

**PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME  
MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 2  
TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh:

**RISKA HENING TRISYANTARA**

No. Mahasiswa : 13.410.293

**PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM  
FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2017**

**PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME  
MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 2  
TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum

Universitas Islam Indonesia



Oleh :

**RISKA HENING TRISYANTARA**

No. Mahasiswa : 13.410.293

**Program Studi S1 Ilmu Hukum**

**FAKULTAS HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**2017**

**PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAN REKLAME  
MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 2  
TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk Diajukan ke

Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/Pendadaran

Pada tanggal 14 Agustus 2017



Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Dosen Pembimbing Skripsi,

  
(Zairin Harahap, S.H., M.Si.)

NIK : 884100101

**PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME  
MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NIOMOR 2  
TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji dalam Ujian Pendaran

Pada tanggal 14 Agustus 2017 dan dinyatakan **LULUS**

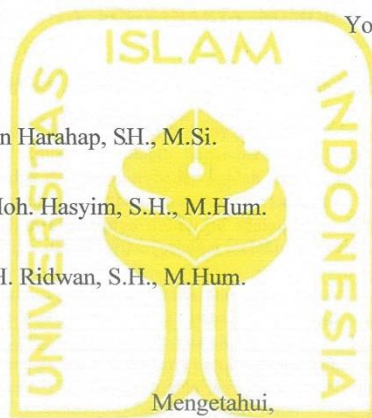
Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Tim Penguji

1. Ketua : Zairin Harahap, SH., M.Si.
2. Anggota : H. Moh. Hasyim, S.H., M.Hum.
3. Anggota : Dr. H. Ridwan, S.H., M.Hum.

Tanda Tangan





Mengetahui,

Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Fakultas Hukum

**Dekan**



**(Dr. Anur Rahim Faqih, S.H., M.Hum )**

NIK. 844100101

**SURAT PERNYATAAN**  
**ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA**  
**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

*Bismillahirrohman nirrohim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RISKA HENING TRISYANTARA  
No.Mhs : 13410293

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul:

**PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 2 TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA**

Karya Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum UII.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini Saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini adalah benar-benar Asli (Orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan "*penjiplakan karya ilmiah (plagiat)*";
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum UII dan perpustakaan dilingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan pada butir no 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menanda-tangani Berita Acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada/terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum UII. Demikian, Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 14 Agustus 2017  
Yang membuat pernyataan



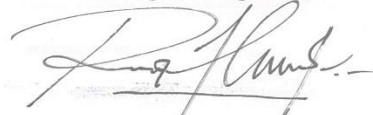
(Risika Hening Trisyantara)

## CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Riska Hening Trisyantara
2. Tempat Lahir : Yogyakarta
3. Tanggal Lahir : 07 September 1994
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Golongan Darah : O
6. Alamat Terakhir : Bangunrejo, TR 1/1626, RT 49 RW 11,  
Kricak, Tegalrejo, Yogyakarta 55242
7. Alamat Asal : Bangunrejo, TR 1/1626, RT 49 RW 11,  
Kricak, Tegalrejo, Yogyakarta 55242
8. Identitas Orang Tua/Wali
  - a. Nama Ayah : Hery Prasetya  
Pekerjaan Ayah : Swasta
  - b. Nama Ibu : Wahyu Purwaningsih  
Pekerjaan Ibu : Swasta
9. Alamat Wali : Bangunrejo, TR 1/1626, RT 49 RW 11,  
Kricak, Tegalrejo, Yogyakarta, 55242
10. Riwayat Pendidikan
  - a. TK : TK ABA Kricak Kidul, Yogyakarta
  - b. SD : SD Negeri Keputran IV Yogyakarta
  - c. SMP : SMP Negeri 11 Yogyakarta
  - d. SMA : SMA Negeri 4 Yogyakarta
11. Organisasi : -
12. Prestasi : -
13. Hobi : Kesenian & Olahraga

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Yang Bersangkutan,



(Riska Hening Trisyantara)

NIM. 13410293

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Simplicity is the ultimate sophistication”*

**-Leonardo da Vinci-**

*(Kesederhanaan adalah sebuah kesempurnaan)*

*“Bebek berjalan berbondong-bondong, akan tetapi burung elang terbang sendirian”*

**-Ir. Soekarno-**

*Skripsi ini penulis persembahkan kepada:*

- 1. Kedua Orang Tua penulis (Wahyu Purwaningsih dan Hery Prasetya) yang selalu memberikan doa, cinta, kasih sayang, dan dukungan;*
- 2. Saudara penulis (Dwiky Janget Permana) yang selalu memberi motivasi dan semangat kepada penulis; serta*
- 3. Almamater tercinta, Universitas Islam Indonesia*

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmaanirrahim*

*Assalamu 'alaikum Wr Wb.,*

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa ada bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT atas karunia yang telah dilimpahkan kepada hamba-Nya ini.
2. Ibu Wahyu Purwaningsih, ibu penulis yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan segala hal yang beliau punya untuk kepentingan penulis.
3. Bapak Hery Prasetya, ayah penulis yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
4. Saudara penulis, Dwiky Janget Permana, serta keluarga besar penulis, terima kasih atas doa dan dukungannya.
5. Bapak Nandang Sutrisno, SH., M.Hum., LL.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. Aunur Rahim Faqih, SH., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Hanafi Amrani, S.H., LL.M., M.H., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.



8. Bapak Anang Zubaidy, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
9. Bapak Mukmin Zakkie, S.H., M.hum., P.Hd. selaku Ketua Departemen Hukum Administrasi Negara Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
10. Bapak Zairin Harahap S.H., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing serta mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
11. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dalam berbagai mata kuliah.
12. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
13. Teman-teman seperjuangan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia khususnya angkatan 2013. Perjuangan kita masih terus berlanjut.
14. Teman-teman kelas C Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia 2013.
15. Sahabat-sahabat El-Canteeno #Jilid 3 dan Angkringan Salah Paham yang selalu menemani dan mendukung dalam mengerjakan skripsi ini, Ahpur, Radot, Bongol, Piki, Erwin, Atqo, Husein, Fajar, Fajrul, Simbah, Ahong, Kibo, Luthfan, Nico, Mora, Assta, Riyan, Rama, Adnan, Hakim, Dio, Nanda, Arsi, Bagas, Yunus, Widi, Luthfi, Ulin, Arek, Arfan, Nexson, Fifi, Syifa dan teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
16. BONO SQUAD, GBH, dan Sahabat SMA 4 YOGYAKARTA (PATBHE) yang selalu memberikan inspirasi dan motivasi kepada penulis.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.

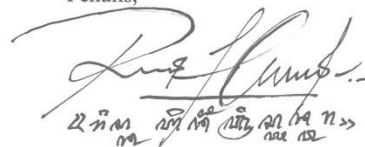
Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis hingga terselesaikannya penulisannya skripsi ini. Penulisan skripsi ini pasti tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

*Amin Ya Robbal 'Alamin.*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 14 Agustus 2017

Penulis,



(Riska Hening Trisyantara)

NIM : 13410293

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS.....	iv
CURRICULUM VITAE.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Orisinalitas Penelitian.....	7
F. Tinjauan Pustaka .....	8

G. Metode Penelitian.....	18
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN UMUM IKLAN LUAR RUANG/REKLAME, PERIZINAN, DAN PENEGAKAN HUKUM PADA HUKUM ADMINISTRASI NEGARA	
A. Iklan Luar Ruang/ <i>Outdoor Advertising</i> .....	23
1. Pengertian dan Jenis Iklan Luar Ruang/reklame .....	23
2. Pengaturan Iklan Luar Ruang/reklame Di Kota Yogyakarta....	29
B. Perizinan .....	30
1. Pengertian Izin.....	30
2. Sifat Izin .....	31
3. Fungsi Pemberian Izin .....	35
4. Tujuan Pemberian Izin.....	35
5. Perizinan Dalam Penyelenggaraan Reklame di Kota Yogya Karta .....	37
C. Penegakan Hukum pada Hukum Administrasi Negara .....	41
1. Pengertian Penegakan Hukum pada Hukum Administrasi Negara.....	41
2. Macam-macam sanksi dalam Hukum Administrasi Negara.....	42
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum .....	43
4. Pengertian pengawasan dalam hukum Administrasi Negara....	47

5. Tindakan Pemenrintah .....	52
D. Pandangan Islam Mengenai Penegakan Hukum dan Iklan Luar Ruang.....	56
BAB III PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 2 TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA	
A. GAMBARAN UMUM PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA.....	59
B. PENGAWASAN PEMERINTAH MENGENAI MENGENAI PENYELENGGARAAN <i>OUTDOOR ADVERTISING</i> /REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA .....	67
C. PENJATUHAN SANKSI APABILA TERJADI SUATU PELANGGARAN DALAM PENYELENGGARAAN <i>OUTDOOR ADVERTISING</i> /REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA .....	78
1. Mekanisme Penjatuhan Sanksi Apabila Terjadi Suatu Pelanggaran Dalam Penyelenggaraan <i>Outdoor Advertising</i> / Reklame di Kota Yogyakarta .....	82
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran .....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN.....	100

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 01.	Data Penegakan perundang-undangan PERDA No.2/2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame Tahun 2016.....	93
Tabel 02.	Data Penegakan perundang-undangan PERDA No.2/2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame Tahun 2017.....	93

## **ABSTRAK**

*Studi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan penegakan hukum dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta apabila terjadi pelanggaran. Rumusan masalah yang diajukan yaitu Bagaimana pengawasan pemerintah mengenai penyelenggaraan outdoor advertising/reklame di kota Yogyakarta? dan Bagaimana penegakan hukum bagi penyelenggaraan outdoor advertising/reklame tersebut apabila terdapat suatu pelanggaran?. Penelitian ini termasuk tipologi penelitian hukum normatif empiris. Data penelitian dikumpulkan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yaitu Peraturan Daerah Kota Yogyakarta nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dan kemudian melakukan wawancara dengan para narasumber dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan, Badan Pengelolaan keuangan dan Aset Daerah serta dari Dinas Ketertiban yakni Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta. Analisis dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa setelah berlakunya Peraturan Daerah yang baru ternyata masih ditemukan pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame, pelanggaran tersebut ditemukan pada jenis reklame rontek; Pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta melalui Dinas Penanaman Modal dan Perizinan dan Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah adalah pelayanan perizinan dan pengelolaan pajak dan untuk Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta adalah pada penertiban dan penegakan hukumnya. Dinas Ketertiban dalam tugasnya telah melakukan penegakan hukum yakni dengan cara memberikan surat peringatan dengan menerbitkan surat peringatan 1 sampai 3, surat perintah pembongkaran dan sampai pada tindakan lebih lanjut yakni dengan melakukan pencabutan izin dan pembongkaran. Penelitian ini merekomendasikan agar Pemerintah Kota Yogyakarta mengadakan pembinaan terhadap calon pemasang reklame dan melakukan sosialisasi kepada masyarakat kota Yogyakarta mengenai kesadaran lingkungan dan diberikan pelajaran atau pengetahuan akan pentingnya ruang terbuka hijau agar penyelenggaraan reklame tidak menjadi suatu terror visual dan sampah visual bagi seluruh masyarakat kota Yogyakarta. Tujuan dari pemberian sosialisasi tersebut agar masyarakat kota Yogyakarta senantiasa dapat menjaga nilai estetika dan nilai keistimewaan kota Yogyakarta yang nantinya bertujuan pula dengan terwujudnya nilai-nilai ketertiban, keselarasan dan keramahan ruang publik yang ada di wilayah kota Yogyakarta.*

**Kata Kunci:** *Reklame, penegakan hukum, pengawasan*





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki entitas atau tata pemerintahan berbasis kultural, sekaligus identitas lokal berupa nilai religi, nilai spiritual, nilai filosofis, nilai estetika, nilai perjuangan, nilai kesejahteraan, dan nilai budaya yang menggambarkan segi keistimewaan, sehingga harus dijaga kelestariannya. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki ibukota dan sekaligus pusat pemerintahan yang namanya diambil untuk dijadikan nama dari provinsi itu sendiri, yakni Yogyakarta. Yogyakarta yang menjadi ibukota dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta ini secara umum dikenal sebagai kota pelajar, budaya, sekaligus kota pariwisata. Jika dilihat, baik dari sisi kota pelajar, budaya maupun pariwisata, Yogyakarta sudah dari dulu menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan lokal atau domestik maupun wisatawan mancanegara, lebih dari itu banyak pula para pendatang untuk menempuh pendidikan baik formal maupun informal yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta ini.

Kota Yogyakarta memiliki luas wilayah kurang lebih 32,8 km<sup>2</sup> dan memiliki cukup ruang publik dan ruang terbuka hijau bagi warganya. Tak hanya ruang publik dan ruang terbuka hijau saja, namun terdapat beberapa titik yang menjadi tempat strategis baik untuk berkumpul maupun menjalankan roda perekonomian serta menjadi tempat yang banyak dilewati bagi masyarakat yang berada di Kota Yogyakarta.

Apabila dilihat dari hal tersebut Kota Yogyakarta dinilai menjadi potensi yang besar bagi produsen, baik itu produsen makanan, minuman, *fashion*, teknologi dan produsen yang lain untuk mempromosikan dan memasarkan produknya sehingga dapat dengan mudah diterima oleh konsumen.

Banyak cara yang dilakukan oleh para produsen tersebut untuk memasarkan serta mempromosikan produknya, salah satunya adalah dengan cara membuat iklan yang bersifat *outdoor advertising* atau iklan luar ruang. Iklan yang dibuat para produsen tersebut digunakan sebagai sarana persaingan usaha dengan produsen lainnya agar produk yang dimilikinya terlihat lebih unggul dan diharapkan lebih mendapat perhatian dari para konsumen. Iklan yang bersifat *outdoor advertising* dengan bentuk visual tersebut dibuat dengan bentuk pemasangan yang berupa reklame seperti baliho, megatron/videotron, spanduk, *neonbox* maupun selebaran atau pamphlet dan sebagainya. Tidak hanya dari para produsen makanan, minuman, *fashion*, teknologi dan produsen yang lain, iklan luar ruang ini juga sudah lama digunakan pula pada bidang jasa serta untuk dijadikan sebagai alat peraga kampanye bagi calon legislatif maupun calon presiden pada saat musim kampanye atau masa kampanye berlangsung.

Bagaimanapun bentuknya reklame itu, tujuannya tetap sama, yaitu : *menarik dan mendorong publik untuk menaruh perhatian pada suatu hal atau barang, sehingga publik menaruh minat pada hal atau barang direklamekan itu.*

Dengan memasang reklame, seorang pengusaha atau produsen mengharapkan untuk dapat :

- a. Menarik minat orang datang dan berbelanja di tokonya.

- b. Memelihara kontinuitas hubungan dengan langganan-langganannya.
- c. Mengharapkan bertambahnya jumlah pelanggan dengan langganan baru.
- d. Popularitas akan semakin bertambah dan penjualan barang-barang atau jasa-jasa menjadi tambah meningkat.<sup>1</sup>

Reklame besar sekali pengaruhnya terhadap masyarakat, karena ia menciptakan kebiasaan baru, yang berarti memberantas kesukaan-kesukaan lama. Reklame telah menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan dalam kehidupan orang di setiap tingkat, kedudukan, pangkat, usia, dan jenis kelamin.

Berkat reklame masyarakat mengenal bermacam-macam jenis asuransi, berbagai jenis pabrik dan produknya, berbagai usaha sosial dan lainnya. Selain itu, reklame telah berjasa untuk turut mendidik masyarakat menjadi konsumen yang modern, menjadi rajin, hemat, suka menabung, dan mengenal kegunaan kulkas, dan lain-lain.<sup>2</sup>

Belakangan ini, banyak para produsen yang memasang iklannya melalui reklame seperti baliho, megatron/videotron, spanduk, *neonbox* serta selebaran/pamphlet tersebut di ruang publik seperti di pinggir jalan maupun tempat strategis lainnya. Sebagai contoh real atau contoh nyata adalah telah banyak diketahui penyelenggaraan ataupun pemasangan iklan dengan media reklame ini seperti, reklame

---

<sup>1</sup> Maya Ananda, *Seluk Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*, Jakarta, Penerbit Mutiara, 1978. Hlm 4.

<sup>2</sup> *Ibid*, Hlm 14.

kain, reklame vynil/plastik serta reklame melekat/stiker yang dipasang di pinggir jalan di Kota Yogyakarta. Pada awal pemasangannya terkesan tidak didapati suatu permasalahan yang terlihat, namun belakangan telah diketemukan permasalahan yang mungkin tidak banyak diindahkan oleh masyarakat, yakni permasalahan mengenai bagaimana pengawasan hukum bagi reklame tersebut apabila telah habis masa pelaksanaannya. Permasalahan lain adalah pelanggaran Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame tersebut terutama pada Pasal 9 ayat (1) menyatakan sebagai berikut :<sup>3</sup>

#### Pasal 9

(1) Penempatan reklame di area sekolah, di luar area sekolah dan di area tempat ibadah dengan jarak 75 m (tujuh puluh lima meter) dari bangunan terluar dilarang adanya reklame produk rokok, alat kontrasepsi dan/atau minuman beralkohol.

Dari ketentuan pada pasal di atas masih terdapat reklame dalam bentuk reklame jenis vynil yang di pasang di dekat area sekolah, penulis menemukan fakta di lapangan yakni pada area SDN Bangirejo, Jalan R.W. Monginsidi, di seberang jalan pada sekolah dasar tersebut terdapat warung klontong yang di depan atau luar bangunannya terdapat jenis reklame yang berisi konten iklan rokok dengan jenis reklame yang telah disebutkan penulis di atas.<sup>4</sup> Sejauh ini yang diketahui oleh penulis untuk reklame jenis reklame melekat maupun reklame vynil/plastik seakan tidak mengindahkan peraturan

---

<sup>3</sup>Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

<sup>4</sup>Hasil observasi Pelanggaran Penyelenggaraan Reklame, Jl. R.W. Monginsidi, Yogyakarta, Mei, 2017.

yang ada yakni apabila masa pelaksanaan yang tercantum pada reklame tersebut telah selesai, banyak ditemukan reklame tersebut tidak di bongkar, dilepas ataupun dibersihkan kembali oleh pihak pemasang reklame pada jenis tersebut, dan apabila terdapat pihak pemasang lain yang akan memasang iklan dengan media reklame jenis yang sama, seperti reklame melekat/stiker dengan ukuran maupun jumlah yang banyak maka pihak lain tersebut hanya menumpuk atau sekadar menutup reklame melekat yang lama dengan reklame melekat yang baru. Permasalahan yang lain lagi adalah masih banyak ditemukannya reklame jenis tertentu yang dipasang di pohon maupun tiang listrik serta yang lebih parah lagi yakni dipasang pada daerah pergola atau taman pada pinggir jalan di Kota Yogyakarta.

Dilihat dari permasalahan tersebut, sudah tepatkah pemasangan atau penyelenggaraan reklame tersebut apabila dilihat dari peraturan yang sudah ada. Hal ini banyak didapati pada jenis reklame yang disebutkan oleh penulis di atas. Oleh karena hal yang telah disebutkan penulis tersebut dapat menjadi beberapa pertanyaan yakni diantaranya adalah sudah tepatkah para pihak yang memasangkan iklan luar area tersebut jika dilihat dari peraturan yang ada serta melihat nilai pemanfaatan lahan bagi pemasangan iklan luar ruang yang ada, karena jika dilihat, menurut penulis, pemasangan iklan luar area tersebut seperti tidak melihat nilai estetika, kurang melihat dari sisi pemanfaatan ruang publik. Dalam hal ini penulis menilai bahwa iklan luar ruang yang sudah ada atau sudah terpasang secara permanen maupun sementara saat ini menjadi sebuah teror visual serta pencemaran atau polusi visual bagi masyarakat dan keberadaannya justru berdampak menjadi sampah visual.

Dari latar belakang diatas, perlu adanya suatu penelitian yang dilakukan penulis untuk mengetahui bagaimana pengaturan mengenai penyelenggaraan reklame dalam hal pengawasan *outdoor advertising*/reklame di Kota Yogyakarta dan bagaimana penegakan hukum bagi pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame/*outdoor advertising* di Kota Yogyakarta tersebut, mengingat Yogyakarta terkenal sebagai kota budaya dan pariwisata yang sangat menghargai kearifan lokal dan menjunjung tinggi nilai-nilai kebudayaan, agar tidak berdampak menjadi sampah visual, agar tidak terlepas dari identitas lokal yang berupa nilai religi, nilai spiritual, nilai filosofis, nilai estetika, nilai perjuangan, nilai kesejahteraan, dan nilai budaya yang menggambarkan segi keistimewaan, serta agar terciptanya ketertiban, keselarasan dan keramahan ruang publik di Kota Yogyakarta itu sendiri.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengawasan pemerintah mengenai penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana penjatuhan sanksi bagi penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame tersebut apabila terdapat suatu pelanggaran?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta mengenai penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame tersebut di kota Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui penjatuhan sanksi bagi penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame tersebut apabila terdapat suatu pelanggaran.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Secara akademis, penelitian ini berguna untuk mengetahui dan mengkaji lebih lanjut bagaimana pemerintah Kota Yogyakarta mengatur atau membuat peraturan daerahnya mengenai pemasangan *outdoor advertising* atau iklan luar ruang di wilayah Kota Madya Yogyakarta, dan memberikan gambaran mengenai pemanfaatan lahan yang baik bagi pihak pemasang reklame berdasarkan pengaturan tentang pemasangan *outdoor advertising*/reklame, sehingga pengaturan tentang penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame yang sudah ada ini diketahui oleh para pihak terkait yang akan memasang *advertising*/reklame serta masyarakat luas.

Secara praktis, penelitian ini berguna untuk memberikan suatu gambaran dan pembelajaran kepada pihak tertentu serta masyarakat luas khususnya di wilayah Kota Yogyakarta mengenai bagaimana pengawasan serta penegakan hukum dan penjatuhan sanksi mengenai penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame agar tidak berdampak menjadi sampah visual dan terciptanya ketertiban dan keselarasan ruang publik di Kota Yogyakarta.

#### **E. Orisinalitas Penelitian**

Sejauh ini, eksaminasi telah dilakukan oleh masyarakat. Beberapa diantaranya adalah eksaminasi yang dilakukan oleh Sumbo Tinarbuko dalam artikel dengan judul *Vandalisme Berbayar Ancam Pariwisata Jogja*.<sup>5</sup>

Terdapat persamaan dalam penelitian yang dilakukan dalam artikel yang disebut di atas dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Letak persamaannya antara lain adalah terletak pada pengkajian mengenai pengaturan tentang *outdoor advertising* dan bagaimana *outdoor advertising* tersebut yang ada di wilayah Kota Yogyakarta. Namun dalam penelitian ini akan mencoba mengetahui bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta maupun dinas terkait mengenai penyelenggaraan reklame serta penegakan hukum bagi pelanggarannya.

Dari penjelasan diatas mengenai apa yang akan dibahas dalam penelitian ini, peneliti belum pernah menjumpai akan penelitian yang sama dengan penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan tidak adanya plagiarisme dan benar-benar orisinal dalam arti belum pernah ada yang meneliti.

## **F. Tinjauan Pustaka**

Terkait dengan pembahasan obyek yaitu pengawasan pemerintah daerah dalam hal ini Pemerintah Kota Yogyakarta serta penegakan hukum dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta ini tidak terlepas dengan kenyataan yang ada dalam

---

<sup>5</sup> <http://sumbotinarbuko.com/tag/sampah-visual-2>, diakses pada tanggal 17 Januari 2017, Pukul 22.30 WIB



kehidupan pemerintahan tidak dapat dilepaskan dari tindakan pemerintahan dan kewenangan pemerintah itu sendiri. Tindakan dan kewenangan sendiri merupakan unsur penting bagi pemerintah dalam melakukan tugas sebagai penyelenggara negara maupun penyelenggara publik.

Berikut ialah beberapa tinjauan umum yang akan digunakan penulis sebagai tinjauan pustaka dalam penelitian ini :

#### 1. Tinjauan umum iklan luar ruang / *outdoor advertising*

##### a. Pengertian dan jenis iklan luar ruang (reklame)

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.<sup>6</sup>

Secara umum masyarakat mengetahui reklame adalah media iklan yang berbentuk papan saja, namun ternyata jenis dan reklame tersebut terdapat berbagai macam, antara lain adalah sebagai berikut :

##### 1. Billboard.

Media iklan luar ruang berbahan dasar aluminium, pembuatannya pun tidak terlampau sukar atau rumit dalam menuangkan ide atau gagasan dari

---

<sup>6</sup> Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

desainer, namun memerlukan ketelitian agar hasil yang didapat maksimal. Media iklan luar ruang ini biasanya dipasang di sepanjang jalan utama dan tempatnya yang strategis agar dapat dilihat oleh orang banyak. Untuk ukuran billboard tergantung dengan pemesanan.

## 2. Baliho.

Media iklan luar ruang yang bahannya terbuat dari triplek atau melamine, yang biasanya menggunakan ukuran standar triplek, tetapi media ini biasanya kurang tahan dengan cuaca dan biasanya dipasang kurang dari 15 bulan.

## 3. Spanduk dan Banner.

Media iklan luar ruang yang bahannya terbuat dari kain yang membentang panjang sesuai dengan ukuran yang dipesan. Untuk media iklan ini biasanya dipasang di sepanjang jalan di pinggir, atau bahkan di atas tengah jalan, yang biasanya memiliki pesan yang singkat namun menarik perhatian orang banyak.

## 4. Rontek dan Umbul-umbul.

Media iklan luar ruang yang bahannya sama dengan spanduk dan banner yaitu kain tetapi dalam pemasangannya biasanya dipasangkan pada sebuah bamboo atau besi yang menancap. Biasanya media ini dipasang imana saat ada event tertentu atau tempat di mana pengiklan tersebut berada.

#### 5. Neon Sign.

Berupa papan iklan dengan desain dari produk lampu neon yang dibentuk menurut pesanan desain reklame. Media iklan ini umumnya menonjolkan keindahan pada waktu malam hari.

#### 6. Neon Box.

Media iklan luar ruang yang memiliki bahan yang terbuat dari acrylic dengan ketebalan tertentu yang disinari oleh lampu neon di dalamnya, sehingga orang yang melakukan perjalanan di malam hari dapat melihat iklan tersebut dengan jelas. Biasanya dipasang di dekat pengiklannya.

#### 7. Collybright.

Media iklan ini berbahan dasar MMT atau Vinnyl sejenis plastik. Vinnyl transparan dicetak menyerupai sebuah foto box bila dinyalakan. Dalam pemasangannya, collybright harus direntangkan dengan kuat agar dapat dilihat dari depan tampak rata dan tidak bergelombang. Ukuran collybright kurang lebih 6 x 12 m.

#### 8. Poster.

Media iklan luar ruang yang terbuat dari kertas yang biasanya ditempelkan pada dinding atau tempat strategis lainnya seperti : halte, transit ad,

jembatan penyeberangan, atau jalan yang sering dilewati oleh pejalan kaki atau orang yang menunggu.

## 1. Tinjauan umum Perizinan

### a. Pengertian perizinan

Dalam sektor pelayanan publik, perizinan memang dinilai penting dalam urusan administrasi maupun urusan yang berhubungan dengan pelayanan publik lainnya. Istilah perizinan berasal dari kata izin, namun beberapa ahli menilai memang sulit untuk memberikan definisi atas frasa izin itu sendiri. Menurut Adrian Sutedi<sup>7</sup>, Izin (*vergunning*) adalah suatu persetujuan dari penguasa berdasarkan undang-undang atau peraturan pemerintah untuk dalam keadaan tertentu menyimpang dari ketentuan-ketentuan larangan peraturan perundang-undangan. Izin juga diartikan sebagai dispensasi atau pelepasan/pembebasan dari suatu larangan.

Adapun pengertian perizinan adalah salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan bersifat pengendalian yang dimiliki oleh pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Perizinan dapat berbentuk pendaftaran, rekomendasi, sertifikasi, penentuan kuota, dan izin untuk melakukan sesuatu usaha yang biasanya harus dimiliki atau diperoleh suatu organisasi

---

<sup>7</sup> Sutedi, Adrian, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hlm. 167.

perusahaan atau seseorang sebelum yang bersangkutan dapat melakukan suatu kegiatan atau tindakan.

b. Sifat Izin

Pada dasarnya izin merupakan keputusan pejabat/badan tata usaha negara yang berwenang, yang isinya atau substansinya mempunyai sifat sebagai berikut.<sup>8</sup>

1. Izin bersifat bebas
2. Izin bersifat terikat
3. Izin yang bersifat menguntungkan
4. Izin yang bersifat memberatkan
5. Izin yang segera berakhir
6. Izin yang berlangsung lama
7. Izin yang bersifat pribadi
8. Izin yang bersifat kebendaan

c. Fungsi pemberian izin

Ketentuan tentang perizinan mempunyai fungsi yaitu sebagai fungsi penertib dan sebagai fungsi pengatur. Fungsi penertib, dimaksudkan agar izin atau setiap izin atau tempat-tempat usaha, bangunan dan bentuk kegiatan masyarakat lainnya tidak

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 173

bertentangan satu sama lain, sehingga ketertiban dalam segi kehidupan masyarakat dapat terwujud.

Sebagai fungsi mengatur dimaksudkan agar perizinan yang ada dapat dilaksanakan sesuai dengan peruntukannya, sehingga terdapat penyalahgunaan izin yang telah diberikan, dengan kata lain, fungsi pengaturan ini dapat disebut juga sebagai fungsi yang dimiliki oleh pemerintah.<sup>9</sup>

d. Tujuan pemberian izin

Secara umum, tujuan dan fungsi dari perizinan adalah untuk pengendalian daripada aktifitas pemerintah dalam hal-hal tertentu dimana ketentuannya berisi pedoman-pedoman yang harus dilaksanakan oleh baik yang berkepentingan ataupun oleh pejabat yang berwenang. Selain itu, tujuan dari perizinan itu dapat dilihat dari dua sisi yaitu:

1. Dari Sisi Pemerintah

Dari sisi pemerintah tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut.

a. Untuk melaksanakan peraturan

Apakah ketentuan-ketentuan yang termuat dalam peraturan tersebut sesuai dengan kenyataan dalam praktiknya atau tidak dan sekaligus untuk mengatur ketertiban.

b. Sebagai sumber pendapatan daerah

---

<sup>9</sup> *Ibid.* hlm. 193.

Dengan adanya permintaan permohonan izin, maka secara langsung pendapatan pemerintah akan bertambah karena setiap izin yang dikeluarkan pemohon harus membayar retribusi terlebih dahulu. Semakin banyak pula pendapatan di bidang retribusi tujuan akhirnya yaitu untuk membiayai pembangunan.

2. Dari sisi masyarakat.

Dari sisi masyarakat tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut.

- a. Untuk adanya kepastian hukum
- b. Untuk adanya kepastian hak
- c. Untuk memudahkan mendapatkan fasilitas. Apabila bangunan yang didirikan telah mempunyai izin akan lebih mudah mendapatkan fasilitas.<sup>10</sup>

3. Tinjauan umum penegakan hukum pada Hukum Administrasi Negara

a. Pengertian penegakan hukum pada Hukum Administrasi Negara

Menurut P. Nicolai dan kawan-kawan, “*De bestuursrechtelijk handhavingsmiddelen omvatten (1) het toezich dat bestuursorganen kunnen uitoefenen op de naleving van de bij of krachtens de wet gestelde voorschriften en van de bij besluit individual opgelegde verplichtingen, en (2) de toepassing van bestuursrechtelijke sanctie bevoegdheden*”, (sarana penegakan Hukum Adminirtrasi Negara berisi {1} pengawasan bahwa organ pemerintah dapat melaksanakan ketaatan pada atau

---

<sup>10</sup> *Ibid.* hlm. 200.

berdasarkan undang-undang yang ditetapkan secara tertulis dan pengawasan terhadap keputusan yang meletakkan kewajiban kepada individu, dan {2} penerapan kewenangan sanksi pemerintahan). Apa yang dikemukakan Nicolai hampir senada dengan ten Berge, seperti dikutip Philipus M. Hadjon, yang menyebutkan bahwa instrument penegakan Hukum Administrasi Negara meliputi pengawasan dan penegakan sanksi. Pengawasan merupakan langkah preventif untuk memaksakan kepatuhan, sedangkan penerapan sanksi merupakan langkah represif untuk memaksakan kepatuhan.<sup>11</sup>

b. Macam-macam sanksi dalam Hukum Administrasi Negara

Seiring dengan luasnya ruang lingkup dan keragaman bidang urusan pemerintahan yang masing-masing bidang itu diatur dengan peraturan tersendiri, macam jenis sanksi dalam rangka penegakan peraturan itu menjadi beragam. Pada umumnya macam-macam dan jenis sanksi itu dicantumkan dan ditentukan secara tegas dalam peraturan perundang-undangan bidang administrasi tertentu. Secara umum dikenal beberapa macam sanksi dalam hukum administrasi, yaitu :

- a. Paksaan pemerintah (*bestuurdwang*)
- b. Penarikan kembali keputusan yang menguntungkan (izin, subsidi, pembayaran, dan sebagainya)
- c. Pengenaan uang paksa oleh pemerintah (*dwangsom*)
- d. Pengenaan denda administrative (*administratieve boete*)

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 296.



Macam-macam sanksi tersebut tidak selalu dapat diterapkan secara keseluruhan pada suatu bidang administratif negara tertentu. Sanksi paksaan pemerintah lainnya, sudah barang tentu tidak dapat diterapkan dalam bidang kepegawaian dan ketenagakerjaan. Tetapi dapat terjadi dalam suatu bidang administrasi diterapkan lebih dari keempat macam sanksi tersebut, seperti dalam bidang lingkungan.<sup>12</sup>

#### 4. Tinjauan Umum Pengawasan

##### a. Pengertian pengawasan dalam hukum Administrasi Negara

Paulus E. Lutulung mengemukakan beberapa macam pengawasan dalam Hukum Administrasi Negara , yaitu bahwa ditinjau dari segi kedudukan dari badan/organ yang melaksanakan kontrol itu terhadap badan/organ yang dikontrol, dapatlah dibedakan antara jenis kontrol intern dan kontrol ekstern. Kontrol *intern* berarti berarti bahwa pengawasan itu dilakukan oleh badan yang secara organisatoris/struktural masih termasuk dalam lingkungan pemerintah sendiri, sedangkan kontrol *ekstern* adalah pengawasan yang dilakukan oleh organ atau lembaga-lembaga yang secara organisatoris/struktural berada di luar pemerintah. Ditinjau dari segi waktu dilaksanakannya, pengawasan atau kontrol dibedakan dalam dua jenis yaitu kontrol a-priori dan kontrol a-posteriori. Kontrol *a-priori* adalah bilamana pengawasan itu dilaksanakan sebelum dikeluarkannya keputusan pemerintah, sedangkan kontrol *a-posteriori* adalah bilamana pengawasan itu baru

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 303

dilaksanakan sesudah dikeluarkannya keputusan pemerintah. Selain itu, control dapat pula ditinjau dari segi objek yang diawasi yang terdiri dari kontrol dari segi hukum (*rechtmatigheid*) dan control dari segi kemanfaatan (*doelmatigheid*).<sup>13</sup>

#### b. Tindakan Pemerintah

Menurut Van Vollenhoven yang dimaksud dengan ‘tindakan pemerintahan’ (*Bestuurshandeling*) adalah pemeliharaan kepentingan negara dan rakyat secara spontan dan tersendiri oleh penguasa tinggi dan rendahan. Sedangkan menurut Komisi Van Poelje dalam laporannya tahun 1972 yang dimaksud dengan ‘*publiek rechtelijke handeling*’ atau tindakan dalam hukum public adalah tindakan-tindakan hukum yang dilakukan oleh penguasa dalam menjalankan fungsi pemerintahan. Romeijn mengemukakan bahwa tindak pemerintah adalah tiap-tiap tindakan atau perbuatan dari satu alat administrasi Negara (*bestuur organ*) yang mencakup juga perbuatan atau hal-hal yang berada di luar lapangan hukum tata pemerintah, seperti keamanan, peradilan dan lain-lain dengan maksud menimbulkan akibat hukum dalam bidang hukum administrasi.<sup>14</sup>

### G. Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu kegiatan yang terencana yang dilakukan dengan metode ilmiah bertujuan untuk mendapatkan data baru guna membuktikan kebenaran dari

---

<sup>13</sup> Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara (edisi revisi)*, Rajawali Press, Yogyakarta, 2006, hlm. 296.

<sup>14</sup> SF. Marbun, *Hukum Administrasi Negara I*, UII Press, Yogyakarta, 2012, hlm. 149.

suatu gejala atau hipotesa yang ada.<sup>15</sup> Metode penelitian menurut Kartini Kartono dalam buku Hilman Hadikusuma adalah cara-cara berpikir dan berbuat yang dipersiapkan dengan baik-baik untuk mengadakan penelitian dan untuk mencapai suatu tujuan penelitian.<sup>16</sup>

Dalam suatu penelitian, metode penelitian merupakan salah satu faktor penting yang menunjang suatu proses penelitian, yakni berupa penyelesaian suatu permasalahan yang akan dibahas, dimana metode penelitian merupakan cara utama yang bertujuan untuk mencapai tingkat ketelitian, jumlah dan jenis yang akan dihadapi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

#### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Iklan luar ruang (*Outdoor Advertising*) dengan bentuk reklame serta pemerintah atau dinas yang terkait dengan penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta.

#### 2. Subjek Penelitian

Pada penelitian mengenai pengawasan dan penegakan hukum terkait dengan penyelenggaraan *outdoor advertising*/reklame ini subyek penelitian yang dapat menunjang kelancaran pelaksanaan penelitian ini adalah dinas pemerintahan yang terkait dengan obyek penelitian ini yakni Dinas Penanaman Modal dan Perizinan

---

<sup>15</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 1991, hlm. 2.

<sup>16</sup> Hadikusuma, Hilman, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, CV. Mandar Maju, Bandung, 1995, hlm. 58.

dan Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan serta Dinas Ketertiban dalam hal ini adalah Dinas Perizinan Kota Yogyakarta dan Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan Kota Yogyakarta yang saat ini menjadi Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Yogyakarta serta Dinas Ketertiban yakni Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, subyek ini dapat mendukung kelancaran penelitian yang akan dilakukan karena akan memberikan data-data mengenai penyelenggaraan reklame yang ada di Kota Yogyakarta.

### 3. Sumber Data

- a. Data primer, adalah berupa penelitian secara langsung dari subjek penelitian yang berupa hasil wawancara, untuk mencari keterangan atau informasi yang diperoleh secara langsung.
- b. Data sekunder, adalah berupa data yang diperoleh secara tidak langsung, berupa buku atau dokumen yang terdiri atas:
  - 1) Bahan-bahan hukum primer berupa Peraturan perundang-undangan, dalam hal ini Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame, Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2016 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame serta Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 24 Tahun 2016 Tentang Pelaksanaan Izin Mendirikan Bangunan Konstruksi Reklame
  - 2) Bahan hukum sekunder, yakni koran, majalah, artikel atau makalah dari para ahli dalam bidang yang akan ditulis dalam penelitian ini, Buku hukum

perizinan, Buku hukum lingkungan dan beberapa buku yang membahas seputar *outdoor advertising* dan perizinannya serta bahan lain yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

- 3) Bahan hukum tersier, yakni Kamus Bahasa Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia dan Kamus Bahasa Inggris serta media massa baik cetak maupun elektronik.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data primer, yaitu dengan melakukan Tanya jawab dengan subjek penelitian.
- b. Studi kepustakaan dilakukan dilakukan untuk memperoleh data sekunder, yaitu dengan mengkaji berbagai peraturan perundang-undangan dan literatur yang berkaitan dengan objek penelitian.

#### 5. Metode Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan undang-undang yaitu pendekatan dari sudut pandang undang-undang dan ketentuan hukum yang berlaku.

#### 6. Analisis Data

Data dan bahan hukum yang diperoleh akan dianalisis secara yuridis empiris yaitu dianalisis berdasarkan peraturan undang-undang yang berlaku dan implementasinya di lapangan.

## **H. Sistematika Penulisan**

BAB I adalah Pendahuluan. Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang yang merupakan alasan mengapa penulis mengangkat masalah ini sebagai bahan penelitian yang kemudian dituangkan dalam penulisan skripsi. Selain latar belakang, bab ini juga berisi mengenai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, kerangka penelitian dan kerangka skripsi

BAB II berisi mengenai Tinjauan umum tentang Reklame, Perizinan, dan Penegakan Hukum.

BAB III Mengenai hasil penelitian dan pembahasan mengenai penegakan hukum dan pengawasan pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyelenggaraan reklame dengan ditunjang bahan-bahan penelitian primer dan sekunder dari hasil wawancara, studi pustaka, dan undang-undang yang berlaku.

BAB IV berisi kesimpulan dan saran. Bab ini merupakan bab terakhir dalam skripsi ini. Kesimpulan yang dimuat adalah kesimpulan atas hal yang dibahas dan diuraikan dalam bab-bab sebelumnya. Kesimpulan ini hasil akhir atas jawaban atas permasalahan yang ada dalam penulisan skripsi ini. Setelah meneliti dan menuangkan dalam tulisan maka penulis mengajukan saran-saran yang merupakan usulan terhadap kekurangan di kesimpulan dan saran.

## BAB II

### TINJAUAN UMUM IKLAN LUAR RUANG/REKLAME, PERIZINAN, DAN PENEGAKAN HUKUM PADA HUKUM ADMINISTRASI NEGARA.

#### A. Tinjauan Umum Iklan Luar Ruang / *Outdoor Advertising*

##### 1. Pengertian dan Jenis Iklan Luar Ruang (Reklame)

Secara etimologis kata reklame berasal dari kata “*Reclamos*”, *Re* artinya ulang, *Clamos* artinya panggilan atau teriakan, jadi reklame berarti panggilan yang berulang-ulang. Secara umum reklame diartikan sebagai media propaganda yang berfungsi untuk memperkenalkan dan menawarkan barang dagangan atau jasa agar dikenal oleh masyarakat. Secara luas reklame diartikan sebagai suatu karya seni rupa yang bertujuan untuk menginformasikan, mengajak, menganjurkan, atau menawarkan produk (sesuatu berupa barang atau jasa) kepada konsumen dengan cara yang menarik sehingga konsumen ingin memiliki, menggunakan, atau membelinya.

Iklan berasal dari kata arab *I’lan* yang artinya memberitahukan. Iklan adalah setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seseorang pembeli potensial dan mempromosikan penjual suatu produk atau jasa, untuk mempengaruhi pendapat public, memenangkan dukungan publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan si pemasang iklan. Sedangkan menurut Paul Couple,

*“advertising is by and large seen as an art, the art of persuasion and can be defined as any paid for communication designed to inform and or persuade”<sup>17</sup>*

Dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame, reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.<sup>18</sup>

Secara umum masyarakat mengetahui reklame adalah media iklan yang berbentuk papan saja, namun ternyata jenis dan reklame tersebut terdapat berbagai macam, sebagai berikut :

a. Billboard.

Media iklan luar ruang berbahan dasar aluminium, pembuatannya pun tidak terlampau sukar atau rumit dalam menuangkan ide atau gagasan dari desainer, namun memerlukan ketelitian agar hasil yang didapat maksimal. Media iklan luar ruang ini biasanya dipasang di sepanjang jalan utama dan tempatnya yang strategis agar dapat dilihat oleh orang banyak. Untuk ukuran billboard tergantung dengan pemesanan.

---

<sup>17</sup> Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Rosda, Bandung, 2000, hlm. 50

<sup>18</sup> Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame.



b. Baliho.

Media iklan luar ruang yang bahannya terbuat dari triplek atau melamine, yang biasanya menggunakan ukuran standar triplek, tetapi media ini biasanya kurang tahan dengan cuaca dan biasanya dipasang kurang dari 15 bulan.

c. Spanduk dan Banner.

Media iklan luar ruang yang bahannya terbuat dari kain yang membentang panjang sesuai dengan ukuran yang dipesan. Untuk media iklan ini biasanya dipasang di sepanjang jalan di pinggir, atau bahkan di atas tengah jalan, yang biasanya memiliki pesan yang singkat namun menarik perhatian orang banyak.

d. Rontek dan Umbul-Umbul.

Media iklan luar ruang yang bahannya sama dengan spanduk dan banner yaitu kain tetapi dalam pemasangannya biasanya dipasangkan pada sebuah bamboo atau besi yang menancap. Biasanya media ini dipasang imana saat ada event tertentu atau tempat di mana pengiklan tersebut berada.

e. Neon Sign.

Berupa papan iklan dengan desain dari produk lampu neon yang dibentuk menurut pesanan desain reklame. Media iklan ini umumnya menonjolkan keindahan pada waktu malam hari.

f. Neon Box.

Media iklan luar ruang yang memiliki bahan yang terbuat dari acrylic dengan ketebalan tertentu yang disinari oleh lampu neon di dalamnya, sehingga orang yang melakukan perjalanan di malam hari dapat melihat iklan tersebut dengan jelas. Biasanya dipasang di dekat pengiklannya.

g. Collybright.

Media iklan ini berbahan dasar MMT atau Vinnyl sejenis plastik. Vinnyl transparan dicetak menyerupai sebuah foto box bila dinyalakan. Dalam pemasangannya, collybright harus direntangkan dengan kuat agar dapat dilihat dari depan tampak rata dan tidak bergelombang. Ukuran collybright kurang lebih 6 x 12 m.

h. Poster.

Media iklan luar ruang yang terbuat dari kertas yang biasanya ditempelkan pada dinding atau tempat strategis lainnya seperti : halte, transit ad, jembatan penyeberangan, atau jalan yang sering dilewati oleh pejalan kaki atau orang yang menunggu.

Dari beberapa pengertian diatas, pada dasarnya iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan komunikator dalam hal ini perusahaan atau produsen untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada publik, khususnya pelanggannya melalui suatu media massa.

Selain itu, semua iklan dibuat dengan tujuan yang sama yaitu untuk memberi informasi dan membujuk para konsumen untuk mencoba atau mengikuti apa yang ada di iklan tersebut, dapat berupa aktivitas mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan. Ditinjau dari tujuannya, iklan dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis iklan, yakni:

1. Iklan Komersial (*Comercial Advertising*)

Iklan Komersial adalah iklan yang bertujuan untuk mendukung, pemasaran atau mempromosikan suatu produk dan jasa yang dikuasai dan perusahaan atau industry maupun personal. Ada 2 macam iklan komersial, yaitu:

- a. Iklan Strategis

Iklan macam ini digunakan untuk membangun merek (*brand*). Hal itu dilakukan dengan mengkomunikasikan nilai merek dan manfaat produk maupun jasa yang diiklankan. Perhatian utama dalam jangka panjang adalah memposisikan merek serta membangun pangsa pikiran dan pangsa pasar.

Iklan macam ini mengundang konsumen untuk menikmati hubungan dengan merek serta meyakinkan bahwa merek ini ada bagi para pengguna.

b. Iklan Taktis

Iklan taktis adalah iklan yang memiliki tujuan yang mendesak iklan. Iklan macam ini dirancang untuk mendorong konsumen agar segera melakukan kontak dengan merek tertentu. Pada umumnya iklan ini memberikan pengawasan khusus jangka pendek yang memacu konsumen memberikan respon pada hari yang sama.

2. Iklan Korporat atau Iklan Perusahaan (*corporate advertising*)

Iklan korporat bertujuan untuk membangun cinta suatu perusahaan yang pada akhirnya diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Iklan korporat akan efektif bila didukung oleh fakta yang kuat dan relevan dengan masyarakat, mempunyai nilai berita dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Iklan korporat merupakan bentuk lain dari iklan komersial yang bersifat strategis yaitu ketika sebuah perusahaan melakukan kampanye untuk mengkomunikasikan nilai-nilai korporatnya kepada masyarakat. Iklan korporat sering kali berbicara tentang nilai-nilai warisan perusahaan, komitmen perusahaan kepada pengawasan mutu, peluncuran merek dagang atau logo perusahaan yang baru atau menkomunikasikan kepedulian terhadap lingkungan sekitar.

3. Iklan Layanan Masyarakat (*Public Service Advertising*)

Iklan layanan masyarakat merupakan bagian dari kampanye *social marketing* yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan masyarakat. Biasanya pesan iklan layanan masyarakat berupa ajakan, pernyataan atau himbauan kepada masyarakat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau merubah perilaku yang “tidak baik” supaya menjadi lebih baik, misalnya masalah kebersihan lingkungan, mendorong penghargaan terhadap perbedaan pendapat, keluarga berencana, dan sebagainya. Reklame adalah media periklanan besar, yang biasa ditempatkan pada area yang sering dilalui, misalnya pada sisi persimpangan jalan raya yang padat, yang merepresentasikan pada arti etimologisnya yakni *Re-clamare* (bahasa latin. *Re* = berulang, *Clamare*=seruan) yang berarti panggilan berulang-ulang.

#### 5. Pengaturan Iklan Luar Ruang/reklame di Kota Yogyakarta

Di Kota Yogyakarta Pengaturan mengenai iklan luar ruang telah diatur secara khusus dalam suatu Peraturan Daerah Kota yakni Pada Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Peraturan Daerah tersebut menggantikan Peraturan Daerah yang lama yakni Peraturan Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 tentang Penyelenggaraan Reklame yang dinilai sudah tidak sesuai dengan situasi dan kondisi saat ini. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut mengatur mengenai penyelenggaraan reklame yang ada di kota Yogyakarta mulai dari jenis, bentuk, penempatan, isi atau konten,

kerjasama dengan pihak ketiga, kewajiban bagi penyelenggara, perizinan, sanksi administrasi, ketentuan pidana, penyidikan, dan pengawasan. Selain melalui Peraturan Daerah tersebut, penyelenggaraan reklame di Wilayah Kota Yogyakarta juga diatur lebih rinci Dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2016 sebagai Petunjuk Pelaksanaan atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan reklame.

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame serta Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 24 tahun 2016 sebagai petunjuk pelaksanaan atas Peraturan Daerah Nomor 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame ini merupakan dasar hukum bagi penyelenggaraan reklame yang ada pada wilayah Kota Yogyakarta baik dalam hal penegakan hukum dan dalam hal penjatuhan sanksi. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut diundangkan pada bulan Mei Tahun 2015 dan mulai berlaku pada bulan Mei Tahun 2016.

## **B. Tinjauan umum Perizinan**

### **1. Pengertian perizinan**

Dalam sektor pelayanan publik, perizinan memang dinilai penting dalam urusan administrasi maupun urusan yang berhubungan dengan pelayanan publik lainnya. Istilah perizinan berasal dari kata izin, namun beberapa ahli menilai memang sulit untuk memberikan definisi atas frasa izin itu sendiri. Menurut

Adrian Sutedi<sup>19</sup>, Izin (*vergunning*) adalah suatu persetujuan dari penguasa berdasarkan undang-undang atau peraturan pemerintah untuk dalam keadaan tertentu menyimpang dari ketentuan-ketentuan larangan peraturan perundang-undangan. Izin juga diartikan sebagai dispensasi atau pelepasan/pembebasan dari suatu larangan.

Adapun pengertian perizinan adalah salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan bersifat pengendalian yang dimiliki oleh pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Perizinan dapat berbentuk pendaftaran, rekomendasi, sertifikasi, penentuan kuota, dan izin untuk melakukan sesuatu usaha yang biasanya harus dimiliki atau diperoleh suatu organisasi perusahaan atau seseorang sebelum yang bersangkutan dapat melakukan suatu kegiatan atau tindakan.

## 2. Sifat Izin

Pada dasarnya izin merupakan keputusan pejabat/badan tata usaha negara yang berwenang, yang isinya atau substansinya mempunyai sifat sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Izin bersifat bebas, adalah izin sebagai keputusan tata usaha Negara yang penerbitannya tidak terikat pada aturan hukum tertulis serta organ yang berwenang dalam izin memiliki kadar kebebasan yang besar dalam memutuskan pemberian izin.

---

<sup>19</sup> Sutedi, Adrian, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hlm. 167.

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 173

- b. Izin bersifat terikat, adalah izin sebagai keputusan tata usaha negara yang penerbitannya terikat pada aturan dan hukum tertulis dan tidak tertulis serta organ yang berwenang dalam izin kadar kebebasannya dan wewenangnya tergantung pada kadar sejauh mana peraturan perundang-undangan mengaturnya. Misalnya, dan izin yang bersifat terikat adalah IMB, izin HO, izin usaha industri, dan lain-lain.

Pembedaan antara izin yang bersifat bebas dan terikat adalah penting dalam hal apakah izin bisa ditarik kembali/dicabut atau tidak. Pada dasarnya hanya izin sebagai keputusan TUN yang bebas yang ditarik kembali/dicabut, hal itu karena tidak terdapat persyaratan-persyaratan yang mengikat di mana izin tidak dapat ditarik kembali/dicabut.

Pada izin yang bersifat terikat, pembuat undang-undang memformulasikan syarat-syarat di mana izin diberikan dan izin dapat ditarik kembali/dicabut. Hal ini penting dalam pembedaan diatas adalah dalam hal menentukan kadar luasnya dasar pengujian oleh hakim tata usaha negara apabila izin sebagai keputusan tersebut digugat. Pada wewenang menetapkan izin yang terikat, hakim relatif akan menguji lebih lengkap dibanding dengan wewenang yang bebas dalam menetapkan izin, sehingga bila banyak kebebasan yang dimiliki oleh organ pemerintahan dalam menetapkan izin, maka hakim akan membatasi diri pada pengujian ala kadarnya pada undang-undang dan asas-asas umum pemerintahan yang baik.



- c. Izin yang bersifat menguntungkan, merupakan izin yang isinya mempunyai sifat menguntungkan pada yang bersangkutan. Izin yang bersifat menguntungkan isi nyata keputusan merupakan titik pusat yang memberi anugerah kepada yang bersangkutan. Dalam arti, yang bersangkutan diberikan hak-hak atau pemenuhan tuntutan yang tidak akan ada tanpa keputusan tersebut. Misalnya dari izin yang menguntungkan adalah SIM, SIUP, SITU, dan lain-lain.
- d. Izin yang bersifat memberatkan, merupakan izin yang isinya mengandung unsur-unsur memberatkan dalam bentuk ketentuan-ketentuan yang berkaitan kepadanya. Di samping itu, izin yang bersifat memberatkan merupakan pula izin yang memberi beban kepada orang lain atau masyarakat sekitarnya. Misalnya, pemberian izin kepada perusahaan tertentu. Bagi mereka yang tinggal di sekitarnya yang merasa dirugikan izin tersebut merupakan suatu beban.

Pembedaan antara izin yang bersifat menguntungkan dengan izin yang bersifat memberatkan adalah penting dalam hal penarikan kembali/pencabutan dan perubahannya. Izin sebagai keputusan yang menguntungkan tidak begitu gampang dapat ditarik kembali atau diubah atas kerugian yang berkepentingan. Adapun penarikan kembali/pencabutan dan perubahan izin yang bersifat memberatkan biasanya tidak terlalu menjadi soal.

- e. Izin yang segera berakhir, merupakan izin yang menyangkut tindakan-tindakan yang akan segera berakhirnya atau izin yang masa berlakunya relatif

pendek, misalnya izin mendirikan bangunan (IMB), yang hanya berlaku untuk mendirikan bangunan dan berakhir saat bangunan selesai didirikan.

- f. Izin yang berlangsung lama, merupakan izin yang menyangkut tindakan-tindakan yang berakhirnya atau masa berlakunya relatif lama, misalnya izin usaha industri dan izin yang berhubungan dengan lingkungan. Perbedaan antara izin yang segera berakhir dengan izin izin yang berlangsung lama adalah penting dalam hal kemungkinan penarikan kembali dan masa berlakunya izin. Secara umum diakui bahwa setelah berlakunya tindakamtindakan yang memerlukan izin seperti IMB berakhir, maka berakhirilah masa berlakunya izin tersebut. Di samping mengenai masa berlakunya izin, perbedaan di atas penting dalam hal penarikan kembali/pencabutan izin manakala izin diberikan secara salah karena perbuatan tercela dari pemegang izin.
- g. Izin yang bersifat pribadi, merupakan izin yang isinya tergantung pada sifat atau kualitas pribadi dan pemohon izin. Misalnya, izin mengemudi (SIM).
- h. Izin yang bersifat kebendaan, merupakan izin yang isinya tergantung pada sifat dan objek izin misalnya izin HO, SITU, dan lain-lain.

Pembedaan antara izin yang bersifat pribadi dengan izin yang bersifat kebendaan adalah penting dalam hal kemungkinan mengalihkannya pada pihak lain, izin yang bersifat pribadi tidak dapat dialihkan pada pihak lain, misalnya SIM tidak dapat dialihkan pada pihak lain, misalnya terdapat penjualan perusahaan pada pihak lain, maka izin HO-nya secara otomatis

beralih pada pihak lain dengan syarat nama perusahaan (nama PT) tidak berubah. Izin seperti itu harus ditaati oleh mereka yang secara nyata mengeksploitasi lembaga tersebut.

### 3. Fungsi pemberian izin

Ketentuan tentang perizinan mempunyai fungsi yaitu sebagai fungsi penertib dan sebagai fungsi pengatur. Fungsi penertib, dimaksudkan agar izin atau setiap izin atau tempat-tempat usaha, bangunan dan bentuk kegiatan masyarakat lainnya tidak bertentangan satu sama lain, sehingga ketertiban dalam segi kehidupan masyarakat dapat terwujud.

Sebagai fungsi mengatur dimaksudkan agar perizinan yang ada dapat dilaksanakan sesuai dengan peruntukannya, sehingga terdapat penyalahgunaan izin yang telah diberikan, dengan kata lain, fungsi pengaturan ini dapat disebut juga sebagai fungsi yang dimiliki oleh pemerintah.<sup>21</sup>

### 4. Tujuan pemberian izin

Secara umum, tujuan dan fungsi dari perizinan adalah untuk pengendalian daripada aktifitas pemerintah dalam hal-hal tertentu dimana ketentuannya berisi pedoman-pedoman yang harus dilaksanakan oleh baik yang berkepentingan ataupun oleh pejabat yang berwenang. Selain itu, tujuan dari perizinan itu dapat dilihat dari dua sisi yaitu:

---

<sup>21</sup> *Ibid.* hlm. 193.

a. Dari Sisi Pemerintah

Dari sisi pemerintah tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut.

1) Untuk melaksanakan peraturan

Apakah ketentuan-ketentuan yang termuat dalam peraturan tersebut sesuai dengan kenyataan dalam praktiknya atau tidak dan sekaligus untuk mengatur ketertiban.

2) Sebagai sumber pendapatan daerah

Dengan adanya permintaan permohonan izin, maka secara langsung pendapatan pemerintah akan bertambah karena setiap izin yang dikeluarkan pemohon harus membayar retribusi terlebih dahulu. Semakin banyak pula pendapatan di bidang retribusi tujuan akhirnya yaitu untuk membiayai pembangunan.

b. Dari sisi masyarakat.

Dari sisi masyarakat tujuan pemberian izin itu adalah sebagai berikut.

1) Untuk adanya kepastian hukum

2) Untuk adanya kepastian hak

3) Untuk memudahkan mendapatkan fasilitas. Apabila bangunan yang didirikan telah mempunyai izin akan lebih mudah mendapatkan fasilitas.<sup>22</sup>

5. Perizinan Dalam Penyelenggaraan Reklame di Kota Yogyakarta

---

<sup>22</sup> *Ibid.* hlm. 200.

Perizinan dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta telah diatur dalam BAB III Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame yang terdiri dari tiga bagian mulai dari Bagian Umum, Syarat dan Tata Cara Pengajuan dan Peembalian Izin, serta Masa berlaku izin, yang disebutkan sebagai berikut:

#### Bagian Kesatu

##### Umum

##### Pasal 14

- (1) Setiap penyelenggara reklame di Daerah, wajib mendapatkan izin walikota atau pejabat yang ditunjuk.
- (2) Pejabat yang ditunjuk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah Pejabat yang mendapat pelimpahan kewenangan di bidang perizinan dari Walikota.
- (3) Dalam memberikan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan mempertimbangkan lingkungan yang berkaitan dengan aspek keindahan, ketertiban, keamanan, kenyamanan, rasa kesusilaan, kesehatan umum dan kepentingan Pembangunan Daerah.

#### Bagian Kedua

##### Syarat dan Tata Cara Pengajuan dan Peembalian Izin

##### Paragraf 1

##### Syarat dan Tata Cara Pengajuan Izin

##### Pasal 15

(1) Untuk mendapatkan izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1), harus memenuhi syarat-syarat administrative dan teknis.

(2) Syarat administrative dan teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebagai berikut :

a. Permohonan baru :

1. Foto copy Izin Mendirikan Bangunan;
2. Surat kerelaan dari pemilik tanah persil untuk menjadi lokasi reklame;
3. Foto copy Akte Pendirian Perusahaan apabila penyelenggara dalam bentuk badan /lembaga, kecuali alat peraga;
4. Foto copy Kartu Tanda Penduduk (KTP);
5. Foto lokasi simulasi pemasangan reklame;
6. Gambar desain;
7. Gambar potongan konstruksi reklame terhadap taman kota/selokan/trotoar/badan jalan;
8. Surat pernyataan bertanggung jawab menanggung segala resiko;
9. Foto copy Izin Gangguan (HO) apabila reklame nama usaha;
10. Surat kuasa dari pemohon izin apabila tidak dapat mengurus sendiri;  
dan
11. Surat pernyataan tidak menyilaukan khusus Reklame Videotron/Megatron.

b. Permohonan perpanjangan :

1. Foto copy Kartu Tanda penduduk (KTP) yang masih berlaku;

2. Foto reklame terbaru;
3. Fotocopy izin penyelenggaraan reklame sebelumnya;
4. Fotocopy bukti pembayaran pajak reklame/surat keterangan lunas pajak;
5. Surat kerelaan dari pemilik tanah persil untuk menjadi lokasi reklame;
6. Surat pernyataan reklame tidak ada perubahan naskah, ukuran, jenis, dan lokasi dan pernyataan tanggung jawab menanggung segala resiko;
7. Surat kuasa dari pemohon izin apabila tidak dapat mengurus sendiri;
8. Foto copy Bukti Setor Jaminan Bongkar; dan
9. Menunjukkan surat izin asli periode sebelumnya.

(3) Pemohon izin penyelenggaraan reklame dan alat peraga insidentil, mengisi blangko rangkap 2 (dua) yang telah disediakan dengan melampiri :

a. Permohonan baru :

1. Foto copy Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku;
2. Gambar desain;
3. Gambar denah lokasi kecuali di temoat yang sudah disediakan oleh Pemerintah Daerah;
4. Surat kerelaan pemilik tanah persil bila di tanah persil orang; dan
5. Surat kuasa dari pemohon izin apabila tidak dapat mengurus sendiri atau foto copy surat perjanjian/ kontrak.

(4) Untuk jenis reklame papan/billboard/videotron/megatron dan sejenisnya serta relame kain wajib memberikan jaminan biaya pembongkaran.

- (5) Bentuk dan tata naskah blangko permohonan dan blangko Surat Izin Penyelenggaraan Reklame ditetapkan dengan Peraturan Walikota.
- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai syarat dan tata cara pengajuan izin diatur dengan Peraturan Walikota.

## Paragraf 2

### Syarat dan Tata Cara Pengambilan Izin

#### Pasal 16

- (1) Surat Izin Penyelenggaraan Reklame dapat diambil setelah melunasi Pajak Reklame dan untuk reklame baru menyerahkan jaminan biaya pembongkaran untuk jenis reklame tertentu.
- (2) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah penyelenggaraan alat peraga dan reklame papan nama usaha/profesi yang peletakannya melekat pada bangunan tempat usaha/profesi yang luasannya sampai dengan  $1\text{m}^2$  (satu meter persegi).

## Bagian Ketiga

### Masa Berlaku Izin

#### Pasal 17

Masa berlaku izin dibedakan menjadi :

- a. izin reklame permanen berlaku paling lama 1 (satu) tahun;
- b. izin reklame papan nama usaha/profesi yang berukuran sampai dengan  $1\text{m}^2$  (satu meter persegi) yang peletakannya melekat pada bangunan berlaku paling lama 5 (lima) tahun; dan



c. izin reklame insidental berlaku paling lama 1 (satu) bulan.<sup>23</sup>

### C. Tinjauan Umum Penegakan Hukum pada Hukum Administrasi Negara

#### 1. Pengertian Penegakan Hukum pada Hukum Administrasi Negara

Hukum adalah sarana yang di dalamnya terkandung nilai-nilai atas konsep-konsep tentang keadilan, kebenaran, kemanfaatan, sosial dan sebagainya.<sup>24</sup> Menurut P. Nicolai dan kawan-kawan, “*De bestuursrechtelijk handhavingsmiddelen omvatten (1) het toezich dat bestuursorganen kunnen uitoefenen op de naleving van de bij of krachtens de wet gestelde voorschriften en van de bij besluit individual opgelegde verplichtingen, en (2) de toepassing van bestuursrechtelijke sanctie bevoegdheden*”, (sarana penegakan Hukum Administrasi Negara berisi {1} pengawasan bahwa organ pemerintah dapat melaksanakan ketaatan pada atau berdasarkan undang-undang yang ditetapkan secara tertulis dan pengawasan terhadap keputusan yang meletakkan kewajiban kepada individu, dan {2} penerapan kewenangan sanksi pemerintahan). Apa yang dikemukakan Nicolai hampir senada dengan ten Berge, seperti dikutip Philipus M. Hadjon, yang menyebutkan bahwa instrument penegakan Hukum Administrasi Negara meliputi pengawasan dan penegakan sanksi. Pengawasan merupakan langkah preventif

---

<sup>23</sup> Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

<sup>24</sup> Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara (edisi revisi)*, Rajawali press, Jakarta, 2014. hlm. 291.

untuk memaksakan kepatuhan, sedangkan penerapan sanksi merupakan langkah represif untuk memaksakan kepatuhan.<sup>25</sup>

## 2. Macam-Macam Sanksi dalam Hukum Administrasi Negara

Seiring dengan luasnya ruang lingkup dan keragaman bidang urusan pemerintahan yang masing-masing bidang itu diatur dengan peraturan tersendiri, macam jenis sanksi dalam rangka penegakan peraturan itu menjadi beragam. Pada umumnya macam-macam dan jenis sanksi itu dicantumkan dan ditentukan secara tegas dalam peraturan perundang-undangan bidang administrasi tertentu. Secara umum dikenal beberapa macam sanksi dalam hukum administrasi, yaitu :

- a. Paksaan pemerintah (*bestuurdwang*);
  - a. Penarikan kembali keputusan yang menguntungkan (izin, subsidi, pembayaran, dan sebagainya);
  - b. Pengenaan uang paksa oleh pemerintah (*dwangsom*); dan
  - c. Pengenaan denda administrative (*administratieve boete*).

Macam-macam sanksi tersebut tidak selalu dapat diterapkan secara keseluruhan pada suatu bidang administratif negara tertentu. Sanksi paksaan pemerintah lainnya, sudah barang tentu tidak dapat diterapkan dalam bidang kepegawaian dan ketenagakerjaan. Tetapi dapat terjadi dalam suatu bidang

---

<sup>25</sup> *Ibid.* hlm.296.

administrasi diterapkan lebih dari keempat macam sanksi tersebut, seperti dalam bidang lingkungan.<sup>26</sup>

### 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum

Menurut Soerjono Soekanto faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum adalah sebagai berikut :<sup>27</sup>

#### a. Faktor Hukumnya Sendiri

Yang dimaksud dengan factor hukumnya sendiri adalah mengenai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam hal ini pengertiannya juga mencakup hukum yang luas dan sempit. Dalam arti luas penegakan hukum itu mencakup pada nilai-nilai keadilan yang hidup dalam masyarakat. Tetapi dalam arti sempit penegakan hukum itu hanya menyangkut penegakan peraturan yang formal dan tertulis saja.

#### b. Faktor Penegakan Hukum

Pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Penegakan hukum itu dapat dilakukan oleh subyek yang luas dan dapat pula diartikan sebagai upaya penegakan hukum itu melibatkan semua subyek hukum dalam setiap hubungan hukum. Siapa saja yang menjalankan aturan normatif atau melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu dengan mendasarkan diri pada norma aturan hukum yang berlaku berarti dia menjalankan atau

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 303

<sup>27</sup> Soerjono Soekanto, *Efektivitas Hukum dan Peranan Sanksi*, CV. Remaja Karya, Bandung, 1985, hlm. 8.

menegakkan aturan hukum. Dalam arti sempit, dari segi subyeknya itu, penegakan hukum itu hanya diartikan sebagai upaya aparaturnya penegakan hukum tertentu untuk menjamin dan memastikan tegaknya hukum itu, apabila diperlukan, aparaturnya penegak hukum itu diperkenankan untuk menggunakan daya paksa.

c. Faktor Sarana dan Prasarana

Fasilitas yang mendukung penegakan hukum. Tanpa adanya sarana atau fasilitas tertentu, maka tidak mungkin penegakan hukum akan berlangsung dengan lancar. Sarana dan prasarana tersebut antara lain mencakup tenaga manusia yang berpendidikan dan terampil, organisasi yang baik, peralatan yang memadai, keuangan yang cukup, dan seterusnya. Kalau hal-hal itu tidak terpenuhi, maka mustahil penegakan hukum akan mencapai tujuannya.

d. Faktor masyarakat

Lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan. Penegakan hukum berasal dari masyarakat dan bertujuan untuk mencapai kedamaian di dalam masyarakat. Oleh karena itu, dipandang dari sudut tertentu maka masyarakat dapat mempengaruhi penegakan hukum tersebut. Faktor inilah yang mungkin sangat mempengaruhi penegakan hukum dengan tidak melanggar secara otomatis hukum akan dapat ditegakkan dengan mudah.

Masyarakat Indonesia pada khususnya, mempunyai pendapat-pendapat tertentu mengenai hukum. Pertama-tama ada pelbagai pengertian atau arti yang diberikan pada hukum yang variasinya adalah:

- 1) Hukum diartikan sebagai ilmu pengetahuan,
- 2) Hukum diartikan sebagai disiplin, yakni sistem ajaran tentang kenyataan,
- 3) Hukum diartikan sebagai norma atau kaidah, yakni patokan perilaku pantas yang diharapkan,
- 4) Hukum diartikan sebagai tata hukum (yakni hukum positif tertulis),
- 5) Hukum diartikan sebagai petugas ataupun pejabat,
- 6) Hukum diartikan sebagai keputusan pejabat atau penguasa,
- 7) Hukum diartikan sebagai proses pemerintahan,
- 8) Hukum diartikan sebagai perilaku teratur dan unik,
- 9) Hukum diartikan sebagai jalinan nilai,
- 10) Hukum diartikan sebagai seni

Dari sekian banyaknya pengertian yang diberikan pada hukum, terdapat kecenderungan yang besar pada masyarakat, untuk mengartikan hukum dan bahkan mengidentifikasikannya dengan petugas (dalam hal ini penegak hukum sebagai pribadi). Salah satu akibatnya adalah, bahwa baik-buruknya hukum senantiasa dikaitkan dengan pola perilaku penegak hukum tersebut, yang menurut pendapatnya merupakan pencerminan dari hukum sebagai struktur maupun proses.<sup>28</sup>

d. Faktor kebudayaan

---

<sup>28</sup> Soerjono, Sukanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Rajawali Press, Jakarta, 2007. Hlm. 45

Sebagai hasil karya, cipta, dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup. Faktor kebudayaan yang sebenarnya bersatu padu dengan faktor masyarakat sengaja dibedakan karena di dalam pembahasannya diketengahkan masalah sistem nilai-nilai yang menjadi inti dari kebudayaan spiritual atau non materiel. Kebudayaan hukum pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mendasari hukum yang berlaku, nilai-nilai yang merupakan konsepsi-konsepsi abstrak mengenai apa yang dianggap baik (sehingga dianuti) dan apa yang dianggap buruk (sehingga dihindari).

Penegakan Hukum dalam penyelenggaraan reklame yang kaitannya dengan sanksi administrasi telah diatur dalam BAB IV pada Pasal 18, Ketentuan Pidana pada BAB V pasal 19, yang disebutkan sebagai berikut :

#### SANKSI ADMINISTRASI

##### Pasal 18

- (1) Penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud Pada Pasal 4 ayat (6) dan ayat (7), Pasal 6, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 9 ayat (1) dan ayat (3), Pasal 10 ayat (4), Pasal 13 dan Pasal 14 ayat (1) dikenakan sanksi administrasi berupa :
- a. peringatan tertulis;
  - b. penghentian fungsi reklame;
  - c. pencabutan izin penyelenggaraan reklame; dan/atau
  - d. pembongkaran reklame.

- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pemberian sanksi administrasi diatur dengan Peraturan Walikota.

## BAB V

### KETENTUAN PIDANA

#### Pasal 19

- (1) Pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, Pasal 8, Pasal 9 ayat (1) dan ayat (3) serta Pasal 14 ayat (1) diancam dengan pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah).
- (2) Tindak Pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.
- (3) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) masuk ke Kas Daerah.

#### 4. Pengertian pengawasan dalam hukum Administrasi Negara

Pengawasan dapat ditinjau dari berbagai segi, antara lain segi ekonomi atau manajemen dan segi hukum. Dari segi manajemen, pengawasan diperlukan untuk menjamin agar suatu kegiatan organisasi berjalan sesuai dengan rencana (*planning*) sehingga tujuan organisasi tercapai. Di samping itu, pengawasan juga untuk menjaga agar fungsi pemerintahan berjalan dengan baik dan terjamin penerapan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Dengan demikian, pengawasan dapat memperkecil hambatan yang terjadi dan segera melakukan perbaikan.

Dari segi Hukum Administrasi, pengawasan diperlukan untuk menjamin agar pelaksanaan penyelenggaraan pemerintahan berjalan sesuai dengan norma hukum atau ketentuan peraturan perundang-undangan dan perlindungan hukum bagi rakyat atas sikap-tindak badan/pejabat tata usaha Negara dapat diupayakan.<sup>29</sup>

Paulus E. Lutulung mengemukakan beberapa macam pengawasan dalam Hukum Administrasi Negara , yaitu bahwa ditinjau dari segi kedudukan dari badan/organ yang melaksanakan kontrol itu terhadap badan/organ yang dikontrol, dapatlah dibedakan antara jenis kontrol intern dan kontrol ekstern. Kontrol *intern* berarti berarti bahwa pengawasan itu dilakukan oleh badan yang secara organisatoris/struktural masih termasuk dalam lingkungan pemerintah sendiri, sedangkan kontrol *ekstern* adalah pengawasan yang dilakukan oleh organ atau lembaga-lembaga yang secara organisatoris/struktural berada di luar pemerintah. Ditinjau dari segi waktu dilaksanakannya, pengawasan atau kontrol dibedakan dalam dua jenis yaitu kontrol a-priori dan kontrol a-posteriori. Kontrol *a-priori* adalah bilamana pengawasan itu dilaksanakan sebelum dikeluarkannya keputusan pemerintah, sedangkan kontrol *a-posteriori* adalah bilamana pengawasan itu baru dilaksanakan sesudah dikeluarkannya keputusan pemerintah. Selain itu, kontrol dapat pula ditinjau dari segi objek yang diawasi

---

<sup>29</sup> S.F. Marbun, *Hukum Administrasi Negara II*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 2.



yang terdiri dari kontrol dari segi hukum (*rechtmatigheid*) dan control dari segi kemanfaatan (*doelmatigheid*).<sup>30</sup>

a. Pengawasan Bersifat *Internal* dan *Eksternal*

Pengawasan bersifat *internal* adalah pengawasan yang dilakukan oleh suatu badan yang secara organisatoris atau struktural merupakan bagian dari lingkungan pemerintahan sendiri.

Menurut pasal 2 ayat (1) Instruksi Presiden No. 15 Tahun 1983 Pengawasan internal terdiri dari;

1) Pengawasan atasan langsung baik di tingkat pusat maupun tingkat daerah.

Pengawasan atasan langsung lajim disebut pengawasan melekat atau *build in control*. Pengawasan ini menyatu dengan sistem manajemen dalam suatu organisasi yang dapat dilaksanakan langsung oleh atasan terhadap suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh unit kerja yang berada di bawahnya. Pedoman pengawasan melekat diatur dalam Instruksi Presiden No. 1 Tahun 1989.

2) Pengawasan yang dilakukan secara *fungsional* oleh aparat pengawasan.

Menurut pasal 4 ayat (4) Inpres No. 15 Tahun 1983, Pengawasan fungsional dilakukan oleh;

---

<sup>30</sup> Ridwan HR, *Op.Cit.*, hlm. 296.

- (i). Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP). Menurut Keppres No. 31 Tahun 1983 BPKP berfungsi melakukan audit pemeriksaan. Namun Keppres No. 31 Tahun 1983 ini telah dicabut dengan Keppres No. 42 Tahun 2001. Kemudian dengan Keppres No. 103 Tahun 2001 (Pasal 53) disebutkan BPKP tidak lagi mempunyai kewenangan melakukan audit.
- (ii). Inspektorat Jenderal Departemen, Aparat Pengawasan Lembaga Pemerintahan Non Departemen/Instansi Pemerintah lainnya.
- (iii). Inspektorat Wilayah Provinsi;
- (iv). Inspektorat Wilayah Kabupaten/Kotamadya.

Pengawasan bersifat *eksternal* adalah pengawasan yang dilakukan terhadap pemerintah oleh organ atau lembaga-lembaga yang secara organisatoris atau struktural kedudukannya berada di luar Pemerintahan (eksekutif), misalnya, pengawasan dalam bidang keuangan oleh Badan Pengawas Keuangan (BPK). Kontrol sosial yang dilakukan oleh masyarakat melalui mass-media (pers/tv). Pengawasan politis (*political control*) oleh partai politik dan Dewan Perwakilan Rakyat berupa *hearing*. Pengawasan yuridis (*yuridical control*) oleh pengadilan dalam hal timbul sengketa antara

rakyat dengan pemerintah, baik melalui pengadilan umum (perdata) maupun pengadilan tata usaha Negara.<sup>31</sup>

b. Pengawasan bersifat Preventif dan Represif

Pengawasan bersifat preventif atau kontrol *a-priori* adalah pengawasan yang dilakukan sebelum dilaksanakannya suatu tindakan dengan maksud agar tidak terjadi kekeliruan, misalnya, peraturan daerah tingkat II harus memperoleh persetujuan atau pengesahan lebih dahulu dari pemerintah daerah tingkat I.

Pengawasan bersifat represif atau kontrol *a-posteriori* adalah pengawasan yang dilakukan setelah dikeluarkannya suatu keputusan atau suatu tindakan / perbuatan pemerintah. Pengawasan demikian ini dilakukan dengan maksud untuk memberikan koreksi terhadap suatu tindakan yang keliru dan sekaligus memulihkannya, misalnya koreksi oleh badan peradilan (*judicial control*) terhadap perbuatan pemerintah yang keliru. Tugas ini dilakukan pengadilan sebagai lembaga kontrol terhadap tindakan pemerintah dalam rangka memberikan perlindungan hukum (*law protection*) terhadap rakyat.

c. Pengawasan bersifat *Rechtmatigheid* dan *Doelmatigheid*

---

<sup>31</sup> SF Marbun, *Op.Cit.*, hlm 3

Pengawasan bersifat *rechtmatigheid* atau segi *legalitas* adalah pengawasan yang dilakukan dengan cara menilai atau menguji segi hukum (*rechtmatigheidstoeting*) suatu perbuatan pemerintah, apakah perbuatan itu benar atau sah menurut hukum ataukah tidak. Pengujian demikian ini dilakukan oleh hakim melalui pengadilan. Tugas ini dilakukan pengadilan sebagai lembaga kontrol terhadap tindakan pemerintah dalam rangka memberikan perlindungan hukum (*law protection*) terhadap rakyat.

Pengawasan bersifat *doelmatigheid* atau kemanfaatan adalah pengawasan yang dilakukan dengan menitik-beratkan pada segi kemanfaatan (*opportunitas*).<sup>32</sup>

##### 5. Tindakan Pemerintah

Menurut Van Vollenhoven yang dimaksud dengan ‘tindakan pemerintahan’ (*Bestuurshandeling*) adalah pemeliharaan kepentingan negara dan rakyat secara spontan dan tersendiri oleh penguasa tinggi dan rendahan. Sedangkan menurut Komisi Van Poelje dalam laporannya tahun 1972 yang dimaksud dengan ‘*publiek rechtelijke handeling*’ atau tindakan dalam hukum public adalah tindakan-tindakan hukum yang dilakukan oleh penguasa dalam menjalankan fungsi pemerintahan. Romeijn mengemukakan bahwa tindak pemerintah adalah tiap-tiap tindakan atau perbuatan dari satu alat administrasi Negara (*bestuur organ*) yang mencakup juga perbuatan atau hal-hal yang berada

---

<sup>32</sup> *Ibid. hlm. 5*

di luar lapangan hukum tata pemerintah, seperti keamanan, peradilan dan lain-lain dengan maksud menimbulkan akibat hukum dalam bidang hukum administrasi.<sup>33</sup>

Pemerintah atau administrasi negara merupakan subyek hukum dan pendukung hak-hak dan kewajiban-kewajiban. Sebagai subyek hukum, pemerintah melakukan berbagai tindakan baik tindakan nyata maupun tindakan hukum. Tindakan nyata adalah tindakan yang tidak ada relevansinya dengan hukum dan oleh karenanya tidak menimbulkan akibat hukum. Sedangkan tindakan hukum adalah tindakan yang berdasar sifatnya dapat menimbulkan akibat hukum. Istilah tindakan hukum ini bermula berasal dari ajaran hukum perdata, yang kemudian digunakan dalam hukum administrasi negara sehingga dikenal dengan tindakan hukum administrasi.

HJ. Roemeijn menyatakan<sup>34</sup>, tindakan hukum administrasi adalah suatu pernyataan kehendak yang muncul dari organ administrasi dalam keadaan khusus dengan tujuan untuk menimbulkan akibat hukum dalam bidang hukum administrasi negara. Akibat hukum yang lahir dari tindakan hukum adalah dampak yang memiliki relevansi dengan hukum, seperti penciptaan hubungan hukum baru, perubahan, dan pengakhiran hubungan hukum yang ada.

---

<sup>33</sup> SF. Marbun, *Hukum Administrasi Negara I*, UII Press, Yogyakarta, 2012, hlm. 149.

<sup>34</sup> Juniarso ridwan, dan achmad sodik, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Publik*, Nuansa, Bandung, 2009, hlm 141.

Jika dikatakan bahwa tindakan hukum pemerintah itu merupakan pernyataan kehendak sepihak dari organ pemerintahan dan membawa dampak pada hubungan hukum atau keadaan hukum yang ada, kehendak organ itu tidak boleh mengandung cacat seperti kekhilafan (*dwaling*), penipuan (*bedrog*), paksaan (*dwang*) dan sebagainya yang menyebabkan akibat hukum yang tidak sah. Di samping itu, karena setiap tindakan hukum itu harus didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, maka dengan sendirinya tindakan itu tidak boleh menyimpang atau bertentangan dengan peraturan yang bersangkutan, yang dapat menyebabkan akibat hukum yang muncul itu batal (*nietig*) atau dibatalkan (*nietigbaar*).

Disebutkan bahwa istilah *Rechtshandeling* atau tindakan hukum berasal dari ajaran hukum perdata, yang kemudian digunakan juga dalam hukum administrasi. Begitu digunakan dalam hukum administrasi negara, sifat tindakan hukumnya memiliki perbedaan, dalam hal ini tindakan hukum administrasi berbeda sifatnya dengan tindakan hukum perdata, meskipun namanya sama. Tindakan hukum administrasi dapat mengikat warga negara tanpa melakukan persetujuan dari warga bersangkutan, sementara dalam tindakan hukum perdata diperlukan persesuaian kehendak kedua belah pihak atau diperlukan dari pihak yang dikenai tindakan hukum itu. Ini dikarenakan hubungan hukum perdata itu bersifat sejajar, sementara hubungan hukum publik itu bersifat sub-ordinatif. Di satu pihak pemerintah dilekati dengan kekuasaan publik, di pihak lain warga tidak dilekati dengan kekuasaan yang sama.

Tindakan hukum pemerintah adalah tindakan yang dilakukan oleh organ pemerintahan atau administrasi negara yang memiliki tujuan untuk menimbulkan akibat hukum di bidang pemerintahan atau administrasi negara. Berdasarkan pengertian itu tampak ada beberapa unsur-unsur dari tindakan hukum pemerintahan

- a. Perbuatan itu dilakukan oleh aparat pemerintah dalam kedudukannya sebagai alat kelengkapan pemerintahan dengan prakarsa dan tanggung jawab sendiri.
- b. Perbuatan tersebut dilaksanakan dalam rangka menjalankan fungsi pemerintah
- c. Perbuatan tersebut dapat menimbulkan akibat hukum di bidang administrasi
- d. Perbuatan tersebut bersangkutan dengan kepentingan negara dan masyarakat
- e. Perbuatan tersebut harus berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- f. Perbuatan tersebut berorientasi pada tujuan tertentu berdasarkan hukum.

Telah jelas bahwa pemerintah atau administrasi negara adalah subyek hukum yang mewakili dua institusi yaitu jabatan pemerintahan dan badan hukum. Karena mewakili dua institusi, dikenal ada dua tindakan hukum yaitu tindakan hukum public dan tindakan hukum privat.

Secara teoritis, cara untuk menentukan apakah tindakan pemerintahan itu diatur oleh hukum privat atau hukum public adalah dengan melihat kedudukan pemerintah dalam menjalankan tindakan tersebut. Jika pemerintah bertindak dalam kedudukannya sebagai pemerintah, hanya hukum publiklah yang berlaku. Jika pemerintah bertindak dalam kapasitas sebagai pemerintah, hukum

privatlah yang berlaku. Dengan kata lain, ketika pemerintah terlibat dalam pergaulan keperdataan dan bukan dalam kedudukannya sebagai pihak yang memelihara kepentingan umum, ia tidak berbeda dengan pihak swasta yang tunduk pada hukum privat. Sebagai contoh ketika pemerintah melakukan pengadaan barang mobil untuk kepentingan pemerintah, maka pemerintah melakukan transaksi jual-beli yang didasarkan pada hukum perdata.<sup>35</sup>

#### **D. Pandangan Islam Mengenai Penagakan Hukum dan Iklan Luar Ruang**

Pembahasan mengenai penagakan hukum menurut pandangan Islam cukup luas. Terdapat banyak ayat dalam Al-Quran yang membahas masalah hukum, namun penulis mengambil salah satu ayat dalam Al-Quran yang membahas mengenai penegakan hukum tersebut diantaranya adalah Surat An-nisa ayat 58 yang berbunyi sebagai berikut :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”.

---

<sup>35</sup> *Ibid.* hlm. 143



Menurut tafsir dari Quraish Shihab disebutkan bahwa sesungguhnya Allah memerintahkan kalian, wahai orang-orang yang beriman, untuk menyampaikan segala amanat Allah atau amanat orang lain kepada yang berhak secara adil. Jangan berlaku curang dalam menentukan suatu keputusan hukum. Ini adalah pesan Tuhanmu, maka jagalah dengan baik, karena merupakan pesan terbaik yang diberikan-Nya kepada kalian. Allah selalu Maha Mendengar apa yang diucapkan dan Maha Melihat apa yang dilakukan. Dia mengetahui orang yang melaksanakan amanat dan yang tidak melaksanakannya, dan orang yang menentukan hukum secara adil atau zalim. Masing-masing akan mendapatkan ganjarannya.<sup>36</sup>

Dalam ayat ini tegas dijelaskan yang paling menonjol dalam beramal adalah menyampaikan amanat dan menetapkan perkara diantara manusia dengan cara yang adil.

Untuk hal pengawasan penulis mengambil contoh salah satu ayat dalam Al Quran yakni mengenai Pengawasan yang dilakukan langsung oleh Allah SWT melalui malaikat. Sebagai makhluk Allah yang tidak memiliki nafsu, salah satu tugas malaikat adalah mengawasi tingkah laku amal buruk manusia sebagaimana dalam QS. Qaaf ayat 17 yang artinya:

“Ketika dua orang malaikat mencatat amal perbuatannya, seorang duduk di sebelah kanan dan yang lain duduk di sebelah kiri”

---

<sup>36</sup> <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-58#tafsir-quraish-shihab>, diakses pada tanggal 17 Juli 2017, Pukul 14.00 WIB

Berhubungan dengan iklan luar ruang dalam Al-Quran sendiri tidak ada bahasan yang membahas secara detail mengenai reklame namun menurut penulis reklame ini sendiri sebagai suatu media syiar.

Dalam kehidupan manusia terdapat banyak peninggalan bersejarah yang monumental dan mengandung nilai yang tinggi. Peninggalan semacam ini, biasanya dijaga dan dipelihara sebagai 'peringatan' agar manusia dapat mengambil pelajaran. "Dan tetaplah memberi peringatan, karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman." (QS al-Dzariyat [51]: 55).

Dalam Alquran, hal-hal yang monumental semacam itu dinamai 'syiar' yang secara harfiah berarti tanda atau rambu-rambu yang dipasang untuk mengenali sesuatu. Kata syiar berasal dari kata syu`ur, yang bermakna rasa, karena syiar dibangun agar setiap orang yang melihatnya merasakan keagungan Allah SWT.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> <http://www.republika.co.id/berita/ensiklopedia-islam/hikmah/10/01/20/101655-syiar-islam>, diakses pada tanggal 17 juli 2017, pukul 17.30 WIB

### **BAB III**

## **PENEGAKAN HUKUM DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME MENURUT PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 2 TAHUN 2015 DI KOTA YOGYAKARTA**

### **A. GAMBARAN UMUM PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA**

Kota Yogyakarta memiliki luas wilayah kurang lebih 32,8 km<sup>2</sup> dan memiliki cukup ruang publik dan ruang terbuka hijau bagi warganya. Tak hanya ruang publik dan ruang terbuka hijau saja, namun terdapat beberapa titik yang menjadi tempat strategis baik untuk berkumpul maupun menjalankan roda perekonomian serta menjadi tempat yang banyak dilewati bagi masyarakat yang berada di Kota Yogyakarta.

Apabila dilihat dari hal tersebut Kota Yogyakarta dinilai menjadi potensi yang besar bagi produsen, baik itu produsen makanan, minuman, *fashion*, teknologi dan produsen yang lain untuk mempromosikan dan memasarkan produknya sehingga dapat dengan mudah diterima oleh konsumen.

Banyak cara yang dilakukan oleh para produsen tersebut untuk memasarkan serta mempromosikan produknya, salah satunya adalah dengan cara membuat iklan yang bersifat *outdoor advertising* atau iklan luar ruang. Iklan yang dibuat para produsen tersebut digunakan sebagai sarana persaingan usaha dengan produsen lainnya agar produk yang dimilikinya terlihat lebih unggul dan diharapkan lebih mendapat perhatian dari para konsumen. Iklan yang bersifat *outdoor advertising* dengan bentuk

visual tersebut dibuat dengan bentuk pemasangan yang berupa reklame seperti baliho, megatron/videotron, spanduk, *neonbox* maupun selebaran atau pamphlet dan sebagainya. Tidak hanya dari para produsen makanan, minuman, *fashion*, teknologi dan produsen yang lain, iklan luar ruang ini juga sudah lama digunakan pula pada bidang jasa serta untuk dijadikan sebagai alat peraga kampanye bagi calon legislatif maupun calon presiden pada saat musim kampanye atau masa kampanye berlangsung.

Di kota Yogyakarta sendiri penyelenggaraan reklame telah diatur dalam Peraturan Daerah Kota yang baru yakni di Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame menggantikan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Pasal I ayat (3) disebutkan:

*“Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum”.*

Sedangkan yang dimaksud dengan penyelenggaraan reklame menurut Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame Pasal I ayat (5) disebutkan:

*“Penyelenggaraan Reklame adalah perorangan atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.”*

Dari penjelasan pasal I ayat (3) dan ayat (5) Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2015 diatas dapat diketahui bahwa penyelenggaraan reklame dapat dilakukan oleh perorangan dalam hal ini pribadi atau badan yang menyelenggaraan reklame dalam hal ini awam menyebut dengan biro iklan.

Seiring berjalannya waktu, iklan luar ruang yang berbentuk reklame tersebut menurut hemat penulis seperti menjamur dan terkesan liar dalam hal pemasangannya. Pemerintah kota Yogyakarta sendiri telah mengatur penyelenggaraan reklame tersebut dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai perubahan atas Peraturan Daerah yang sebelumnya yakni Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Penyelenggaran Reklame. Di dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame yang baru tersebut menurut penulis telah dijelaskan secara lengkap dalam butir pasalnya baik mengenai jenis dari reklame itu sendiri, seperti apa yang dijelaskan dalam Bagian Kedua Pasal 3, Jenis reklame yang dapat diselenggarakan di zona penyelenggaraan reklame dibedakan menjadi:

- a. Reklame papan/*billboard*;
- b. Videotron/megatron;
- c. Reklame kain;
- d. Reklame vinyl/plastik;
- e. Reklame melekat/stiker;
- f. Reklame selebaran;
- g. Reklame berjalan, termasuk pada kendaraan;

- h. Reklame udara;
- i. Reklame apung;
- j. Reklame suara;
- k. Reklame peragaan; dan
- l. Reklame cahaya/film/*slide*

Dari apa yang telah disebutkan mengenai jenis reklame dalam Pasal 3 Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut dapat dilihat bahwa jumlah jenis reklame pada PERDA yang baru tersebut terdapat 12 jenis reklame yang dapat diselenggarakan di Kota Yogyakarta, menurut penulis itu artinya menjadi suatu tantangan tersendiri bagi Pemerintah Kota Yogyakarta selaku pihak yang berwenang dalam hal pengawasan maupun penegakan hukum dalam penyelenggaraan reklame sekarang ini. Tidak hanya mengenai jenis reklame, pada Bagian Kedua Pasal 3 Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut juga dijelaskan mengenai bentuk, penempatan, dan isi reklame. Pada Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut juga dijelaskan mengenai Zona, dalam Pasal 11 setidaknya penyelenggaraan reklame tersebut dibagi menjadi 3 (tiga) zona, yaitu :

- a. Zona khusus, adalah zona yang bebas dari penyelenggaraan reklame kecuali untuk jenis reklame dengan ketentuan:
  - 1. reklame papan nama usaha/melekat di bangunan;

2. dalam rangka pelayanan informasi publik dan reklame produk ditentukan titik reklame yang disediakan oleh pemerintah/kerjasama dengan pihak lain;
  3. reklame insidental dalam rangka penyelenggaraan kalender event hanya diperbolehkan di wilayah alun-alun utara, alun-alun selatan dan alun-alun sewandanan pakualaman.
- b. Zona kendali ketat, adalah zona yang diperbolehkan untuk penyelenggaraan reklame dengan mempertimbangkan kawasan cagar budaya;
  - c. Zona kendali sedang, adalah zona selain zona khusus dan zona kendali ketat.

Pembedaan zona tersebut terutama pada zona khusus masih disebutkan lagi secara rinci mengenai larangan penyelenggaraan reklame pada wilayah tertentu yang ada di wilayah Kota Yogyakarta. Selain pembedaan zona mengenai penyelenggaraan reklame pada Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut juga dijelaskan mengenai Perizinan (Pasal 14), Sanksi Administrasi (Pasal 18), Ketentuan Pidana (Pasal 19), Penyidikan (Pasal 20), serta Pengawasan (Pasal 22), mengenai pengawasan terhadap Peraturan Daerah ini diatur lebih lanjut dalam Peraturan Walikota sebagai Petunjuk Pelaksanaan atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame tersebut telah diundangkan pada tanggal 18 Mei 2015 namun mulai berlaku satu tahun sejak diundangkan yakni pada 18 Mei 2016, itu artinya

pada tahun 2016 telah terjadi masa transisi dalam hal penyelenggaraan reklame atas penggunaan peraturan daerah yang ada. Seharusnya, dengan semakin ketat dan detailnya Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame ini para pihak pemasang reklame baik dari perorangan atau individu maupun dari pihak ketiga atau pihak biro iklan/*advertising* semakin tertib dan mematuhi peraturan yang ada. Namun pada penerapannya dilapangan, penulis masih menemui reklame-reklame yang terpasang tidak pada tempatnya atau tidak sesuai dengan Peraturan Daerah yang ada. Pelanggaran tersebut paling banyak penulis temukan pada reklame jenis rontek, pamphlet, spanduk, dan jenis reklame melekat yakni stiker maupun poster yang dipasang pada tiang-tiang listrik, tiang penerangan jalan, tiang rambu lalu lintas, tiang telepon, dan bahkan yang lebih parah lagi dipasang dengan dipaku pada pohon di taman pinggir jalan. Jika merujuk pada Pasal 6 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, dijelaskan bahwa:

- (1) Reklame dilarang diselenggarakan:
  - a. Pada trotoar;
  - b. Pada devider/median jalan;
  - c. Pada taman jalur hijau;
  - d. Pada taman kota kecuali reklame insidental;
  - e. Pada pergola;
  - f. Pada sekolah kecuali reklame insidental;
  - g. Pada jembatan kecuali jembatan penyeberangan orang;



- h. Dalam bentuk wall painting;
- i. Berupa portal atau jenis konstruksi lainnya yang memotong badan jalan, yang khusus dimaksudkan untuk penyelenggaraan reklame;
- j. Dalam bentuk kain kecuali jenis reklame spanduk, umbul-umbul dan bendera;
- k. Dalam bentuk reklame besar jenis papan / *billboard front light*; dan
- l. Menempel pada pohon, tiang, listrik, tiang telepon dan rambu lalu lintas.

Dari penjelasan pasal 6 ayat (1) tersebut terutama pada huruf l dapat terlihat bahwa apa yang ditemukan oleh penulis menurut penulis telah terbukti melanggar peraturan daerah yang ada. Seharusnya reklame yang sudah terpasang mengikuti peraturan daerah yang ada baik dari tempat dimana reklame tersebut dipasang maupun dari perizinannya.

Penulis telah melakukan wawancara dengan salah satu pegawai Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta Bapak Tuparman, bagian pelayanan pajak daerah, beliau mengungkapkan bahwa,

“Untuk reklame jenis apapun yang telah mempunyai izin itu biasanya sudah ada stiker penanda bahwa reklame itu sudah berizin yang ditempel pada reklame tersebut, stiker tersebut diterbitkan oleh Dinas Perizinan Kota Yogyakarta. Jadi untuk satu tahun terakhir ini setelah adanya PERDA yang baru setidaknya terdapat 1176 wajib pajak yang mendaftarkan izinnya untuk jenis reklame insidental seperti spanduk, rontek, umbul-umbul dan sebagainya. Untuk jenis reklame permanen atau yang besar sebanyak 1768, angka ini dinilai cukup besar untuk ukuran kota Yogyakarta, mengingat peraturan daerah yang baru dinilai agak ketat. Namun yang perlu diketahui ada juga wajib pajak yang mengurus izin nya hanya satu namun objeknya banyak, seperti pada saat ada event-event

tertentu untuk jenis reklame umbul-umbul. Namun adapula yang di luar event juga hanya satu ijinnya, jadi kemungkinan ada satu wajib pajak yang objek reklamenya banyak”.<sup>38</sup>

Dari wawancara berdasarkan data yang ada dalam Dinas Penanaman Modal dan Perizinan tersebut dapat dilihat bahwa dari angka yang disebutkan oleh narasumber kemungkinan masih besar pula jumlah objek reklame yang dipasang namun tidak terpasang stiker secara resmi dari dinas perizinan atau tidak berizin maupun yang sudah terpasang dan jelas dipasang tidak pada tempat yang sesuai dengan aturan yang ada.

Hal tersebut tentu menjadi tantangan bagi pemerintah kota dalam penyelenggaraan reklame ini maupun seluruh warga masyarakat Kota Yogyakarta akan kesadarannya pada ketertiban dan peduli pada lingkungan sekitar, karena pada akhirnya nanti apabila hal tersebut cenderung dibiarkan maka akan berujung pada dampak nyata yang akan terjadi yakni menjadi suatu sampah visual dan terror visual yang nantinya juga akan berpengaruh besar kepada predikat Kota Yogyakarta sebagai kota pelajar dan kota pariwisata yang seharusnya selaras dengan keistimewaaan yang didalamnya mengandung nilai-nilai kebersihan, ketertiban, dan keindahan yang senantiasa harus dijaga kelestariannya serta tak lepas pula dengan nilai estetika yang harus tetap dijaga.

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Bapak Tuparman, Bagian Pelayanan Pajak Daerah Kantor Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, 8 Juni 2017, pukul 13.30 WIB.

## **B. PENGAWASAN PEMERINTAH MENGENAI PENYELENGGARAAN *OUTDOOR ADVERTISING/REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA***

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame telah diundangkan pada tahun 2015 dan mulai berlaku sejak satu tahun diundangkan yakni pada tahun 2016, itu artinya pada tahun 2016 terjadi masa transisi dalam penggunaan peraturan daerah yang mengatur mengenai penyelenggaraan reklame ini.

Untuk masalah pengawasan pada tahun 2016 atau setidaknya pada masa transisi penggunaan peraturan daerah tentang penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta, pemerintah Kota Yogyakarta sendiri mempunyai Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yakni Dinas Penanaman Modal & Perizinan yang dibantu dengan (DPDPK) Dinas Pendapatan Daerah & Pengelolaan Keuangan dalam hal perizinan, pajak dan pengawasan mengenai penyelenggaraan reklame ini. Namun, pada tahun 2017 DPDPK telah berganti nomenklatur atau berganti nama menjadi BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan & Aset Daerah) dan juga sekaligus berganti tupoksi dalam pelaksanaannya.

Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di wilayah Kota Yogyakarta ini telah diatur dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2016 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai berikut :<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2016 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

BAB IX  
PENGAWASAN

Pasal 27

- (1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame yang telah memiliki izin masih berlaku dilakukan oleh SKPD yang mengeluarkan izin.
- (2) Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame yang tidak memiliki izin atau masa izin telah berakhir dilakukan oleh Dinas Ketertiban.

Peraturan Walikota Nomor 23 Tahun 2016 tersebut jelas menjadi dasar hukum bagi Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) dalam melakukan pengawasan dalam penyelenggaraan reklame.

Untuk memperjelas mengenai dasar hukum pengawasan pemerintah dalam hal penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta ini penulis telah melakukan wawancara dengan Bapak Slamet Sudiyono salah satu staff BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan & Aset Daerah) bagian pendaftaran, pendataan dan pendapatan daerah, beliau mengungkapkan bahwa:

“Jadi untuk reklame yang ada di wilayah kota Yogyakarta itu mungkin semuanya belum terdaftar, karena memang keterbatasan atau kurang perhatian oleh SDM (Sumber Daya Manusia) di wilayah kota Yogyakarta mengenai perizinan dan lingkungan. Setelah ada peraturan daerah yang baru, pada tahun 2016 terdapat masa penyesuaian atau masa transisi, perda itu dibuat tahun 2015, masa transisi selama satu tahun dan setelah itu masa penyesuaian, jadi di tahun 2016 karena Perda nya sudah diundangkan maka harus mengikuti peraturan yang ada. BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) telah melakukan pendataan reklame itu dulu waktu tahun 2016 waktu masih bernama DPDPK (Dinas Pendapatan Daerah dan Pengelolaan Keuangan). Pada

intinya untuk reklame yang ada di wilayah kota Yogyakarta, BPKAD hanya menarik pajaknya saja, untuk perizinan itu di Dinas penanaman modal dan perizinan, dan untuk penegakan hukumnya di Dinas Ketertiban yakni Satpol PP (Satuan Polisi Pamong Praja)”.<sup>40</sup>

Dalam hal penyelenggaraan reklame ini sendiri narasumber mengakui bahwa tidak semua reklame yang sudah terpasang dan dapat dilihat oleh warga masyarakat belum terdaftar atau dalam kata lain tidak berizin, hal tersebut dikarenakan dari SDM (Sumber Daya Masyarakat) Kota Yogyakarta sendiri yang kurang peduli akan lingkungan sekitar dan kurang peka akan nilai estetika, serta sifat masyarakat Kota Yogyakarta yang cenderung permisif. Dalam wawancara tersebut beliau juga menyinggung mengenai kegiatan-kegiatan pemerintah dalam hal ini DPDPK pada tahun 2016 juga melakukan patrol bersama dengan Dinas Ketertiban yakni Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta. Dalam wawancara tersebut beliau menambahkan :

“Semenjak ada perubahan dari DPDPK ke BPKAD, sekarang BPKAD sudah tidak ada wewenang untuk mengawasi. Itu ranahnya dinas ketertiban. Dulu 2016 memang ada waktu masih bernama DPDPK, setiap hari sabtu minggu atau hari libur mengadakan evakuasi penertiban reklame itu, di tahun 2107 sudah tidak ada. Sekarang sepenuhnya sudah diserahkan ke Dinas Ketertiban. Jadi kemarin dari Dinas Ketertiban juga sudah menganggarkan untuk penertiban reklame permanen yang tidak sesuai dengan peraturan walikota, di tanah negara

---

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bapak Slamet Sudiyono, seksi pendaftaran, pendataan & pendapatan daerah staff BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) Kota Yogyakarta, 8 Juni 2017 pukul 11.00 WIB.

yang ada di taman, di atas trotoar, itu sebagian sudah dibongkar, mungkin tahun 2017 berlanjut, namun BPKAD kurang tahu, karena sudah tugas mutlak dari Dinas Ketertiban”.

Dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 mengenai pengawasan dalam penyelenggaraan reklame Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Dinas Perizinan dan DPDPK sendiri setidaknya melakukan beberapa tindakan maupun kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan dalam hal pendataan, pembayaran pajak, penertiban dan penegakan hukum yang dibantu dengan Dinas Ketertiban, namun pada tahun 2017 setelah berganti nama menjadi BPKAD, tugas dari BPKAD sendiri menurut narasumber hanya mengurus mengenai pajaknya saja, untuk masalah penertiban dan penegakan hukumnya sekarang diserahkan kepada Dinas ketertiban yakni Satpol PP.

Senada dengan apa yang telah disampaikan oleh salah satu narasumber dari BPKAD Kota Yogyakarta, pada kesempatan lain penulis juga telah melakukan wawancara dengan Bapak Budi Santoso selaku staff Satuan Polisi Pamong Praja kota Yogyakarta, beliau mengungkapkan bahwa:

“tidak semua reklame yang sudah terpasang memiliki izin, pada kenyataannya ada yang sudah berstiker ada juga yang belum. Sekarang ini masa transisi, sebelum PERDA nomor 2 tahun 2015 adalah berlaku PERDA Kota nomor 8 tahun 1998, untuk masalah reklame yang kecil-kecil tidak ada perubahan, namun untuk reklame yang besar seperti baliho ada perubahan drastis. Kalau pada perda yang lama untuk baliho masih boleh dipasang lebih dari satu pada perempatan di jalan besar, namun setelah perda nomor 2 tahun 2015 berlaku baliho tersebut hanya boleh dipasang sebanyak satu untuk reklame besar seperti

baliho tersebut. jadi pada masa transisi seperti sekarang ini yang dulunya dibolehkan atau dilegalkan, sekarang tidak diperbolehkan atau illegal, jadi dinas ketertiban telah melakukan penertiban terhadap beberapa jenis reklame yang dipasang tidak sesuai dengan perda yang baru atau illegal. Jadi istilahnya dari dinas ketertiban adalah penataan”.<sup>41</sup>

Dari hasil wawancara dengan kedua narasumber diatas terdapat kesamaan fakta yang dapat ditarik dalam beberapa poin bahwa:

1. Tidak semua reklame yang telah terselenggara atau terpasang baik dari jenis reklame yang berukuran besar dan yang berukuran kecil telah memiliki izin. Faktanya adalah dapat dilihat dari objek yang ada pada reklame tersebut tidak semua tertempel stiker yang menjadi pertanda bahwa objek reklame tersebut telah mengantongi izin dari dinas perizinan. Selain telah tertempel stiker pada suatu objek reklame tersebut, reklame tersebut juga dipasang sesuai pada tempatnya, jadi akan tidak ada gunanya pula apabila suatu objek reklame tersebut sudah terpasang stiker namun dipasang tidak pada tempatnya.
2. Pada tahun 2016 terjadi suatu masa transisi dalam penggunaan peraturan daerah yang mengatur mengenai penyelenggaraan reklame yakni sebelumnya diatur dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 tentang penyelenggaraan reklame yang sudah dicabut dan diganti dengan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Tak hanya peraturan daerah yang berganti namun instansi yang dulunya memiliki

---

<sup>41</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Santoso staff Dinas Ketertiban, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, 7 Juni 2017, pukul 13.00 WIB.

wewenang dalam hal penertiban juga ikut berganti nama dan tupoksi nya yakni dari DPDPK berubah menjadi BPKAD yang pada tahun 2017 ini untuk urusan penegakan hukum dan penertiban sudah mutlak menjadi tugas dari Dinas Ketertiban dalam hal ini adalah Satuan Polisi Pamong Praja. BPKAD sendiri untuk penyelenggaraan reklame pada tahun 2017 hanya berwenang dalam hal pengelolaan pajaknya saja.

Dalam hal pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta, pemerintah Kota Yogyakarta melalui Dinas Ketertiban dalam hal ini adalah Satuan Polisi Pamong Praja memiliki wewenang dan tugas untuk menertibkan apabila terjadi suatu pelanggaran. Untuk urusan pelayanan perizinan diserahkan kepada Dinas Penanaman Modal dan Perizinan dan untuk pengelolaan pajak diserahkan kepada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah kota Yogyakarta. Pelaksanaan pengawasan dalam penyelenggraan reklame yang dilakukan oleh pemerintah Kota Yogyakarta dalam hal ini terbagi menjadi beberapa poin antara lain adalah sebagai berikut :

a. Subjek pengawasan.

Subjek dalam pelaksanaan pengawasan dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta adalah Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), BPKAD, dan Dinas Penanaman Modal dan Perizinan. Pengawasan untuk reklame dengan ukuran yang kecil sejauh ini diserahkan pada satuan polisi pamong praja yang bertugas pada wilayah kecamatan, jadi apabila ada reklame dengan jenis rontek, reklame kain yakni spanduk,



maupun reklame melekat seperti poster atau stiker yang tidak berizin dan dipasang tidak pada tempatnya, yang bertugas untuk menertibkan adalah pada anggota satuan polisi pamong praja yang ada pada wilayah kecamatan. Di dalam struktur organisasinya terdapat kepala seksi pemerintahan, pembangunan, ketentraman dan ketertiban dan dibawahnya yang bertugas untuk mengawasi penyelenggaraan reklame yang ada pada wilayah kecamatan di Kota Yogyakarta. Dalam pelaksanaan tugasnya Satuan polisi pamong praja kota tidak hanya menugaskan anggotanya namun berikut juga sarana dan prasarannya yaitu termasuk mobil, dan juga gudang untuk menyimpan reklame yang telah dibongkar di gudang kantor satuan polisi pamong praja kota.

b. Objek Pengawasan.

Objek pengawasan dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta adalah reklame pada semua jenis reklame yang disebutkan dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang penyelenggaraan Reklame. Namun menurut penuturan Bapak Budi Santosa selaku staff dari Satpol PP Kota Yogyakarta, sejauh ini tidak ada pengawasan secara khusus terhadap reklame pada jenis tertentu mengingat luas wilayah Kota Yogyakarta yang hanya 32,5m<sup>2</sup>, ukuran luas tersebut termasuk kecil untuk tingkat wilayah perkotaan, dari wilayah kota Yogyakarta yang sudah disebutkan oleh penulis tersebut masih dibagi lagi dengan wilayah kecamatan, tentunya akan lebih kecil lagi, oleh karena itu untuk pengawasan tiap hari masih bisa dilakukan. Jadi dari satuan polisi pamong praja pada wilayah kecamatan masih bisa mengawasi.

Untuk urusan pengawasan dalam hal perizinan, mengenai penyelenggaraan reklame ini dinilai cukup penting mengingat hubungannya dengan pembayaran pajak daerah sebagai pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta.

Setelah diundangkannya Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame pada tahun 2016, Pemerintah Kota Yogyakarta melalui DPDPK pada tahun 2016 tersebut mengeluarkan kebijakan agar masa pembayaran pajak untuk reklame dimentoak kan hingga bulan Mei tahun 2016 tersebut untuk semua jenis reklame, bagi wajib pajak yang akan membayar hingga satu tahun tidak bisa karena ada kebijakan khusus dan terjadinya masa transisi tersebut. Setelah itu pembayaran pajak diberhentikan sampai pada bulan Mei 2016. Setelah itu pada bulan berikutnya dari wajib pajak yang akan mengajukan perpanjangan perizinan harus mengurus ijin IMB (Ijin Mendirikan Bangunan) reklame. Sesuai dengan Pasal 4 Peraturan Walikota Nomor 24 tahun 2016 sebagai petunjuk pelaksanaan atas Peraturan Daerah Nomor 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, pada intinya disebutkan bahwa untuk konstruksi reklame yang wajib memiliki IMB adalah pada reklame yang berukuran 8-32m<sup>2</sup>.<sup>42</sup> Jadi apabila dari wajib pajak sendiri sudah mengurus perizinannya maka dari wajib pajak tersebut juga harus membuat pengajuan SKKTR (Surat Keterangan Kesesuaian Titik Reklame) sebagai syarat tambahan. Dinas Perizinan dan BPKAD membantu hingga akhir tahun 2016, dan masuk tahun 2017 pertengahan permohonan tersebut di stop atau diberhentikan.

---

<sup>42</sup> Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 24 tahun 2016 sebagai petunjuk pelaksanaan atas Peraturan Daerah Nomor 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Menurut narasumber dari BPKAD Bapak Slamet Sudiyono mengungkapkan bahwa :

“Jadi dalam permohonan izinnya ada yang sudah selesai ,ada yang belum bisa diproses, ada juga yang terpending atau tertunda, itu dari BPKAD kirimkan ke Dinas Penanaman Modal dan Perizinan, sampai sekarang, itu yang menindak lanjuti dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan tersebut apakah sudah ada yang keluar atau belum itu mutlak menjadi tugas dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan. Tapi dari BPKAD sendiri pada tahun 2017, karena sempat terpending untuk urusan pembayaran pajaknya, sebagian tetap ditarik pajaknya oleh bpkad sambil proses IMB. Untuk ijin dikesampingkan dulu karena urusan teknis, tapi kalau pajak kan kaitannya dengan negara atau kerugian negara, nanti bisa repot. Jadi ditarik pajak2 yang sempat terpending, umpunya dia habisnya april 2016 ditarik langsung setahun asal jangan sampai melebihi Mei 2016. Disitu akhirnya ada pemasukan yang luar biasa, terutama pada jenis reklame videotron, iklan rokok, itu besar pajaknya, akhirnya bisa menutup untuk target tahun 2016 paling tidak kurang sedikit mencapai target, jadi pada intinya dari pemkot tetap ada usaha, jangan sampai ada kerugian negara”.<sup>43</sup>

c. Waktu dan metode pengawasan.

Untuk masalah waktu pelaksanaan pengawasan Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai kewenangan secara khusus yakni dengan mengagendakan kegiatan pengawasan tersebut pada tanggal serta hari tertentu, dan untuk metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengawasan ini adalah dengan cara berpatroli keliling

---

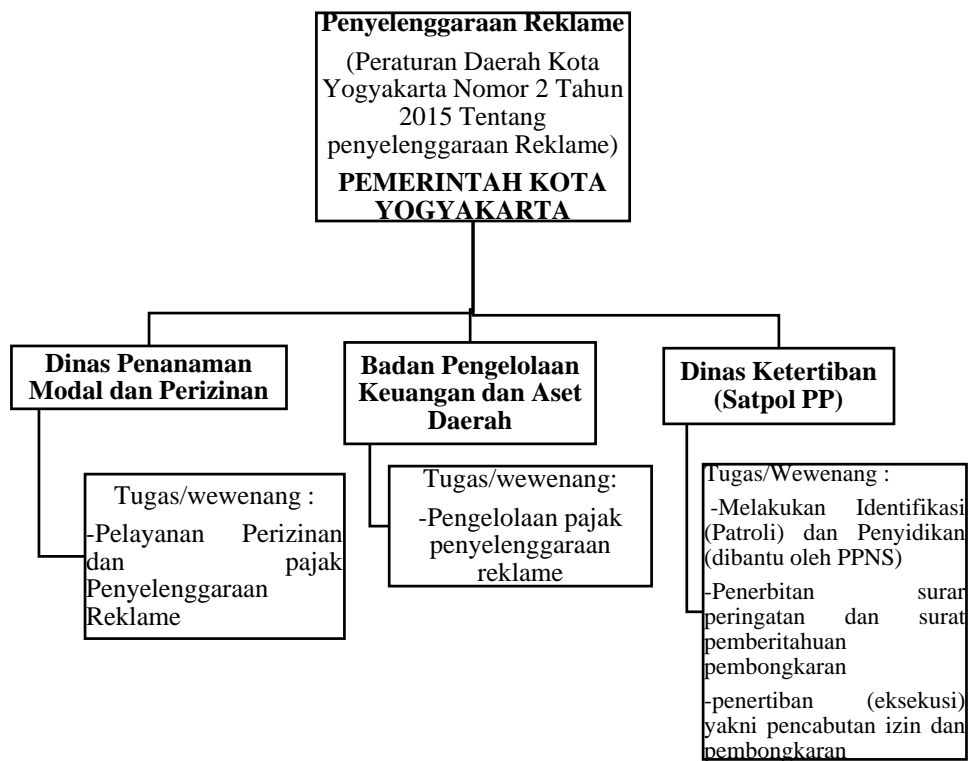
<sup>43</sup> Wawancara dengan Bapak Slamet Sudiyono, seksi pendaftaran, pendataan & pendapatan daerah staff BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) Kota Yogyakarta, 8 Juni 2017 pukul 11.00 WIB.

dan melakukan pendataan pada wilayah dimana yang sudah tertera pada agenda yang sudah dibuat. Dinas Ketertiban dalam pengawasan ini juga dibantu oleh Pejabat Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) seperti yang sudah disebutkan dalam subjek pengawasan, yakni dengan melakukan identifikasi pada reklame khususnya pada reklame pemilik usaha atau toko. Jadi Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta melakukan pengawasan sebagai mana amanat dari Pasal 27 ayat (2) Peraturan Walikota Kota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2016 sebagai petunjuk pelaksana atas Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, yang menjelaskan bahwa pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame yang tidak memiliki izin atau masa izin telah berakhir dilakukan oleh Dinas Ketertiban.

d. Hasil Pengawasan.

Hasil pengawasan yang dilakukan oleh ketiga SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) Kota Yogyakarta yang berwenang dalam penyelenggaraan reklame yakni dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan serta BPKAD diperoleh data bahwa terdapat 1176 wajib pajak yang mendaftarkan izinnya untuk jenis reklame insidental seperti spanduk, rontek, umbul-umbul dan sebagainya. Untuk jenis reklame permanen atau yang besar sebanyak 1768. Dari Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta diperoleh data sejumlah 2859 reklame yang dicatat melanggar PERDA Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang penyelenggaraan reklame dan sudah ditindak secara lebih lanjut oleh Dinas Ketertiban tersebut.

Jadi Setidaknya mengenai Pengawasan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Penyelenggaraan Reklame di wilayah Kota Yogyakarta melalui instansi atau Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yakni dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah dan Dinas Perizinan dalam hal ini adalah Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta yang berwenang dalam tugasnya secara sederhana dapat diuraikan dalam skema berikut ini :



Skema 1.0 Pengawasan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Penyelenggaraan Reklame

### **C. PENJATUHAN SANKSI APABILA TERJADI SUATU PELANGGARAN DALAM PENYELENGGARAAN *OUTDOOR ADVERTISING*/REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA**

Penegakan hukum adalah proses dilakukannya upaya untuk tegaknya atau berfungsingnya norma-norma hukum secara nyata sebagai pedoman perilaku atau hubungan-hubungan hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Penegakan hukum dalam hal ini adalah penegakan hukum dalam penyelenggaraan *outdoor advertising* / iklan luar ruang atau reklame di Kota Yogyakarta baik dalam hal perijinan serta pemasangannya apabila tidak sesuai dengan ketentuan atau peraturan yang ada.

Telah disebutkan oleh penulis pada pembahasan sebelumnya mengenai pengawasan pemerintah Kota Yogyakarta dalam penyelenggaraan reklame bahwa, masih terdapat pelanggaran-pelanggaran yang ditemukan meskipun peraturan daerah yang baru sudah berlaku. Hal tersebut seharusnya menjadi perhatian yang serius bagi pemerintah khususnya Dinas Ketertiban dalam hal penegakan hukum dan menjaga nilai ketertiban dan kenyamanan bagi warga masyarakat Kota Yogyakarta. Oleh karena itu, untuk mengetahui apa saja bentuk pelanggaran dan pada jenis reklame apa yang paling banyak ditemukan pelanggaran serta sejauh mana penegakan hukum yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam penyelenggaraan reklame di kota Yogyakarta ini penulis telah melakukan wawancara langsung dengan bapak Budi Santosa selaku staff

bagian Pengendalian Operasional Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, beliau mengungkapkan bahwa :

“Jadi di wilayah Yogyakarta tidak semua reklame yang sudah terpasang memiliki izin, pada kenyataannya ada yang sudah berstiker ada juga yang belum. Dinas Ketertiban telah melakukan penertiban terhadap beberapa jenis reklame yang dipasang tidak sesuai dengan peraturan daerah yang baru atau bisa disebut illegal. Bentuk pelanggarannya ya yang tidak sesuai dengan peraturan yakni tidak berizin dan dipasang tidak pada tempatnya”.<sup>44</sup>

Apabila dilihat dari hasil wawancara penulis dengan narasumber di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa setidaknya ada dua bentuk pelanggaran yang dapat dilakukan penegakan hukum pada penyelenggaraan reklame yang ada di wilayah Kota Yogyakarta, yakni:

1. Tidak Berizin

Tidak berizin dalam hal ini artinya adalah Dinas Ketertiban menemukan temuan objek reklame yang pada kenyataannya tidak berstiker atau dari pihak pemasang tidak dapat menunjukkan izinnya. Padahal di dalam ketentuan Pasal 14 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 disebutkan bahwa :

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame di Daerah, wajib mendapatkan izin Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Santoso staff Dinas Ketertiban, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, 7 Juni 2017, pukul 13.00 WIB.

Artinya adalah bahwa setiap reklame yang dipasang di wilayah kota Yogyakarta wajib memiliki izin dalam penyelenggaraannya.

## 2. Dipasang tidak pada tempatnya

Artinya adalah reklame-reklame yang telah terpasang dan telah menjadi temuan dari Dinas Ketertiban tersebut dipasang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan yang ada dan cenderung liar dalam pemasangannya. Dalam hal ini penulis juga kerap menemukan objek reklame pada reklame jenis kain atau ninyl yakni rontek dan spanduk serta jenis reklame melekat yakni poster dan stiker yang dipasang pada tempat yang dilarang oleh peraturan daerah dan menjadi tempat larangan bagi penyelenggaraan reklame yakni seperti contoh yang ditemukan oleh penulis pada Jalan Magelang, Jalan Diponegoro, Jalan Tamansiswa, Jalan Glagah Sari, reklame pada jenis rontek tersebut dipasang dengan dipaku di pohon, dipasang dengan kawat pada tiang listrik dan tiang telepon serta pada jenis reklame melekat seperti poster dan stiker ditempelkan secara liar pada tembok rumah maupun bangunan di pinggir jalan umum. Padahal sudah jelas tempat yang disebutkan oleh penulis di atas adalah tempat larangan bagi penyelenggaraan reklame.

Selain itu, penulis juga menemukan temuan yang menurut penulis perlu untuk menjadi perhatian pemerintah kota Yogyakarta yakni untuk reklame jenis kain yakni banner dengan konten atau isi iklan rokok pada Jalan R.W. Monginsidi, yang dipasang tidak jauh dari lokasi sekolah dan tempat ibadah yakni gereja dan masjid pada daerah dekat tempat tinggal penulis di wilayah Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo.



Padahal dalam Pasal 9 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame disebutkan bahwa :

- (1) Penempatan reklame di area sekolah, di luar area sekolah dan di area tempat ibadah dengan jarak 75m (tujuh puluh lima meter) dari bangunan terluar dilarang adanya reklame produk rokok, alat kontrasepsi, dan/atau minuman beralkohol.

Hal tersebut dengan jelas melanggar apa yang telah disebutkan dalam dalam Pasal 9 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame karena dalam pemasangannya tidak lebih dari apa yang telah disebutkan yakni 75m dari luar bangunannya. Dalam hal ini apa yang ditemukan penulis adalah dipasang pada warung-warung klontong yang mungkin pemilik dari warung klontong tersebut tidak mengetahui bahwa adanya larangan penyelenggaraan reklame untuk produk rokok yang dilarang dipasang dekat dengan area sekolah atau tempat ibadah, namun pemilik toko tersebut tetap memasang, terkadang dari pihak produk rokok itu sendiri yang secara inisiatif memasang reklame pada depan warung klontong tersebut.

Narasumber dari Satuan Polisi Pamong Praja tersebut juga menambahkan bahwa dalam hal pemasangan reklame ini sendiri untuk jenis reklame kain yakni spanduk pemerintah Kota Yogyakarta telah menyediakan pangung-panggung reklame yang ada di setiap simpang pada jalan umum yang ada di wilayah Kota Yogyakarta. Jadi untuk reklame kain yakni spanduk tersebut apabila dipasang di jalan secara melintang, itu sudah jelas melanggar izin dan wajib ditertibkan.

Dari kedua poin yang telah disebutkan oleh penulis di atas, dapat diketahui bahwa jumlah pelanggaran yang terjadi paling banyak adalah ada pada reklame dengan jenis reklame vinyl yakni rontek.

### **1. Mekanisme Penjatuhan Sanksi Apabila Terjadi Suatu Pelanggaran Dalam Penyelenggaraan *Outdoor Advertising*/Reklame di Kota Yogyakarta**

Berbicara mengenai penegakan hukum tentunya tidak terlepas dari penerapan atau penjatuhan sanksi yang ada. Sanksi yang telah ada tersebut menurut penulis adalah suatu instrumen dalam penegakan hukum yakni sebagai efek jera bagi pelaku pelanggaran dalam hal ini adalah pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame serta sebagai usaha atau langkah preventif untuk menjaga agar dalam penyelenggaraannya tidak terjadi suatu pelanggaran. Namun sanksi yang sudah ada tersebut tidak serta merta menjadi efek jera maupun langkah preventif dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta itu sendiri mengingat masih banyak pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame tersebut yang ditemukan oleh Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta baik yang tidak berizin maupun dipasang tidak pada tempatnya.

Sanksi dalam Penyelenggaraan reklame apabila terjadi suatu pelanggaran ini adalah berupa sanksi administrasi yang telah diatur dalam Pasal 18 ayat (1) dan (2), Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, yang berbunyi:

(1) Penyelenggaraan reklame yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud pada Pasal 4 ayat (6) dan ayat (7), Pasal 6, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 9 ayat (1) dan ayat (3), Pasal 10 ayat (4), Pasal 13 dan Pasal 14 ayat (1) dikenakan sanksi administrasi berupa :

- a. Peringatan tertulis;
- b. Penghentian fungsi reklame;
- c. Pencabutan izin penyelenggaraan reklame; dan/atau
- d. Pembongkaran reklame.

Sebagai kelanjutan dari sanksi administrasi tersebut adalah adanya ketentuan pidana yang disebutkan dalam Pasal 19 Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, sebagai berikut :

- (1) Pelanggaran terhadap penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, Pasal 8, Pasal 9 ayat (1) dan ayat (3) serta Pasal 14 ayat (1) diancam dengan pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah).
- (2) Tindak Pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.
- (3) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) masuk ke Kas Daerah.

Tidak hanya dalam Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 saja pembahasan mengenai sanksi administrasi tersebut dijelaskan, namun lebih dipertegas atau dijelaskan lagi melalui Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23

Tahun 2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai berikut :<sup>45</sup>

## BAB VIII

### SANKSI ADMINISTRASI

#### Pasal 26

- (1) Kepala SKPD yang menerbitkan izin berwenang mencabut izin yang telah ditetapkan apabila penyelenggara tidak memenuhi ketentuan izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2) dan (3), Pasal 8 ayat (1) dan (2), Pasal 9, Pasal 14 ayat (1) dan (4), Pasal 15 ayat (7), Pasal 17, dan Pasal 21 ayat (1), (3), (4), (5), (6) Peraturan Walikota ini.
- (2) Pencabutan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) didahului dengan 3 (tiga) kali Surat Peringatan dari SKPD yang menerbitkan izin dan dapat disertai perintah untuk menghentikan fungsi reklame.
- (3) Surat Peringatan Pertama mempunyai batasan waktu 7 (tujuh) hari kerja, terhitung sejak diterimanya surat peringatan tersebut oleh penyelenggara.
- (4) Apabila Surat Peringatan Pertama sebagaimana dimaksud pada ayat (3) tidak

---

<sup>45</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Santoso staff Dinas Ketertiban, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, 7 Juni 2017, pukul 13.00 WIB.

diindahkan oleh penyelenggara maka diberi Surat Peringatan Kedua dengan tenggang waktu 3 (tiga) hari kerja sejak diterimanya surat peringatan tersebut oleh penyelenggara.

- (5) Apabila Surat Peringatan Kedua sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tidak diindahkan oleh penyelenggara maka diberi Surat Peringatan Ketiga dengan tenggang waktu 3 (tiga) hari kerja sejak diterimanya surat peringatan tersebut oleh penyelenggara.
- (6) Apabila Surat Peringatan Ketiga sebagaimana dimaksud pada ayat (5) tidak diindahkan oleh penyelenggara maka diterbitkan Surat Pencabutan Izin oleh SKPD penerbit izin serta dilakukan penghentian fungsi reklame oleh SKPD yang mempunyai tugas pokok dan fungsi di bidang penegakan peraturan daerah, dan jaminan biaya pembongkaran tidak dapat diambil kembali.
- (7) Ketentuan pencabutan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dikecualikan bagi jenis reklame spanduk, umbul-umbul, banner tegak/rontek, melekat/stiker, selebaran, peragaan, suara dan cahaya/film/slide sehingga dapat langsung dilakukan penertiban oleh SKPD yang mempunyai tugas pokok dan fungsi di bidang penegakan peraturan daerah.
- (8) Dalam hal reklame tidak berizin maka dilakukan penghentian fungsi reklame oleh SKPD yang mempunyai tugas pokok dan fungsi dibidang penegakan Peraturan Daerah.

(9) Khusus reklame jenis papan/billboard/videotron/megatron, sebelum dilakukan penghentian fungsi reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (8), dilakukan hal sebagai berikut :

- a. dilakukan penutupan atau penonaktifan fungsi reklame;
- b. penyelenggara reklame diberi waktu 30 (tiga puluh) hari kerja untuk mengurus izin;
- c. apabila setelah melewati waktu 30 (tiga puluh) hari kerja sebagaimana dimaksud pada huruf b, tetap tidak memiliki izin maka :
  1. penyelenggara diberi waktu 7 (tujuh) hari kerja untuk menghentikan fungsi reklame;
  2. apabila setelah melewati waktu 7 (tujuh) hari kerja belum dilakukan penghentian fungsi reklame maka SKPD yang mempunyai tugas pokok dan fungsi dibidang penegakan Peraturan Daerah melakukan penghentian fungsi reklame.

(10) Dalam hal penghentian fungsi reklame dilakukan oleh SKPD yang mempunyai tugas pokok dan fungsi dibidang penegakan Peraturan Daerah maka dalam waktu 3 x 24 jam sejak penghentian fungsi reklame, penyelenggara dapat mengambil bongkaran setelah mengganti biaya yang telah dikeluarkan oleh

SKPD yang mempunyai tugas pokok dan fungsi dibidang penegakan Peraturan Daerah dan disetorkan ke Kas Daerah.

(11) Dalam hal bongkaran reklame tidak diambil maka hasil bongkaran diserahkan kepada SKPD yang menangani aset daerah dengan Berita Acara Penyerahan Hasil Bongkaran.

Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta dalam hal ini adalah Satuan Polisi Pamong Praja telah melakukan berbagai hal dalam tugasnya yakni melakukan penertiban dan penegakan hukum dalam penyelenggaraan reklame yang diupayakan telah sesuai dengan peraturan yang ada. Menurut narasumber Bapak Budi Santosa bagian pengendalian operasial dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, mengenai apa saja upaya yang sudah dilakukan oleh Dinas Ketertiban dalam hal ini adalah Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta sejak PERDA yang baru telah berlaku, beliau mengungkapkan bahwa setidaknya satuan polisi pamong praja telah melakukan penertiban yang sebelumnya dilakukan pengawasan berupa penyidikan yang dilakukan oleh PPNS. Dalam penjatuhan sanksi ini dapat terbagi dalam beberapa poin antara lain sebagai berikut :

a. Subjek Penjatuhan Sanksi

Subjek dalam penjatuhan sanksi sebagai instrumen penegakan hukum dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta ini adalah Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta dan pelanggar PERDA Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame.

b. Objek Penjatuhan Sanksi

Objek penjatuhan sanksi dalam penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta adalah reklame yang dinilai melanggar Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Setidaknya ada 2 bentuk pelanggaran yakni reklame tersebut tidak berizin dan dipasang tidak pada tempatnya.

c. Metode Penjatuhan Sanksi

Dalam Pasal 20 Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame sendiri disebutkan bahwa selain oleh penyidik Kepolisian Republik Indonesia, penyidikan atas tindak pidana pelanggaran dalam peraturan daerah ini dapat dilaksanakan oleh Pejabat Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS). Biasanya PPNS ini bertugas pada reklame yang dipakai sebagai media iklan bagi para pengusaha toko. Jadi, dalam suatu proses penegakan hukum ini, sebelumnya dari pihak PPNS membagi anggotanya ke wilayah kecamatan, PPNS tersebut lantas menemukan temuan pelanggaran di lapangan. PPNS yang telah dibagi per wilayah tersebut lalu melakukan patroli sesuai dengan wilayah yang ditugaskan, apabila menemukan suatu objek reklame lantas diidentifikasi dan ditanyakan mengenai perizinannya. Apabila tidak dapat menunjukkan maka dari PPNS tersebut memanggil pihak pemilik reklame untuk datang ke kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta. Dalam pemanggilannya ke kantor satuan polisi pamong praja tersebut, pihak pemilik reklame masih diberi kesempatan siapa tahu waktu di lapangan PPNS tidak bertemu langsung dengan pemilik usaha atau toko, apabila waktu dipanggil tidak



dapat menunjukan maka dapat disidang ke pengadilan (tipiring) atas pelanggaran peraturan daerah.

Melanjutkan apa yang telah dijelaskan oleh narasumber di atas, sejauh ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta dalam melakukan penegakan hukum sudah berusaha untuk menyesuaikan dengan peraturan daerah yang berlaku, menurut narasumber tersebut setidaknya secara umum ada beberapa proses tahapan dalam tugasnya untuk melakukan penertiban apabila ditemukan suatu pelanggaran pada jenis reklame dengan ukuran besar, yakni:

1. Mengidentifikasi

Artinya adalah dalam proses ini apabila ditemukan suatu pelanggaran terlebih dalam daerah larangan untuk penyelenggaraan reklame, maka Satuan Polisi Pamong Praja melihat data suatu objek reklame tersebut baik mengenai masalah perizinan, maupun siapa pemilik reklame tersebut.

2. Penerbitan Surat Peringatan

Apabila dalam proses identifikasi tersebut sudah lengkap, maka Satuan Polisi Pamong Praja menerbitkan surat peringatan yang isinya adalah perintah untuk segera membongkar reklame yang telah melanggar tersebut kepada pihak pemilik objek reklame tersebut. Surat peringatan ini sebanyak 3 kali yakni surat peringatan pertama, kedua, dan ketiga. Jadi dalam prosesnya pihak pemilik reklame masih diberi masa toleransi untuk pelaksanaan pembongkaran.

3. Penerbitan Surat Pemberitahuan Pembongkaran

Apabila surat peringatan pertam hingga ketiga telah ditujukan kepada yang bersangkutan namun tetap tidak mengindahkan surat peringatan dari yang pertama hingga ketiga tersebut maka terbitlah surat pemberitahuan pembongkaran yang dikeluarkan oleh Walikota. Jadi seharusnya apabila yang bersangkutan telah menerima surat pemberitahuan pembongkaran yang telah dikeluarkan oleh walikota tersebut seharusnya pihak yang bersangkutan membongkar sendiri reklame yang telah terpasang tersebut.

#### 4. Pembongkaran

Dalam tahapan atau proses ini bisa disebut juga proses eksekusi atas tidak diindahkannya surat pemberitahuan pembongkaran yang telah ditujukan kepada pihak pemasang reklame tersebut.

Untuk jenis reklame besar, Satuan polisi pamong praja tidak membongkar reklame tersrbut sendiri, namun ada kerja sama dengan pihak ketiga dalam mekanismenya. Dalam tugasnya Satuan Polisi Pamong Praja tidak setiap hari melakukan kegiatan pembongkaran, apabila dari pemerintah kota telah melayangkan surat pemberitahuan pembongkaran dan surat perintah pembongkaran dari walikota, lantas dari satuan polisi pamong praja menghubungi pihak ketiga tersebut dan memberikan informasi di titik mana reklame yang akan dibongkar tersebut, lalu dari pihak ketiga tersebut segera mengecek dan mengidentifikasi di mana titik reklame tersebut berada. Apabila telah dilakukan identifikasi secara lengkap, pihak ketiga mengajukan lantas proposal atau surat ke

satuan polisi pamong praja atas kesanggupannya untuk melakukan pembongkaran berikut dengan biaya pembongkarannya.

Namun pada prinsipnya, biaya pembongkaran tersebut kewajibannya adalah dari pihak pemasang reklame yang telah ada dalam uang jaminannya. Kalau objek reklame belum berizin maka tidak ada uang jaminan.

Jadi untuk ilustrasinya dalam proses pembongkaran tersebut ada pemilik objek reklame dan telah jelas bahwa reklame yang telah terpasang tersebut melanggar ketentuan dan jelas dilarang. Lalu Ada surat pemberitahuan pembongkaran, namun yang bersangkutan tetap tidak mengindahkan surat tersebut, dan reklame tetap berdiri terus, lantas dari pihak Satuan Polisi Pamong Praja menghubungi pihak ketiga, dan pihak ketiga pada hari yang ditentukan pada surat perintah pembongkaran, harus segera membongkar reklame tersebut. Jadi misal pada hari yang ditentukan yang seharusnya telah dibongkar pada tanggal 7 juni, sampai pada jam 12 malam pada tanggal 7 juni tersebut reklame belum juga dibongkar maka keesokan harinya dari pihak satuan polisi pamong praja menghubungi pihak ketiga tersebut untuk membongkar reklame tersebut. Jadi dalam proses pembongkaran itu satuan polisi pamong praja tidak langsung membayar pada pihak ketiga tersebut, namun menunggu dari pihak pemilik atau pemasang reklame. Jadi barang (objek reklame) tersebut dapat diambil asalkan pihak pemilik/pemasang sudah membayar biaya pembongkaran reklame kepada pihak ketiga. Jadi dalam hal ini pemerintah tidak harus mengeluarkan biaya. Namun apabila tidak diurus dalam beberapa hari atau bulan, maka Satuan Polisi

Pamong Praja memakai dana APBD untuk biaya pembongkarannya, lantas barangnya (objek reklame) yang telah dibongkar tersebut disimpan di gudang dan barang tersebut menjadi aset pemerintah kota.

Untuk reklame yang bersifat insidental seperti contoh adalah reklame kain yakni poster yang telah berstiker, biasanya izin berlaku hanya seminggu, apabila telah melewati tanggal pelaksanaan atau habis masa berlaku dari izin tersebut reklame kain yakni spanduk tersebut dapat ditertibkan. Apabila pihak pemasang mengurus perizinannya maka dari pihak Satuan Polisi Pamong Praja dapat diajukan ke PPNS. Namun biasanya dari pihak pemasang tersebut tidak mengurus perizinannya, karena ukurannya yang kecil. Sanksinya adalah barangnya yakni spanduk tersebut ditertibkan. Jadi kalau pihak pemasang tersebut datang ke kantor Satuan Polisi Pamong Praja, maka pihak tersebut yang dapat dikenai sanksi.

#### d. Hasil Penjatuhan Sanksi

Hasil yang diperoleh dari penjatuhan atau penerapan sanksi yang telah dilakukan oleh Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta adalah ditemukannya sejumlah pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame. Dari jenis reklame yang paling banyak ditemukan pelanggaran adalah pada jenis reklame vynil yakni rontek. Hal tersebut diperjelas dengan data penegakan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan reklame pada satu tahun terakhir sampai pada bulan April Tahun 2017 yang diperoleh penulis pada Dinas Ketertiban

yaitu Satuan Polisi Pamong Praja pada Bidang P3U (Penegakan Peraturan Perundang-Undangan) sebagai berikut:

Tahun 2016								
Jenis Reklame	Bulan							Jumlah
	JUN	JUL	AGT	SEP	OKT	NOV	DES	
Spanduk	15	23	45	15	5	8	15	317
Rontek	130	88	95	55	85	155	170	1781
Pamflet	33	39	25	19	15	25	20	239
Umbul-umbul	5	10	25	5	10	20	25	112
Baliho	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabel 01. Data Penegakan perundang-undangan PERDA No.2/2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame Tahun 2016.

Tahun 2017					
Jenis Reklame	Bulan				Jumlah
	JAN	FEB	MAR	APR	
Spanduk	0	0	0	0	0
Rontek	70	40	45	60	215
Pamflet	60	78	20	35	193
Umbul-umbul	0	0	0	0	0
Baliho	2	0	0	0	2

Tabel 02. Data Penegakan perundang-undangan PERDA No.2/2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame Tahun 2017.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggaran yang paling banyak terjadi adalah pada reklame jenis vinyl yakni rontek, yang apabila dijumlahkan dari Bulan Juni tahun 2016 sampai dengan Bulan April 2017 adalah berjumlah 1996 buah objek. Hal tersebut menurut penilaian narasumber dikarenakan proses pemasangannya yang mudah karena jenis nya tidak permanen dan ukurannya juga tidak besar. Oleh karena ukurannya yang cenderung kecil dan dari jenis reklame tersebut adalah bersifat insidentil maka dalam penyelenggaraannya narasumber mengakui seperti kucing-kucingan dengan pihak pemasang.

Sebenarnya untuk mekanismenya sederhana, dan cenderung tidak rumit, hanya saja dari pihak pemasang tersebut yang tidak tahu dan menilai bahwa proses perizinannya seperti rumit dan seolah berbelit-belit, namun sebenarnya sangat sederhana dalam hal perizinan dan mekanisme pembongkarannya.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pengawasan dalam penyelenggaraan reklame telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah) yang dimilikinya yakni dari Dinas Ketertiban, Dinas Penanaman Modal dan Perizinan dan Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah. Semenjak berganti nama menjadi BPKAD, BPKAD dan Dinas Penanaman Modal dan Perizinan untuk penyelenggaraan reklame hanya berwenang dalam hal pelayanan perizinan dan pengelolaan pajaknya saja, untuk masalah penertiban dan penegakan hukum diserahkan kepada Dinas Ketertiban dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja. Bentuk pengawasan dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan serta BPKAD tersebut berupa pelayanan perizinan dan pengelolaan pajak, sedangkan bentuk pengawasan dari Dinas Ketertiban yakni dengan patrol keliling dan pendataan. Dari pengawasan tersebut Dinas Penanaman Modal dan Perizinan serta BPKAD sejak Juni 2016 hingga April 2017 telah memperoleh hasil berupa sejumlah data bahwa terdapat 1176 wajib pajak yang mendaftarkan izinnya untuk jenis reklame insidental seperti spanduk, rontek, umbul-umbul dan sebagainya. Untuk jenis reklame permanen atau yang besar sebanyak 1768 wajib pajak serta dari Dinas Ketertiban diperoleh data sebanyak 2859 buah pelanggaran reklame.

2. Penjatuhan sanksi dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta yang dilakukan oleh Dinas Ketertiban selama ini dinilai cukup sesuai dengan peraturan yang ada, dimulai dari identifikasi atau penyidikan yang dibantu oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS), metode yang digunakan dalam penjatuhan sanksi kepada pelanggar yakni memberikan peringatan secara tertulis berupa penerbitan surat peringatan, surat pemberitahuan pembongkaran dan sampai pada tindakan lebih lanjut mengenai penegakan hukum dalam penyelenggaraan reklame ini yakni pencabutan izin dan pembongkaran. Data menyebutkan bahwa sejak bulan Juni 2016 hingga pertengahan tahun 2017 jumlah objek reklame yang melanggar telah ditertibkan atau ditindak oleh Dinas Ketertiban berjumlah 2859 buah dan terbanyak adalah pada jenis reklame rontek. Untuk pembongkaran reklame besar dengan jenis reklame baliho, Dinas Ketertiban dibantu oleh pihak ketiga yakni dari pihak advertising atau penyedia jasa bongkar reklame dengan biaya bongkar yang dibebankan kepada pihak pemasang reklame atau dapat pula dari dana APBD yang sebelumnya telah dianggarkan terlebih dahulu.

## **B. Saran**

Diperlukan adanya suatu sosialisasi atau pembinaan lebih lanjut yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta kepada pihak pemohon izin reklame atau pemasang agar penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta setidaknya sesuai dengan Peraturan Daerah yang berlaku. Untuk hal pengawasan, perlu dibentuk satuan tugas (satgas) dari pihak masyarakat yang khusus bertugas



dalam upaya menjaga nilai ketertiban dalam penyelenggaraan reklame yang ada di wilayah Kota Yogyakarta guna turut serta membantu Satuan Polisi Pamong Praja yang tidak bisa setiap hari berpatroli untuk menertibkan pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame. Jika melihat data pelanggaran pada penyelenggaraan reklame yang di wilayah kota Yogyakarta, seharusnya pemerintah lebih memperketat dalam hal perizinan maupun peraturannya, karena meskipun sudah ada sanksi yang ada namun pelanggaran masih tetap ditemukan, selain itu pemerintah Kota Yogyakarta juga perlu untuk mengadakan sosialisasi kepada seluruh warga masyarakat kota Yogyakarta khususnya pada wilayah kecamatan, mengenai kesadaran lingkungan dan diberikan pelajaran atau pengetahuan akan pentingnya ruang terbuka hijau agar penyelenggaraan reklame nantinya tidak menjadi suatu terror visual dan sampah visual bagi seluruh masyarakat kota Yogyakarta. Tujuan dari pemberian sosialisasi tersebut agar masyarakat kota Yogyakarta senantiasa dapat menjaga nilai estetika dan nilai keistimewaan kota Yogyakarta yang nantinya bertujuan pula dengan terwujudnya nilai-nilai ketertiban, keselarasan dan keramahan ruang publik yang ada di wilayah kota Yogyakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 1991.
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Rosda, Bandung, 2000.
- Hadikusuma, Hilman, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, CV. Mandar Maju, Bandung, 1995.
- Juniarso ridwan, dan achmad sodik, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Publik*, Nuansa, Bandung, 2009.
- Maya Ananda, *Seluk Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*, Jakarta, Penerbit Mutiara, 1978.
- Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara (edisi revisi)*, Rajawali Press, Yogyakarta, 2006.
- Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara (edisi revisi)*, Rajawali press, Jakarta, 2014.
- S.F. Marbun, *Hukum Administrasi Negara II*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013.
- Soerjono Soekanto , *Efektivitas Hukum dan Peranan Sanksi*, CV. Remaja Karya, Bandung, 1985
- Soerjono, Sukanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Rajawali Press, Jakarta, 2007
- Sutedi, Adrian, *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010

SF. Marbun, *Hukum Administrasi Negara I*, UII Press, Yogyakarta, 2012

## 2. Peraturan Perundang-undangan

Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 tahun 2016 sebagai petunjuk pelaksanaan atas Peraturan Daerah Nomor 2 tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame

## 3. Data Elektronik

[http://sumbotinarbuko.com/tag/sampah-visual-2,](http://sumbotinarbuko.com/tag/sampah-visual-2)

<https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-58#tafsir-quraish-shihab>

<http://www.republika.co.id/berita/ensiklopedia-islam/hikmah/10/01/20/101655-syiar-islam>

## 4. Sumber Lain

Wawancara dengan Bapak Tuparman, Bagian Pelayanan Pajak Daerah Kantor Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, 8 Juni 2017

Wawancara dengan Bapak Slamet Sudiyono, seksi pendaftaran, pendataan & pendapatan daerah staff BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) Kota Yogyakarta, 8 Juni 2017

Wawancara dengan Bapak Budi Santoso staff Dinas Ketertiban, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, 7 Juni 2017

## **LAMPIRAN**