanya terdapat dari inovasi penyampaian informasi saja tetapi juga terdapat dari bentuk reklame yang berkembang. Reklame baliho, banner, umbul-umbul, layar toko, spanduk merupakan hasil dari perkembangan bentuk reklame yang dapat dipasang ditempat umum yang ada pada suatu kota yang dijadikan saran menyampaikan informasi berupa promosi, pemberitahuan, himbauan serta seluruh kebutuhan yang berkaitan dengan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pemasangan reklame sebagai sarana berkomunikasi secara pasif juga dapat ditemukan di Kota Kediri. Kota Kediri adalah kota yang wilayahnya merupakan bagian dari provinsi Jawa Timur. Terdapat 3 kecamatan dan 46 kelurahan dengan jumlah penduduk 267.435 ribu jiwa menjadikan Kota Kediri

sebagai salah satu kota yang banyak penduduknya dan hal ini menjadi peluang menjanjikan bagi pengusaha untuk mempromosikan produknya.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat Kota Kediri pihak pengusaha yang memproduksi berbagai macam kebutuhan masyarakat akan memperkenalkan produknya dan upaya tersebut salah satunya dapat ditemukan pada reklame baliho, banner, umbul-umbul, layar toko, spanduk. Pemasangan reklame baliho, banner, umbul-umbul, layar toko, spanduk di Kota Kediri memberikan kemudahan bagi publik untuk mengetahui informasi yang ada termasuk informasi produk yang diperkenalkan oleh pihak swasta. Hal tersebut merupakan keuntungan dari adanya pemasangan reklame sebagai media penyampaian informasi kepada publik. Untuk mengakomodir pemasangan reklame pemerintah Kota Kediri memiliki regulasi yang mengaturnya regulasi tersebut tertuang dalam Peraturan Walikota Nomor 7 tahun 2013 tentang penyelenggaraan reklame yang dalam regulasi tersebut dapat ditemukan berbagai pedoman penting terkait pemasangan reklame. Perizinan dan prosedur pemasangan reklame dapat ditemukan pada peraturan walikota tersebut. Dinas terkait yang mendapatkan wewenang dalam memberikan perizinan pemasangan reklame yaitu Badan Penanaman Modal Kota Kediri.

Wewenang yang diberikan kepada Badan Penanaman Modal Kota Kediri sesuai dengan peraturan daerah Kota Kediri nomor 1 tahun 2013. Pada pasal 17 disebutkan tentang tugas pokok dan fungsi Badan Penanaman Modal terkait wewenang teknis yang dimiliki terkait penyelenggaraan

perizinan reklame. Instansi tersebut memberikan pelayanan perizinan kepada pihak yang berkepentingan dalam menggunakan reklame sebagai sarana untuk melakukan promosi agar produknya dikenal masyarakat.

Data dari Badan Penanaman Modal Kota Kediri menunjukkan adanya dinamika intensitas perizinan pemasangan reklame, sebagai berikut :

Tabel 1. Data Jumlah Pemasangan Reklame 3 Tahun Terakhir Di Kota Kediri

NO.	Jenis Reklame	Jumlah Reklame Berdasarkan Tahun		
		Tahun		
		2014	2015	2016
1.	Baliho	187	40	36
2.	Banner	98	178	-
3.	Umbul-Umbul	62	31	14
4.	Layar Toko	6	15	12
5.	Spanduk	145	158	230
	TOTAL	498	422	291

Sumber : Data Sekunder diolah (Arsip Badan Penanaman Modal Kota Kediri), 2016

Data pemasangan reklame diatas adalah hasil dari prosedur perizinan dan prosedur pemasangan reklame yang dilaksanakan oleh pemerintah Kota Kediri. Namun demikian prosedur perizinan dan prosedur pemasangan tentu harus sesuai dengan regulasi yang berlaku di Kota Kediri yaitu peraturan walikota nomor 7 tahun 2013 tentang penyelenggaraan reklame. Penulis ingin mengetahui apakah prosedur perizinan dan prosedur pemasangan reklame telah sesuai dengan regulasi yang ada.

Kediri serta mengetahui faktor penghambat dan pendukung pemasangan reklame di Kota Kediri. Dari penjelasan tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul :

**“Prosedur Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota
Nomor 7 Tahun 2013 di Kota Kediri”**

B. Rumusan Masalah

Penulis memiliki alasan dalam melakukan penelitian dengan judul “Prosedur Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013” karena penulis memiliki rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana Prosedur Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 Di Kota Kediri ?
2. Apakah Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasangan Reklame Di Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian untuk mengetahui apa yang menjadi rumusan masalah dari penelitian maka penulis ingin mengetahui:

1. Untuk Mendeskripsikan Prosedur Pemasangan Reklame Di Kota Kediri.
2. Untuk Mendeskripsikan Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasangan Reklame Di Kota Kediri.

D. Kontribusi Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangsih berupa kontribusi secara :

1. Secara Akademis, yang mana penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penulis selanjutnya dalam menganalisis permasalahan yang ada.
2. Secara Praktis, penulis berharap secara praktis baik penulis selanjutnya maupun pembaca dapat mengerti empirical problem yang ada serta berguna sebagai solusi atas permasalahan yang ada.

E. Sistematika Penulisan

Dalam menulis skripsi ini penulis memberikan penjelasan dari sistematika dan susunan yang memiliki hubungan dari permasalahan yang dibahas. Secara garis besar sistematika penulisan yang ada pada skripsi berisi tentang gambaran umum serta terbagi pada lima bab. Sistematika penulisan yang disusun oleh penulis adalah

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat latar belakang yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti. Dalam bab ini juga terdapat rumusan masalah yang menjadi pokok permasalahan yang dibahas oleh peneliti, tujuan penelitian akan membantu peneliti dalam menjawab rumusan masalah, kontribusi penelitian akan memberikan kemudahan kepada pembaca serta

sistematika penulisan yang memudahkan peneliti maupun pembaca dalam memahami skripsi ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menyajikan teori yang menjadi acuan bagi peneliti dalam menyusun penelitiannya. Peneliti harus mampu menyajikan teori yang relevan dan sesuai dengan permasalahan yang diangkat karena hal tersebut akan berpengaruh terhadap kualitas dari penelitian. Teori yang menjadi acuan peneliti dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada dan bisa dijadikan landasan atas pemecahan masalah yang diangkat oleh peneliti. Teori yang ada pada kajian kajian pustaka yaitu :

- A. Administrasi Negara dan Administrasi Publik
- B. Kebijakan Publik
- C. Reklame
- D. Prosedur dan Pajak
- E. Penyelenggaraan Reklame di Kota Kediri

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat penjelasan tentang jenis penelitian apa yang digunakan penulis, fokus penelitian, lokasi dan situs penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data. Dalam bab ini pembaca bisa menemukan semua, yang disusun oleh peneliti, dengan begitu akan

memudahkan pembaca untuk cepat memahami susunan dari penelitian deskriptif pendekatan kualitatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdapat susunan teori dan kumpulan data yang ada dilapangan. Relevansi dari data dan teori harus bisa terukur hal ini dimaksudkan agar teori dan masalah yang diangkat bisa terpecahkan dengan menggunakan teori yang dipilih oleh peneliti. Data yang ada pada bab ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan oleh karena itu data yang dihasilkan tentu actual, faktual serta akurat sesuai proporsi yang telah peneliti butuhkan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdapat kesimpulan serta saran yang menjadi bab terakhir dari penyusunan penelitian ini. Kesimpulan yang menjadi bagian dari bab ini menjadi kesimpulan akhir dari penelitian ini dan bisa berupa pemikiran, pendapat serta solusi atas penelitian yang dilakukan. Saran yang terdapat pada bab ini tentu memberikan pandangan terkait permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Dengan harapan bahwa saran yang diberikan dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang terkait dalam penelitian ini.