REPRESENTASI PENATAAN DAN PENEMPATAN REKLAME DI KOTA BANDA ACEH

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

NAZIRATULMUNA
NIM. 180802062
Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Program Studi Ilmu Administrasi Negara

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
2023 M/1444 H

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Naziratulmuna
NIM	: 180802062
Program studi	: Ilmu Administrasi Negara
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Tempat Tanggal Lahir	: Trienggadeng, 05 Maret 2000
Alamat	: Jl. Laksamana Malahayati, Desa Lingke, Kecamatan Syiah Kuala, Kota Banda Aceh.

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawan atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenakan sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 Januari 2023
Yang Menyatakan,

Naziratulmuna
NIM. 180802062

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

REPRESENTASI PENATAAN DAN PENEMPATAN REKLAME DI KOTA BANDA ACEH

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) Dalam Ilmu Administrasi Negara

Oleh:

NAZIRATULMUNA

NIM. 180802062

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan

Program Studi Ilmu Administrasi Negara

Disetujui untuk dimunaqasyahkan oleh:

Pembimbing I,	pembimbing II,
Dr. Dahlawi, M.Si.	**Cut Zamharira, S.IP., M.AP.**
NIP. 196201011985031019	NIDN. 2017117904

PENGESAHAN SIDANG

REPRESENTASI PENATAAN DAN PENEMPATAN REKLAME DI KOTA BANDA ACEH

SKRIPSI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Dalam Ilmu Administrasi Negara
Pada Hari/Tanggal: Selasa, 4 April 2023
13 Ramadhan 1444 H

Banda Aceh,

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,	**Sekretaris,**
Dr. Dahlawi, M.Si.	**Cut Zamharira, S.IP., M.AP.**
NIP. 196201011985031019	NIDN: 2017117904
Penguji I,	**Penguji II,**
Dr. Said Amirulkamar, M.M., M.Si.	**Hijrah Saputra, S.Fil.I., M.Sos.**
NIP. 196110051982031007	NIP. 199007212020121016

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Muji Mulia, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197403271999031005

ABSTRAK

Penataan dan penempatan reklame memiliki aturan dan syarat-syarat yang harus dipenuhi. Namun, penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh sering terjadi semakin banyak dan tidak teratur sehingga dapat menimbulkan ancaman terhadap kerusakan, hilangnya keindahan serta mengganggu kenyamanan masyarakat Kota Banda Aceh. Pemasangan yang tidak teratur tersebut menggambarkan seolah semua orang bebas memasang reklame di sembarangan tempat.Oleh karena itu pemerintah Kota Banda Aceh mengeluarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penataan dan penempatan reklame di kota Banda Aceh berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, dan untuk mengetahui faktor penghambat penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, melalui cara observasi, wawancara dan pengalaman langsung untuk mencari tau tentang suatu peristiwa, fakta atau realita secara mendalam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasinya masih belum terlaksana dengan baik, hal tersebut disebabkan oleh reklame yang sudah kadaluarsa dan rusak yang seharusnya tempat tersebut dapat digunakan untuk pemasangan reklame baru. Faktor penghambat dalam hal ini yaitu kurangnya kesadaran hukum yang dimiki oleh penyelenggara dan masyarakat reklame yang masih kurang. Maka dapat disimpulkan bahwa penertiban pemasangan reklame diperlukan agar tidak adalagi reklame yang informasinya sudah kadaluarsa dan rusak agar keindahan dan keestetikan kota tetap terjaga.

Kata Kunci : *Penataan dan Penempatan, Reklame, Hambatan*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Segala puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-NYA sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Representasi Penataan Dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh" dengan sangat baik. Shalawat serta salam tidak lupa peneliti hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya serta para alim ulama.

Adapun maksud dan tujuan dari penyususnan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, Prodi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Islam Ar-Raniry.Dalam penelitian ini peneliti telah banyak mendapat saran, bimbingan,dorongan, ide, doa serta semangat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, izinkan peneliti menyampaikan penghargaan yang tinggi dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya pada semua pihak yang terlibat dalam membantu dan menyelesaikan skripsi ini.

1. Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr Muji Mulia, M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muazzinah, B.Sc., MPA, Selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Negara FakultasIlmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Dahlawi, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan serta mengajarkan banyak hal sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Cut Zamharira, S.IP.,M.AP selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Terimakasih kepada seluruh dosen Ilmu Administrasi Negara yang senantiasa membimbing dan memberikan ilmu pada saat perkuliahan berlangsung.

7. Kepada informan yang bersedia memberikan informasi dan data yang berkaitan dalam penulisan skripsi ini.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua peneliti, Bapak Adhar dan Ibu Asma yang telah mengasuh, mendidik, membimbing, membina serta selalu mendoakan peneliti dan yang tersayang kepada kedua kakak peneliti yang selalu memberikan motivasi dan nesehat tiada pernah henti agar selalu benar dalam menjalani kehidupan.
9. Teman-teman almamater Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry 2018. Terimakasih untuk setiap dukungan dan kerja samanya serta doanya selama ini. Semoga Silaturahmi antara kita terus terjaga.
10. Kepada teman-teman terbaik peneliti yang telah bersama sejak SMA, terimakasih sudah saling menyemangati serta senantiasa ada dalam setiap kondisi.

Peneliti menyadari penulisan ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu peneliti berharap segala saran dan masukan yang sifatnya membangun demi kebaikan skripsi ini. Demikian semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya.

Banda Aceh, 28 Maret 2023

Peneliti,

Naziratulmuna

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN SIDANG ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Rumusan Masalah 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6
1.6 Penjelasan Istilah 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Teori Implementasi Kebijakan Publik 9
2.3 Konsep Representasi 17
2.4 Konsep Reklame 18
2.4.1 Faktor Strategis Lokasi Penempatan Reklame 19
2.5 Kerangka Berfikir 21

B**AB III METODE PENELITIAN** **22**
3.1 Pendekatan Penelitian 22
3.3 Jenis dan Sumber Data 22
3.4 Fokus Penelitian 23
3.5 Informasi Penelitian 24
3.6 Teknik Pengumpulan Data 26
3.7 Teknik Analisis Data 27
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **29**
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian 29
4.2 Visi dan Misi Kota Banda Aceh 30
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan 30
4.3.1 Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh 31
4.3.1.1 Perizinan Pemasangan Reklame 31
4.3.1.2 Pengawasan dan Penertiban Pemasangan Reklame di Kota Banda Aceh 34

4.3.2 Faktor Penghambat Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh 45

BAB V PENUTUP 49
5.1 Kesimpulan 49
5.2 Saran 50

DAFTAR PUSTAKA 51
DAFTAR LAMPIRAN 61
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 60

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Izin Reklame..... 5
Tabel 3.1 Representasi Penataan dan Penempatan Reklame 23
Tabel 3.2 Faktor Penghambat Penataan dan Penempatan Reklame 24
Tabel 3.3 Jumlah Informan Penelitian 24
Tabel 4.1 Nama Kecamatan di Kota Banda Aceh Tahun 2022 29

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012.....	53
Lampiran 2	Surat izin Reklame	54
Lampiran 3	Surat Perizinan Pemasangan Reklame	65
Lampiran 4	SK Bimbingan	66
Lampiran 5	Surat Penelitian.....	67
Lampiran 6	Surat Penelitian dari Kesbangpol	68
Lampiran 7	Surat Keterangan Melakukan Penelitian Dari DPMPTSP	70
Lampiran 8	Surat Keterangan Melakukan Penelitian Dari Satpol PP.....	71
Lampiran 9	Pedoman Wawancara Skripsi	72
Lampiran 10	Foto Bersama Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Dan Satpol PP.....	74
Lampiran 11	Foto Bersama Penyelenggara Reklame	76
Lampiran 12	Foto Reklame Yang Tidak Mengikuti Aturan.....	77

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banda Aceh merupakan ibukota dari provinsi Aceh, serta menjadi pusat kegiatan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Secara geografis wilayah Kota Banda Aceh mempunyai luas 1,36,km2 dengan memiliki batasan wilayah yang meliputi, sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar, sebelah barat berbatasan dengan Samudera Hindia, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar. Jumlah penduduk Kota Banda Aceh saat ini adalah 265.111 jiwa dengan kepadatan 43 jiwa/ Ha. Jumlah penduduk laki-laki dan perempuan cukup berimbang.

Berbagai media menjadi pilihan untuk menawarkan produk berupa barang, jasa, maupun manusia seperti media reklame, televisi, radio, dan lain-lain. Reklame adalah salah satu media yang paling populer. Dari segi periklanan, reklame memiliki berbagai keunggulan dan keunikan dibandingkan dengan media lainnya, dengan memiliki masa tayang yang panjang, yang ditampilkan di setiap titik lokasinya sehingga menjadi penanda informasi.

Dengan penataan yang tepat sebagai komunikasi industri, serta penyampaian pesan yang singkat, padat, jelas dan lugas, semuanya menjadi efektif karena dapat dilihat oleh masyarakat umum, sehingga baliho dapat menjadi elemen estetika di lingkungan dan kotanya menjadi lebih indah dan cantik. Maka tidak heran jika banyak orang yang memasang reklame, baliho, spanduk maupun brosur iklan di jalanan, karena reklame dianggap sebagai cara yang paling efektif untuk memperkenalkan, menawarkan dan mempromosikan suatu produk kepada masyarakat luas.

Pemasangan reklame di jalan umum diperbolehkan oleh pemerintah sepanjang tidak mengganggu masyarakat bertransportasi, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan yaitu “jalan umum adalah jalan yang

diperuntukkan bagi lalu lintas umum".[1] Namun, belakangan ini pemasangan reklame, baliho, spanduk dan brosur iklan di Kota Banda Aceh semakin banyak dan tidak beraturan sehingga dapat menimbulkan ancaman kerusakan, hilangnya keindahan dan mengganggu kenyamanan masyarakat Kota Banda Aceh. Pemasangan yang tidak teratur menggambarkan bahwa setiap orang bebas menempatkan papan reklame di mana saja. Oleh karena itu, "perlu adanya kebijakan pemerintah mengenai penataan reklame di kota-kota khususnya Kota Banda Aceh".[2]

Penyelenggaraan reklame pada umumnya dikelola oleh pemerintah dan pihak swasta yang bekerja sebagai biro reklame atau advertising, dalam pemasangannya adapun persyaratan keindahan, ketertiban, keamanan serta tidak bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan dan kesesuaian harus diperhatikan oleh pihak-pihak terkait. Sebelum memasang reklame, penyelenggara reklame wajib mengurus izin dan mendapatkan izin dari pemerintah kota. Sesuai dengan Peraturan walikota, kewenangan penerbitan izin reklame ada di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh. "Bagi pihak-pihak yang ingin memasang reklame harus melakukan permohonan tertulis dan jika keberatan dengan permohonan tersebut maka izin tidak dapat diberikan. Mengenai untuk pemasangan reklame permanen permohonanan izin harus disetujui oleh Dinas Tata Kota dan Permukiman Kota Banda Aceh".[3]

Pemerintah Kota Banda Aceh telah mengeluarkan regulasi terkait reklame, berupa Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame pada Pasal 1 angka 9 disebutkan bahwa "Perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu, baik berupa izin maupun tanda pendaftaran".[4] Kebijakan pemerintah kota Banda Aceh dalam menangani kelayakan dan izin pemasangan reklame dilakukan

---

1 Pasal 1 angka (5) Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan

2 Sari et al., *Pelaksanaan Pengawasan Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Terhadap Pemasangan Reklame Di Kota Banda Aceh.*(Banda Aceh, JIM 2017)

3 Fuady, *Penataan Reklame Di Kota Banda Aceh.*(Banda Aceh, Graha Tria, 2017) Hlm. 22

4 Pasal 1 Angka (9) Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

oleh Badan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), dan Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD).[5]

Kondisi dan penataan reklame tersebut diawali dengan proses perizinan terlebih dahulu melalui DPMPTSP, masyarakat yang ingin mengajukan permohonan untuk mendapatkan izin periklanan dengan keterangan yaitu jenis iklan, judul iklan, ukuran, jumlah, awal pemasangan, akhir pemasangan dan lokasi pemasangan iklan.

Dengan adaya Pasal 2, 3, 8, 9 dan 10 pada Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, maka pemasangan reklame perlu meperhatikan peraturan mengenai jenis reklame, standar reklame, teknis penyelenggaran reklame, larangan pemasangan reklame, serta sanksi pada Pasal 18 yaitu "Penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan maka dapat dikenakan sanksi sebagai berikut: (a) teguran tertulis; (b) pemberian tanda silang pada materi reklame atau penyegelan; (c) pencabutan izin; (d) penguasaan bangunan reklame; dan (e) pembongkaran".[6]

Melihat fenomena yang terjadi, kebijakan yang harus ditingkatkan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh yaitu sistem perlindungan dan pengetatan perizinan bagi produsen reklame, serta pengawasan khusus setelah di uji tuntas yaitu di tempat-tempat yang terlarang, sebagaimana maksud Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, Pasal 10 setiap penyelengara reklame dilarang :

a. Pemasangan reklame di kawasan kantor pemerintah, gedung sekolah, rumah ibadah, gedung bersejarah, dan rumah sakit;
b. Pemasangan pada rambu rambu lalulintas, lampu jalan, dan alat pengatur lalulintas;
c. Merusak kelestarian lingkungan tempat pemasang reklame;
d. Memasang reklame jenis spanduk dengan cara melintang diatas jalan;
e. Memasang reklame dengan cara menempel pada pagar taman dan tanaman;

---

5 Pasal 1 Angka (4-5)Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

6 Pasal 18 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

f. Memasang tiang penyangga umbul-umbul menempel dan dipaku pada batang pohon atau ornamen lampu jalan;
g. Memasang atau menempatkan reklame yang menutupi reklame lainnya. [7]

Berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaran Reklame, penataan reklame meliputi titik lokasi dan penataan letak. Pasal 1 angka 17 disebutkan bahwa "titik reklame adalah tempat dimana reklame didirikan, ditempelkan dan digantungkan". Dalam penelitian akan mengkaji mengenai tempat reklame terpasang yang tidak sesuai dengan Pasal 10 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012. Selanjutnya pada Pasal 1 angka 32 disebutkan bahwa "reklame kain/baliho adalah reklame yang menggunakan bahan kain termasuk kertas plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu". Reklame dalam bentuk yang disebutkan diatas juga akan diteliti mengenai pemasangannya.[8]

Dalam Peraturan Walikota tersebut disebutkan tempat-tempat yang dilarang untuk memasang reklame, tetapi karena kekurangannya lokasi yang tersedia tempat-tempat yang dilarang tersebut pun menjadi tempat yang paling banyak ditemukan terpasangnya reklame. Penyelenggara reklame tidak setiap harinya mengurus perizinannya tetapi setiap bulan izin yang dikeluarkan semakin bertambah walaupun tidak sistematis. Seperti yang terlihat pada Tabel 1. Jumlah Izin Reklame dimulai pada bulan Januari tahun 2021 sampai dengan Desember 2022.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

---

7 Pasal 10 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

8 Pasal 1 Angka (32) Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

Tabel 1.1

Jumlah Izin Reklame

No	Bulan	Tahun	
		2021	2022
1.	Januari	48	45
2.	Februari	61	61
3.	Maret	68	57
4.	April	74	62
5.	Mei	68	56
6.	Juni	107	75
7.	Juli	55	40
8.	Agustus	57	59
9.	September	45	63
10.	Oktober	57	60
11.	November	65	72
12.	Desember	56	63

Sumber: Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

Dampak dari banyaknya pelanggaran di jalan lintas umum wilayah Kota Banda Aceh ialah merusak keindahan tata kota, kemungkinan resiko bagi pengguna jalan begitu besar, banyak reklame di wilayah perlintasan Kota Banda Aceh tidak layak secara fisik yang sebagian tidak terawat atau terbengkalai dan penempatannya tidak teratur, sehingga keluar dari konteks strategi periklanan dan akan mengganggu pengguna jalan dikarenakan iklan yang terpasang melintang diatas jalan, akibatnya dapat membahayakan keselamatan pengguna jalan serta tingkat kesadaran hukum penyelenggara reklame sangat rendah sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dengan pelanggaran penempatan reklame. Padahal regulasi tentang reklame sudah diatur dalam Peraturan Walikota, akan tetapi kenyataannya masih ditemukan spanduk-spanduk yang dipasang di pagar tanaman, dan dipaku ke batang pohon atau lampu jalan dan bahkan di rambu lalu lintas.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, berikut peneliti berikan informasi mengenai masalah yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian:

1. Sebagai sarana promosi usaha yang bertujuan komersial perlu diperhatikan tentang estetika kota, persaingan usaha dan keselamatan umum.
2. Perlu mengatur tentang penyelenggaraan reklame dalam rangka penataa dan penempatan reklame yang repsentatif.
3. Perlunya perhatian tentang tempat dimana reklame didirikan, ditempelkan dan digantung.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana representasi penataan dan penempatan reklamedi kota Banda Aceh?
2. Apa faktor penghambat penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penataan dan penempatan reklame di kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahuifaktor penghambat penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh

1.5 Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Praktis

Dapat menambah wawasan dan referensi bagi pemerintah daerah dalam menangani perkara pentaan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh melalui pengawasan reklame yang dapat meningkatkan ketertiban dan keindahan .

b. Kegunaan Teoritis

Selain manfaat yang telah disebutkan di atas, penulis juga berharap penelitian ini dapat menjadi landasan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian serupa yaitu dalam menangani kasus kelayakan reklame di badan jalan Kota Banda Aceh.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Kebijakan publik yaitu suatu hukum tapi tidak hanya sekedar hukum namun untuk mengatur kehidupan bersama yang harus dipatuhi dan dipahami secara utuh dan benar.
2. Implementasi adalah sesuatu yang berdampak terhadap sesuatu saat penyediaan sarana dilaksanakan. Implementasi kebijakan dapat berjalan secara efektif, apabila penanggung jawab proses implementasi kebijakan pemerintah yang tertuang dalam suatu kebijakan harus disampaikan secara jelas, tepat dan konsisten kepada orang yang benar-benar mampu untuk melaksanakannya.
3. Representasi adalah tindakan yang mewakili sesuatu yang disampaikan dalam bahasa yang mewakili sesuatu yang lain dan memiliki makna.
4. Reklame merupakan salah satu bentuk promosi iklan luar ruang dan berbentuk poster dengan ukuran yang besar dan diletakkan tinggi di suatu tempat tertentu yang ramai dikunjungi orang.
5. Titik reklame adalah tempat dimana reklame didirikan, ditempelkan dan digantungkan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian skripsi ini dilakukan berdasarkan kajian terhadap beberapa penelitian sebelumnya yang merupakan bahan untuk membandingkan dan mengevaluasi penelitian. Berikut hasil dari penelitian terdahulu yang relevan dan menjadi acuan sebagai pembanding dan evaluasi penelitian ini, antara lain:

1. Analisis komunikasi kebijakan publik dalam penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi kebijakan publik dalam penyelenggaraan reklame. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini mewujudkan bahwa komunikasi kebijakan publik dalam penyelenggaraan reklame di Kota Sukabumi belum berjalan dengan baik atau belum maksimal.[9]
2. Analisis implementasi kebijakan pengelolaan reklame di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan konsep baru tentang implementasi kebijakan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa implementasi kebijakan pengelolaan reklame di Kota Bandung secara empirik belum memberikan dampak yang signifikan terhadap penataan estetika kota. Hal yang paling dominan dalam implementasi kebijakan ini adalah konsistensi sikap implemator sejak proses perencanaan sampai dengan tujuan kebijakan.[10]
3. Analisis pelaksanaan pengawasan kantor pelayanan perizinan terpadu satu pintu terhadap pemasangan reklame di Kota Banda Aceh. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk menjelaskan pelaksanaan pengawasan Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu terhadap pemasangan reklame di Kota

---

9 Syaripudin, Nur, and Meigawati, "Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Penyelenggaraan Reklame Di Kota Sukabumi." (Sukabumi, PUBLIKAUNMA, 2020) Hlm. 82

10 Suhendar, "Implementasi Kebijakan Pengelolaan Reklame Di Kota Bandung." (Bandung, 2012) Hlm. 172

Banda Aceh. Penulisan yang dilaksanakan dalam penulisan jurnal ilmiah ini adalah penelitian empiris, yaitu penelitian yang dilakukan langsung dengan cara observasi lapangan berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan. Penyebab penyelenggara reklame masih memasang reklame di tempat yang dilarang, dan upaya yang ditempuh oleh Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu dalam mengatasi pelanggaran yang dimaksud.[11]

Perbedaan penelitian peneliti daripada penelian diatas adalah, penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana penataan dan penempatan reklame di Banda Aceh serta faktor penghambatnya. Fokus penelitian tersebut untuk melihat bagaimana penataan dan pemasangan reklame di Kota Banda Aceh, serta melihat apa saja hal yang menjadi hambatan terhadap pemasangan reklame sesuai dengan regulasi pada Perwal Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Banda Aceh.

2.2 Teori Implementasi Kebijakan Publik

Kebijakan publik adalah hukum tetapi bukan sekedar hukum melainkan untuk mengatur kehidupan bersama yang harus dipatuhi dan dipahami secara utuh dan benar. Menurut James Anderson definisi kebijakan adalah serangkaian tindakan yang memiliki tujuan tertentu serta diikuti dan dilakukan oleh seorang pelaku atau sekelompok pelaku untuk memecahkan suatu masalah tertentu.[12]Menurut Dye,*"Public policy is whatever goverments choose to do or not to do".* Yang berarti bahwa Kebijakan publik ialah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan. [13]

Menurut Woll yang dimaksud dengan "kebijakan publik adalah sejumlah kegiatan pemerintah untuk memecahkan masalah-masalah dalam masyarakat, baik secara langsung maupun melalui lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupan masyarakat".[14] Menurut William Dunn, "setiap kebijakan publik melingkupi

---

11 Nella Yulida Sari and others, 'pelaksanaan pengawasan kantor pelayanan perizinan terpadu satu pintu terhadap pemasangan reklame di Kota Banda Aceh,(Banda Aceh, JIM 2017)

12 Nuryanti Mustari, *Pemahaman KEBIJAKAN PUBLIK (Formulasi, Implementasi dan Evaluasi Kebijakan Publik).* Yogyakarta: PT.Leutikaprio.2015.Hlm. 12

13 Nuryanti Mustari. Op. Cit.,Hlm. 5

14 Taufiqurokhman, *Kebijakan. Publik*.(Jakarta, 2014) Hlm. 4

beberapa tingkatan yang saling bergantung menurut urutan waktu: penetapan agenda, perumusan kebijakan, adopsi kebijakan, implementasi kebijakan, dan penilaian kebijakan".[15] Menurut Winarno bahwa, "Kebijakan publik secara garis besar meliputi tahapan perumusan masalah kebijakan, implementasi kebijakan dan evaluasi kebijakan.

Kebijakan publik dalam praktik ketatanegaraan dan pemerintahan pada dasarnya terbagi dalam tiga prinsip yaitu"[16]:

1. Dalam konteks bagaimana merumuskan kebijakan publik (Formulasi kebijakan)
2. Bagaimana kebijakan publik tersebut diimplementasikan.
3. Bagaimana kebijakan publik tersebut dievaluasi.

2.2.1 Standar dan sasaran kebijakan

Efektivitas implementasi kebijakan dapat dinilai pada level pelaksana kebijakan dengan budaya sosial yang dominan melalui keberhasilan inisiatif dan tujuan kebijakan yang realistis. Sulit dicapai jika ukuran dan tujuan politiknya terlalu sempurna. Sementara mengukur keberhasilan implementasi kebijakan tidak diragukan lagi menyoroti standar dan tujuan tertentu yang harus dipenuhi oleh pelaksana kebijakan, Van Meter dan Van Horn berpendapat bahwa "efektivitas kebijakan pada dasarnya adalah penilaian jumlah pencapaian standar dan tujuan ini".[17] Sangat penting untuk memahami keseluruhan tujuan standar dan tujuan kebijakan. Ketika pelaksana kebijakan tidak sepenuhnya memahami kriteria dan tujuan kebijakan, eksekusi kebijakan bisa gagal. Norma dan tujuan politik terkait erat dengan perspektif pelaksana. Pertanyaan "esensial" adalah orientasi para pelaksana terhadap aturan dan tujuan politik. Pelaksana tidak dapat mengimplementasikan kebijakan karena mereka menolak atau tidak memahami tujuannya.

---

15 Nuryanti Mustari. Op. Cit.,Hlm. 61

16 Taufiqurokhman, *Kebijakan. Publik*.(Jakarta, 2014) Hlm. 12

17 Rakhmad Adi Syahputra, Implementasi Peraturan Walikota Medan Nomor 16 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Medan, (Medan, 2018) Hlm. 19

Menurut Grindle, “implementasi adalah proses politik dan administratif. Model menggambarkan proses pengambilan keputusan dari berbagai pemain, dengan hasil akhir dipengaruhi oleh konten program dan interaksi pembuat keputusan di lingkungan politik-administrasi”. Proses pengambilan keputusan aktor politik yang beragam dapat mewakili proses politik, dan proses administrasi dapat mencerminkan proses lengkap kegiatan administrasi di tingkat program.[18]

TB Smith mengakui bahwa begitu aturan ditetapkan, aturan tersebut harus diikuti untuk menjamin bahwa hasilnya sedekat mungkin dengan apa yang dibayangkan oleh para pembuat kebijakan. Tujuan politik dinyatakan dalam bentuk rencana aksi dan proyek khusus yang direncanakan dan didanai. Program ini akan dilaksanakan sesuai rencana. Isi kebijakan dan keadaan di mana kebijakan itu diterapkan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pelaksanaannya. Eksekusi kebijakan secara keseluruhan akan dinilai dengan membandingkan hasil program dengan tujuan kebijakan. Hasil program dievaluasi dalam kaitannya dengan dampaknya terhadap tujuan yang dinyatakan, serta terhadap individu, kelompok, dan masyarakat secara keseluruhan. Implementasi kebijakan menghasilkan modifikasi dan penerimaan perubahan oleh kelompok sasaran.

Dalam mengimplementasikan kebijakan publik yang efektif, ada dua model: model linier dan model interaktif. Fase keputusan adalah fitur yang paling signifikan dalam model linier, sedangkanfase implementasi kebijakan kurang mendapat perhatian atau menjadi tanggung jawab organisasi lain. Kapasitas lembaga pelaksana menentukan keberhasilan implementasi kebijakan. Ketika implementasi kebijakan gagal, biasanya kesalahan pimpinan yang dianggap tidak berkomitmen, sehingga diperlukan upaya tambahan untuk memperkuat kapasitas lembaga pelaksana.

Model interaktif, berbeda dengan model linier, memandang implementasi kebijakan sebagai suatu proses yang dinamis dimana setiap partisipan dapat mengusulkan penyesuaian pada berbagai tahapan implementasi. Ini terjadi ketika

---

[18] Rakhmad Adi Syahputra. Op. Cit.,Hlm.26

kebijakan pemerintah berbenturan dengan harapan pemangku kepentingan. Dengan kata lain, setiap pihak menilai dan mengevaluasi berbagai tahapan implementasi kebijakan publik untuk mengidentifikasi dan segera memperbaiki potensi, kekuatan, dan kelemahan dari setiap tahapan untuk mencapai tujuan. Meskipun permintaan masukan sumber daya diperlukan untuk menerapkan kebijakan, ini tidak menjamin bahwa kebijakan tersebut akan diterapkan dengan benar. Interaksi positif dan dinamis antara pengambil keputusan, pelaksana kebijakan, dan pengguna kebijakan (masyarakat) dalam proses pengambilan keputusan dan implementasi kebijakan dalam suasana dan lingkungan yang kondusif dapat memaksimalkan pemanfaatan sumber daya input.[19]

Ketika model penegakan kebijakan interaktif yang dijelaskan di atas dibandingkan dengan model penegakan lainnya, terutama model kebijakan dan proses manajemen, kesejajaran dalam representasi objek yang mereka gambarkan dapat dikenali. Mengikuti tujuan politik, rencana aksi, dan proyek spesifik yang dibuat dan didanai menggambarkan pentingnya fase pemilihan sebagai langkah paling penting dalam model linier implementasi kebijakan. Pada saat yang sama, yang menggambarkan interaksi antara pembuat keputusan, pelaksana politik, dan pengguna strategi dalam model interaktif sebagai faktor yang mempengaruhi tindakan implementasi dalam enam dimensi konten strategi dan tiga elemen konteks implementasi. Demikian pula, nama model prosesspolitik dan model proses administrasi, yang menyoroti keunggulan model dalam kualitas operasi dan administratifnya, biasanya lebih dekat dengan model implementasi kebijakan interaktif. Ini digunakan untuk menilai efektivitas kebijakan, serta hasil dan keluarannya.

Selain model implementasi kebijakan di atas Van Meter dan Van Horn mengembangkan Model Proses Implementasi Kebijakan. Keduanya menekankan pentingnya perubahan, kontrol, dan kepatuhan dalam proses kepatuhan dalam praktiknya. Keduanya menciptakan tipologi politik berdasarkan jumlah perubahan

---

[19] Rakhmad Adi Syahputra. Op. Cit.,Hlm.27

yang harus dilakukan dan luas atau ruang lingkup kesepakatan di antara berbagai pemangku kepentingan yang berpartisipasi dalam proses implementasi.[20]

2.2.2 Kriteria Pengukuran Implementasi Kebijakan

Saat menilai keberhasilan penerapan kebijakan publik, faktor organisasi dan lingkungan harus diperhitungkan. Fokus ini sangat penting karena masyarakat dapat terlibat dan berkontribusi secara optimal untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan kebijakan yang tepat. Selain itu, setelah praktik yang relevan ditetapkan, entitas penegakan diperlukan karena badan tersebut memiliki wewenang dan sumber daya untuk melaksanakan praktik pelayanan publik. Pada saat yang sama, iklim politik ditentukan baik atau buruknya. Ketika lingkungan memandang kebijakan secara positif, ia menghasilkan dukungan positif, yang memengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan. Jika lingkungan tidak menyenangkan, muncul benturan sikap, dan proses implementasi terancam. Lebih dari ketiga faktor tersebut, kinerja kebijakan kelompok sasaran merupakan akibat langsung dari implementasi kebijakan, yang mempengaruhi dampak sosialnya.[21]

Kriteria pengukuran keberhasilan implementasi menurut Ripley dan Franklin didasarkan pada tiga aspek, yaitu: (1) tingkat kepatuhan birokrasi terhadap birokrasi di atasnya atau tingkatan birokrasi sebagaimana diatur dalam undang-undang, (2) adanya kelancaran rutinitas dan tidak adanya masalah, serta (3) pelaksanaan dan dampak (manfaat) yang dikehendaki dari semua program yang ada terarah.

Model kesesuaian kebijakan atau program Korten juga dapat digunakan untuk menilai implementasi kebijakan. Dengan kata lain, menurut Korten, efisiensi suatu kebijakan atau program ditentukan oleh kesesuaiannya dengan penerima manfaat, kesesuaian organisasi pelaksana, dan kesesuaian penerima manfaat. organisasi yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya.

---

[20] Rakhmad Adi Syahputra. Op. Cit.,Hlm.19

[21] Rakhmad Adi Syahputra. Op. Cit.,Hlm.31

Kajian kebijakan publik dalam penelitian ini difokuskan untuk mengkaji pelaksanaan kebijakan publik sesuai dengan tantangan yang disoroti dalam penelitian ini yaitu implementasi Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Reklame.

Implementasi adalah sesuatu yang berdampak pada sesuatu ketika fasilitas dikerahkan. Hal ini dilakukan untuk mempengaruhi kehidupan bernegara berupa peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah, keputusan hukum dan arahan dari penguasa. Tindakan kebijakan publik harus dilakukan untuk mencapai efek atau tujuan yang diinginkan. Tindakan politik hanya menjadi strategi jika tidak dilakukan. Implementasi kebijakan, dalam definisinya yang paling luas, adalah periode tindakan politik yang mengikuti pengesahan suatu undang-undang.[22]

Pada tahap implementasi, kebijakan ini mencakup upaya untuk mengubah pilihan menjadi tindakan operasional serta upaya untuk melakukan perubahan, baik besar maupun kecil. Selama tahap implementasi, undang-undang diundangkan dan uang disediakan untuk membiayai implementasi kebijakan. Sayangnya, eksekusi kebijakan tidak selalu berhasil, dan terkadang tujuan tidak terealisasi. Sebenarnya, akan selalu ada contoh dalam proses politik di mana apa yang diinginkan oleh para pembuat keputusan dan apa yang dicapai berbenturan. Apakah ketidaksesuaian ini ditentukan oleh organisasi atau kelompok entitas yang bertugas mengimplementasikan kebijakan tersebut.[23]

Implementasi politik bisa efektif, menurut Edward III, asalkan pihak-pihak yang bertanggung jawab atas proses pelaksanaan kebijakan pemerintah, seperti yang tertuang dalam kebijakan, dikomunikasikan secara jelas, akurat, dan konsisten pada mereka yang dapat mengimplemasikannya dengan benar.[24]Empat yang menjadi kriteria penting dalam implementasi suatu kebijakan yaitu :

---

22 Abdul Wahab, Solichin, "Analisis Kebijakan Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara."Hlm.60

23 Abdul Wahab, Solichin, . Op. Cit.,Hlm.Hlm.61

24 Lestari et al., "Pengaruh Implementasi Kebijakan Terhadap Transparansi Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah."(April 2020) Hlm. 184-185

1. Komunikasi

Agar kebijakan publik dapat dilaksanakan secara efektif, menurut Van Horn dan Van Mater apa yang menjadi tujuan standar harus dipahami oleh individu. Mereka yang bertanggung jawab untuk mencapai standar dan tujuan kebijakan, oleh karena itu standar dan tujuan harus dikomunikasikan kepada pelaksana. Komunikasi dalam rangka penyampaian informasi kepada pelaksana kebijakan mengenai standar dan tujuan harus konsisten dan seragam dari berbagai sumber informasi.

Jika tidak ada kejelasan dan konsistensi serta keseragaman standar dan tujuan kebijakan, maka akan sulit untuk mencapai standar dan tujuan kebijakan. Dengan kejelasan ini, pelaksana kebijakan dapat mengetahui apa yang diharapkan dari mereka dan mengetahui apa yang harus dilakukan. Dalam organisasi publik, pemerintah daerah misalnya, komunikasi seringkali merupakan proses yang sulit dan kompleks. Proses pemindahan berita ke bawah dalam suatu organisasi atau dari satu organisasi ke organisasi lain, dan ke komunikator lain, sering mengalami gangguan, baik disengaja maupun tidak disengaja. Jika sumber komunikasi yang berbeda memberikan interpretasi yang tidak sama terhadap suatu standar dan tujuan, atau sumber informasi yang sama memberikan interpretasi yang bertentangan, maka suatu saat para pelaksana kebijakan akan semakin sulit untuk mengimplementasikan suatu kebijakan secara intensif.

Dengan begitu, prospek implementasi kebijakan yang efektif sangat ditentukan oleh komunikasi yang akurat dan konsisten kepada para pelaksana kebijakan. Selain itu, koordinasi merupakan mekanisme yang ampuh dalam implementasi kebijakan. Semakin baik koordinasi komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan, semakin kecil kesalahannya, begitu pula sebaliknya.

2. Sumber daya

Kemampuan untuk menggunakan sumber daya yang tersedia dengan benar sangat penting untuk keberhasilan politik. Aset terpenting untuk keberhasilan implementasi kebijakan adalah manusia. Setiap tahapan implementasi membutuhkan pengerahan sumber daya manusia yang berkompeten tinggi untuk melaksanakan tugas-tugas yang dituntut oleh kebijakan yang tidak ditentukan secara politis. Selain sumber daya manusia, sumber daya keuangan dan waktu

sangat penting untuk keberhasilan implementasi kebijakan. Sebuah studi kota baru menunjukkan bahwa insentif federal yang kurang terkirim adalah alasan utama kegagalan program. Sumber daya kebijakan ini juga harus tersedia untuk mempercepat pengelolaan implementasi kebijakan. Sumber daya ini meliputi pembiayaan dan insentif lain yang dapat membantu implementasi kebijakan. Penyebab utama kegagalan implementasi kebijakan adalah kurangnya atau tidak cukupnya insentif finansial atau lainnya untuk implementasi kebijakan.[25]

3. Sikap birokrasi

Menurut pendapat Van Metter dan Van Horn "sikap penerimaan atau penolakan agen pelaksana kebijakan sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya implementasi kebijakan publik. Hal ini sangat mungkin terjadi karena kebijakan yang diterapkan bukanlah hasil rumusan daerah. Namun, kebijakan publik biasanya bersifat top-down, artinya pengambil keputusan mungkin tidak mengetahui atau bahkan tidak dapat menyentuh kebutuhan, keinginan atau masalah yang harus diselesaikan. .

Sikap mereka dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap suatu kebijakan dan cara mereka melihat pengaruh kebijakan tersebut terhadap kepentingan organisasi dan kepentingan pribadi mereka. Van Mater dan Van Horn menjelaskan disposisi bahwa implementasi kebijakan dimulai dengan penyaringan terlebih dahulu melalui persepsi para pelaksana dalam batasan mana kebijakan tersebut diimplementasikan. Ada tiga macam elemen respon yang dapat mempengaruhi kemampuan dan kemauan mereka untuk mengimplementasikan suatu kebijakan, yang meliputi pertama, pengetahuan, pemahaman dan pendalaman terhadap kebijakan tersebut, kedua, arah respon mereka apakah menerima, netral atau menolak dan ketiga, intensitas. terhadap kebijakan.

Pemahaman tentang maksud umum dari standar dan tujuan kebijakan adalah penting. Karena bagaimanapun, implementasi kebijakan yang sukses bisa saja gagal ketika para pelaksananya tidak sepenuhnya mengetahui standar dan tujuan dari kebijakan tersebut. Arah disposisi para pelaksana terhadap standar dan tujuan

---

[25] Rakhmad Adi Syahputra. Op. Cit.,Hlm.19

kebijakan. Arah disposisi para pelaksana terhadap standar dan tujuan kebijakan juga merupakan hal yang "penting". Implementor bisa saja gagal dalam mengimplementasikan kebijakan, karena mereka menolak apa yang menjadi tujuan dari suatu kebijakan.

Di sisi lain, penerimaan standar dan tujuan kebijakan secara luas dan mendalam di antara mereka yang bertanggung jawab atas implementasi kebijakan, merupakan potensi besar bagi keberhasilan implementasi kebijakan. Pada akhirnya intensitas disposisi para pelaksana dapat mempengaruhi para pelaksana kebijakan. Ketiadaan atau keterbatasan intensitas disposisi ini akan menyebabkan kegagalan implementasi kebijakan.

4. Pelaksana dan struktur organisasi

Fokus perhatian lembaga pelaksana meliputi organisasi formal dan organisasi informal yang akan terlibat dalam implementasi kebijakan. Hal ini penting karena kinerja implementasi kebijakan akan sangat dipengaruhi oleh karakteristik yang tepat sesuai dengan agen pelaksana. Hal ini terkait dengan konteks kebijakan yang akan diimplementasikan dalam beberapa kebijakan yang membutuhkan para pelaksana kebijakan yang tegas dan disiplin. Dalam konteks lain, diperlukan agen pelaksana yang demokratis dan persuasif. Selain itu, ruang lingkup atau luas wilayah menjadi pertimbangan penting dalam menentukan lembaga pelaksana kebijakan. Menurut Edward III, ciri utama struktur birokrasi adalah prosedur kerja yang baku (SOP = Standard Operating Procedures) dan fragmentasi.

2.3 Konsep Representasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi dapat diartikan sebagai perbuatan yang mewakili, atau keadaan yang diwakili. Representasi juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan suatu situasi yang dapat merepresentasikan simbol, gambar dan segala hal yang berhubungan dengan hal-hal yang memiliki makna.

Menurut Chris Barker, representasi adalah konstruksi sosial yang mengharuskan kita untuk mengeksplorasi konstruksi makna tekstural dan

membutuhkan penyelidikan tentang bagaimana makna dihasilkan dalam berbagai konteks. Terlampir pada suara, objek, gambar, dan prasasti.[26]

Marcel Danesi mendefinisikan representasi sebagai proses perekaman ide, pengetahuan, atau pesan secara fisik. Lebih tepatnya dapat diartikan sebagai penggunaan tanda untuk mereproduksi sesuatu yang diserap, dirasakan, dibayangkan atau dirasakan dalam bentuk fisik.

Jadi dapat disimpulkan bahwa representasi adalah tindakan yang mewakili sesuatu yang disampaikan dalam bahasa yang mewakili sesuatu yang lain dan memiliki makna. Maka kaitannya dengan penataan dan penempatan reklame yaitu representasi memiliki arti merepresentasikan tindakan adalah suatu kebijakan untuk mengatur proses kebijakan dengan menyusun dan merencanakan dengan baik, agar tujuan dari kebijakan penataan ruang di wilayah Kota Banda Aceh dapat terwujud.

2.4 Konsep Reklame

Reklame diartikan sebagai sarana promosi barang dan jasa berupa pesan atau informasi yang disampaikan melalui media luar ruang. Menurut Peraturan Walikota Kota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, Pasal 1 angka 10 "Iklan adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan polanya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan , atau untuk menarik perhatian masyarakat terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum."[27]

Reklame adalah salah satu bentuk promosi iklan luar ruang dan berbentuk poster dengan ukuran besar dan diletakkan tinggi di suatu tempat tertentu yang ramai dikunjungi orang. *Billboard* merupakan salah satu model iklan luar ruang yang paling banyak digunakan. Sekarang di era digital ini *billboard* menggunakan teknologi baru sehingga muncul istilah yang disebut billboard digital. Konstruksi reklame bersifat permanen, seperti halnya pemasangan stand alone, melekat pada bangunan dengan konstruksi tetap. Menurut Sigit Santosa *billboard* adalah semua

---

26 Chris Barker, *The Sage Dictionary Studies,* Australia: Sage, 2004, hlm.9.

27 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

iklan yang menjangkau konsumen ketika berada di luar rumah atau kantor. Jadi baliho membujuk konsumen saat berada di tempat umum, di perjalanan, di ruang tunggu (seperti apotek), dan juga di tempat terjadinya transaksi.[28]

Dalam pernyataan lain, iklan dapat didefinisikan sebagai benda, alat atau tindakan yang menurut bentuk, susunan dan atau gayanya digunakan untuk memperkenalkan, merekomendasikan atau memuji suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca atau didengar dari tempat oleh masyarakat. . Berdasarkan definisi iklan ini, keberadaan iklan memiliki dua dimensi, yaitu:

1. Dimensi informasi, yang mengandung aspek ekonomi dan bersifat non fisik. Billboard adalah pesan yang merupakan sarana untuk mempromosikan barang dan jasa dengan menyewa ruang dan waktu dari media luar ruang.
2. Dimensi spasial, yang mendukung aspek spasial fisik. Reklame merupakan objek yang mengisi ruang kota sehingga menjadi bagian dari aksesoris kota.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa billboard adalah sarana promosi barang dan jasa yang dikemas dalam bentuk pesan menarik yang berisi informasi yang disampaikan melalui media luar ruang. Ada beberapa jenis baliho yaitu baliho, umbul-umbul, kain, umbul-umbul dan poster.

2.4.1 Faktor Strategis Lokasi Penempatan Reklame

Menurut Verril dan Russel dalam Rakhmad, faktor penting dalam pemilihan lokasi reklame adalah volume lalu lintas. Namun, volume lalu lintas bukan satu-satunya faktor. Industri papan reklame menentukan nilai (harga) sebuah iklan berdasarkan empat faktor, yaitu:

a) Jarak iklan (maksimum) dapat dicapai (dilihat)

b) Kecepatan perjalanan

c) Sudut pandang panel reklame

d) Jarak antar papan reklame Semua faktor di atas digabungkan dalam satu satuan ukuran yang disebut Nilai Posisi Ruang (NPR).

---

[28] Periklanan media luar ruang http://www.marvons.com/artikel-detail/Mzg/tentang-periklanan-media-luar-ruang

Dalam memilih lokasi terbaik, faktor lain perlu dipertimbangkan:

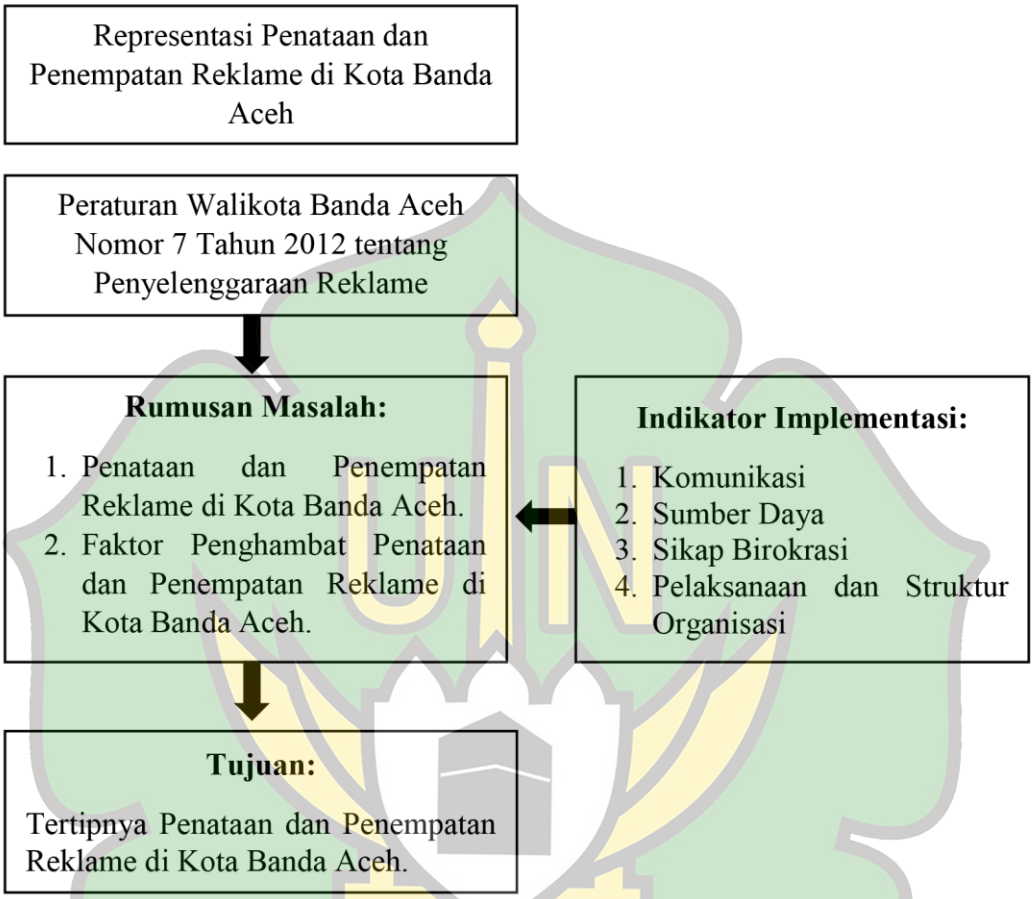
a) Panjang bidang terhalang yang dapat dicapai yaitu jarak dimana lokasi papan reklame pertama dan terakhir dapat dilihat secara utuh oleh pengendara.
b) Jenis lalu lintas; Perjalanan paling lambat adalah yang terbaik. Selain itu juga jenis kendaraan yang lalu lalang dan jumlah lajur lalu lintas.
c) Karakteristik penempatan reklame; Meliputi sudut pandang, sejajar dengan jalur lalu lintas atau saling berhadapan.
d) Daerah sekitarnya; Apakah dekat dengan pusat perbelanjaan, bagaimana dengan iklan pesaing, apakah dekat dengan lalu lintas dan sebagainya.
e) Ukuran dan bentuk fisik iklan.
f) Harga : Perbandingan nilai dengan daerah lain dan hasil negosiasi dengan pemilik. Dalam pernyataan lain, nilai reklame tergantung pada lokasi, struktur reklame, sewa guna lahan dalam kaitannya dengan penempatan reklame.

Lokasi terbaik adalah penggunaan lahan yang dinamis dan tren penggunaan lahan di masa depan. Hal lain adalah sudut pandang iklan (terkait jarak pandang bebas panel reklame yang dapat dilihat), jenis lalu lintas (tentang kecepatan dan jumlah orang yang lewat/volume lalu lintas). Dalam pernyataan lain, penggunaan lahan dan ketinggian pemasangan papan reklame merupakan variabel dependen. Ciri reklame, selain ukuran, yang perlu diperhatikan adalah tingginya. Ketinggian reklame disini berkaitan dengan kenyamanan melihat reklame sesuai dengan jenis kecepatan lalu lintas.

Mengenai efektivitas penyampaian informasi, hal yang perlu diperhatikan adalah fungsi jalan, waktu membaca, bentuk lanskap dan sudut pandang pengemudi serta penempatan media lainnya. Dalam hal bentuk dan ukuran reklame dalam kaitannya dengan aspek estetika perlu memperhatikan karakteristik penggunaan lahan, bentuk lansekap dan struktur bangunan. Setiap kota, masing-masing memiliki karakteristik ruang aktivitas yang berbeda satu sama lain. Keadaan ini menyebabkan ruang yang tersedia dalam pelaksanaan iklan berbeda-beda.

2.5 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses inferensi deduktif dan induktif serta pada analisis dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.[29] Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan pada kondisi subjek yang alami, yaitu dengan cara mengikuti proses secara bertahap melalui cara observasi, wawancara dan pengalaman langsung untuk mencari tau fakta atau realita secara mendalam. Sehingga, akan memperoleh suatu hasil atas masalah tersebut.[30] Sehingga dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dapat mengetahui bagaimana respon dan peran masyarakat serta kendala aparatur pemerintah dalam penataan dan penempatan reklame di kota Banda Aceh.

3.2 Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian pada penelitian ini berada di Kota Banda Aceh. Alasan peneliti memilih Kota Banda Aceh sebagai lokasi penelitian karena banyaknya reklame yang terpasang tidak sesuai regulasi yang berlaku. Penelitian dilakukan ditempat pemasangan reklame, Kantor Satpol PP dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang mengarah menggunakan analisis, mengolah kata-kata. Dengan menggunakan dua sumber data yaitu, sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan oleh peneliti sejak pertama memulai penelitian dan tidak menggunakan

---

29 Raihan, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta, 2017) Hlm. 119

30 Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. (Jakarta, GRASINDO, 2010) Hlm. 1-2

perantara. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date.* Data ini dilakukan dengan tujuan agar pertanyaan peneliti terjawab, dan peneliti mengumpulkan data dengan metode wawancara secara langsung dengan informan untuk mendapatkan jawaban terkait dengan penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh.

2. Data Sekunder ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber secara tidak langsung atau peneliti sebagai tangan kedua, yaitu melalui media perantara, dalam hal ini data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti dari dokumen, publikasi, gambar dari media massa, undang-undang atau peraturan dan data lain yang dapat mendukung keberlangsungan penelitian ini.

3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan lebih konsisten dan terarah. Untuk dapat memahami lebih luas dan mendalam, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh serta hal yang menjadi faktor penghambat dalam penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh.

Tabel 3.1
Representasi Penataan dan Penempatan Reklame

No	Dimensi	Indikator
1.	Penataan dan penempatan	a. Kebijakan publik b. Perizinan c. Pengawasan
2.	Jenis reklame	a. Baliho b. Kain c. Spanduk d. Umbul-umbul e. Poster

Sumber: Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012

Tabel 3.2
Faktor Penghambat Penataan dan Penempatan Reklame

No	Dimensi	Indikator
1.	Ketersediaan lokasi reklame	a. Perizinan b. Persaingan c. Reklame yang kadaluarsa dan rusak
2.	Kesadaran terhadap hukum	a. Masyarakat b. Penyelenggara c. sanksi

Sumber: Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012

3.5 Informasi Penelitian

Informan penelitian merupakan orang-orang yang akan memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian dan dapat membantu peneliti untuk memperoleh data yang diinginkan, informan yang dipilih harus mempunyai pemahaman terkait objek penelitian serta menguasai informasi dan bersedia untuk memberikan pengetahuan kepada peneliti.

Dalam penelitian ini pemilihan informan diperoleh dengan menggunakan teknik purposif (*purposive sampling).Purposive sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang berfokus pada subjek-subjek terpilih yang mengetahui dengan pasti dan mengetahui banyak hal mengenai hal yang diteliti.[31]
Informan pada penelitian ini terdiri dari:

Tabel 3.3
Jumlah Informan Penelitian

No	Informan Penelitian	jumlah	Keterangan
1.	Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DMPTSP) Kota Banda Aceh	1 Orang	Untuk mengkonfirmasi terkait perizinan

[31] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta, 2017

			pemasangan reklame di Kota Banda Aceh
2.	Kepala Bidang Ketentraman dan Ketertiban UmumSatpol PP dan WH Kota Banda Aceh	1 Orang	Untuk mengkonfirmasi terkait penertiban dan pengawasan pemasangan reklame di Kota Banda Aceh
3.	Masyarakat Pengguna Jalan	3 Orang	Untuk mengkonfirmasi pengetahuan tentang regulasi reklame dan tanggapan mengenai reklame yang terpasang di Kota Banda Aceh
4.	Penyelenggara Reklame	4 Orang	Untuk mengkonfirmasi terkait pengetahuan tentang regulasi reklame beserta ketentuan yang tercantum dalam regulasi tersebut
	Jumlah	**12 Orang**	

Sumber:Olahan Peneliti

جامعة الرانري
AR-RANIRY

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menjadi salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diinginkan di lapangan. Terdapat tiga teknik pada penelitian ini yaitu: Observasi, Dokumentasi dan Wawancara

1. Observasi

   Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data melalui pengamatan kemudian disertai dengan pencatatan yang bersifat sistematis secara langsung di lapangan untuk mengetahui berbagai macam fenomena yang ingin diteliti. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati segala hal yang berkaitan dengan penataan dan penempatan reklame serta jenis reklame di tempat terlarang menurut Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012.

2. Dokumentasi

   Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dari penelitian kualitatif. Sehingga dalam penelitian ini peneliti berusaha mengumpulkan dokumen yang didapatkan di lapangan, Yang merupakan kumpulan atau jumlah signifikan dari bahan tertulis atau film berupa data yang akan ditulis, dilihat, disimpan dan ditujukkan dalam penelitian. Istilah dokumen juga merujuk pada materi seperti foto, video, film, memo, surat, catatan harian dan catatan khusus.

   Dokumentasi merupakan salah satu teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian yang berkaitan dengan Representasi Penataan dan Penempatan Reklame Di Kota Banda Aceh, dalam hal ini peneliti menggunakan dokumen dalam bentuk foto, aturan Perwal, surat izin reklame dari Dinas Penanaman Modal Terpadu dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu serta dokumentasi lain yang dapat mendukung keberlangsungan penelitian.

3. Wawancara

   Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada informan terkait topik penelitian secara langsung. Wawancara dilakukan secara terbuka melalui percakapan dengan mengajukan kepada masyarakat pengguna jalan, penyelenggara reklame,

Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan dan Satpol PP selaku tim penertiban reklame. Proses wawancara dilakukan dengan memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan.

3.7 Teknik Analisis Data

Langkah yang tidak kalah penting dan yang menjadi langkah penentuan dalam sebuah penelitian adalah langkah analisis data. Yang dimaksud dengan analisis data ialah sebuah rangkaian kegiatan yang dilakukan dengan tujuan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, dan memberi kode atau tanda, serta memberi kategori pada data sehingga dapat dihasilkan sebuah temuan sesuai dengan yang telah difokuskan.

Sugiyono menyatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses yang dilakukan secara sistematis dalam penyusunan dan pencarian data yang didapatkan dari hasil teknik wawancara, observasi serta hasil dari dokumentasi.[32] Analisis data dilakukan dengan cara pengorganisasian dan mengkategorikan sebuahdata yang kemudian akan dijabarkan dalam unit dan disentesa, kemudian dilanjutkan dengan menyusun pola sehingga dapat dipilih data yang penting dan kemudian menghasilkan kesimpulan yang dapat dipahami dengan mudah oleh peneliti maupun pembaca lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, menganilis data dilakukan dalam setiap waktu. Dengan cara melakukan observasi awal, observasi dalam lapangan serta observasi setelah dari lapangan. Tahap analisis data dalam penelitian ini yaitu:

1. Reduksi Data *(DataReduction)*

   Dalam tahap mereduksi data, data yang diperoleh akan dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal yang penting, dan membuang hal yang tidak diperlukan. Dengan tahap tersebut, gambaran yang detail dan lebih jelas didapatkan setelah mereduksi data. Sehingga peneliti mudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.

---

[32] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta, 2017.

2. Display/Penyajian Data *(DataDisplay)*

   Tahapan setelah data direduksi adalah penyajian data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks deskriptif pendek. Penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif.analisis dilakukan untuk memberikan gambaran tentang hubungan antara konsep dan kenyataan melalui analisis deskriptif dalam bentuk kajian teoritis maupun dalam bentuk fenomena di lapangan.

3. Kesimpulan/Verifikasi*(Conclusion/Verification)*

   Menarik kesimpulan dan memverifikasi adalah tahap ketiga dalam menganalisisdata penelitian kualitatif. Kesimpulan yang peneliti buat dengan didukung oleh data-data yang valid dan juga konsisten dapat menghasilkan kesimpulan yang kredibel. Tahap analisis data yang dilakukan secara kontinue dimulai dari mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan merupakan langkah-langkah yang saling berkaitan satu sama lain selama dilakukannyapenelitian.

3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk mendapatkan kriteria keabsahan data dan agar data dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan terdapat beberapa teknik untuk melakukan uji keabsahannya diantaranya yaitu, Triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu menurut Sugiyono. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Banda Aceh merupakan ibukota dari provinsi Aceh, provinsi paling Utara di pulau Sumatera, Indonesia. Sebagai pusat pemerintahan, Banda Aceh menjadi pusat kegiatan ekonomi, politik, sosial dan budaya. Kota Banda Aceh juga merupakan kota Islam yang paling tua di Asia Tenggara, dimana Kota Banda Aceh merupakan ibukota dari Kesultanan Aceh. [33]

Secara geografis wilayah Kota Banda Aceh mempunyai luas 1,36,km2 dengan memiliki batasan wilayah yang meliputi, sebelah utara berbatasan dengan Selat Malaka, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar, sebelah barat berbatasan dengan Samudera Hindia, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Besar. Jumlah penduduk Kota Banda Aceh saat ini adalah 265.111 jiwa dengan kepadatan 43 jiwa/ Ha. Jumlah penduduk laki-laki dan perempuan cukup berimbang. Penduduk Kota Banda Aceh didominasi oleh penduduk berusia muda. Hal ini merupakan salah satu dampak dari fungsi Banda Aceh sebagai pusat pendidikan di Aceh dan bahkan di pulau Sumatera. Banyak pemuda juga bermigrasi ke Banda Aceh untuk mencari pekerjaans.[34]

Kota Banda Aceh terdiri dari 9 Kecamatan, yaitu :[35]

Tabel 4.1
Nama Kecamatan di Kota Banda Aceh Tahun 2022

No.	Nama Kecamatan	Luas Wilayah
1.	Baiturrahman	455 Km^2
2.	Kuta Alam	1.005 Km^2
3.	Meuraxa	726 Km^2

[33] Kota Banda Aceh, diakses di https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Banda_Aceh, pada 23 November 2022

[34] Demografi Kota Banda Aceh, diakses di https://bandaacehkota.go.id/demografi.html, pada 23 November 2022

[35] Demografi Kota Banda Aceh, diakses di https://bandaacehkota.go.id/demografi.html, pada 23 November 2022

4.	Syiah Kuala	1.424 Km^2
5.	Lueng Bata	534 Km^2
6.	Kuta Raja	521 Km^2
7.	Banda Raya	479 Km^2
8.	Jaya Baru	378 Km^2
9.	Ulee Kareng	615 Km^2

Sumber: Pemerintah Kota Banda Aceh 2022

4.2 Visi dan Misi Kota Banda Aceh

a. Visi

"Terwujudnya Kota Banda Aceh yang gemilang dalam bingkai syariah".

b. Misi

a. Meningkatkan pelaksanaan syariat islam dalam bidang penguatan aqidah, akhlak, ibadah, muamalah dan syariat islam.
b. Meningkatkan kualitas pendidikan, kebudayaan, kepemudaan dan olahraga.
c. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pariwisata dan kesejahteraan masyarakat.
d. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat.
e. Meningkatkan kualitas tata kelola pemerintahan yang baik.
f. Membangun infrastruktur kota yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.
g. Memperkuat upaya pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak.

4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan membahas terkait hasil penelitian di lapangan pada saat penelitian berlangsung, tentang "Representasi Penataan dan Penempatan Reklame Di Kota Banda Aceh". Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan yaitu: kepala seksi pelayanan perizinan dan non perizinan, kepala bidang ketentraman dan ketertiban umum selaku tim penertiban reklame/Satpol PP, masyarakat pengguna

jalan dan penyelenggara reklame, maka hasil penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

4.3.1 Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh

4.3.1.1 Perizinan Pemasangan Reklame

Terkait tata cara penerbitan izin, DPMPTSP merujuk pada Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame pasal 5. Adapun alur untuk mendapatkan izin pemasangan reklame sebagai berikut :[36]

1. Permohonan izin Penyelengaraan Reklame Billboard dan sejenisnya diajukan secara tertulis kepada Walikota c.q KPPTSP Kota dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut :
   a) Foto Copy KTP pemohon
   b) Data perusahaan/kantor dan lembaga
   c) Gambar situasi titik lokasi reklame
   d) Design reklame dan gambar teknis kontruksi
   e) Tanda setoran biaya jaminan penyelenggaraan reklame
   f) Foto Copy Surat Pemberitahuan Pajak Terhutang Pajak Bumi dan Bangunan (SPPT PBB), untuk pemasangan bukan diatas tanah atau bangunan milik pemerintah kota
   g) Surat pernyataan bersedia membongkar bangunan reklame apabila lokasi pemasangan reklame tersebut dimanfaatkan untuk penataan kawasan atau kepentingan umum tanpa menuntut biaya ganti rugi
   h) Surat pernyataan bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan akibat keberadaan reklame tersebut
   i) Surat pernyataan tidak memotong atau memangkas sebahagian pohon di sekitar lokasi reklame

---

[36] Pasal 5 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

j) Perhitungan Konstruksi/Struktur terhadap bangunan reklame yang berukuran 32 m2 atau lebih dan disahkan oleh konsultan atau lembaga resmi

k) Surat persetujuan dari pihak yang menguasai persil/tanah dan atau bangunan, apabila tempat pemasangan reklame tersebut diselenggarakan diluar tanah pemerintah

2. Terhadap permohonan izin perpanjangan Penyelengaraan Reklame Billboard dan sejenisnya harus melampirkan :

a) Foto copy KTP pemohon

b) Data perusahaan/kantor dan lembaga; dan

c) Izin reklame lama.

Dan pada pasal 6 diatur tentang Permohonan izin penyelenggaraan reklame spanduk, umbul-umbul, banner dan sejenisnya diajukan secara tertulis kepada KPPTSP Kota dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:[37]

a) Foto Copy KTP pemohon, dan

b) Data perusahaan/kantor dan lembaga

Semakin pesatnya perkembangan ekonomi dan usaha di Kota Banda Aceh, menuntut setiap orang atau badan yang memiliki usaha untuk membutuhkan keberadaan reklame dengan tujuan untuk memperkenalkan barang, jasa ataupun jenis usaha lainnya. Setiap orang atau badan yang akan menyelenggarakan reklame wajib memperoleh izin tertulis dari DPMPTSP. Oleh karena itu, proses perizinan pemasangan reklame merupakan hal yang penting dan harus diperhatikan guna menciptakan ketertiban dalam penyelenggaraanya.

Pemasangan reklame merupakan proses yang sangat penting yang harus dilakukan oleh setiap orang atau badan penyelenggara reklame sebelum mereka memasang reklamenya. Pelaksanaan perizinan pemasangan reklame pada dasarnya mengikuti alur pemasangan reklame, sesuai dengan pernyataan DPMPTSP

---

37 Pasal 6 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

"pemohon melengkapi persyaratan dan mengisi formulir yang disediakan menggunakan aplikasi. Melakukan pembayaran kemudian mendapatkan nomor izin secara manual dan mendapatkan izin untuk pemasangan reklame yang diajukan". [38]

"sudah. Saya mendapatkan izin dengan cara mengikuti prosedur untuk pemasangan reklame. Mengisi formulir di aplikasi yang diarahkan oleh petugas dan selanjutnya melakukan pembayaran untuk mendapatkan nomor izin agar reklame dapat dipasang"[39]

"pastinya sudah dapat izin kak, karena untuk pemasangan harus dapat nomor izin nya dulu, untuk dapat itu harus isi formulir kemudian bayar baru setelah itu reklame kita bisa dipasang".[40]

Dari hasil wawancara di atas, dapat diperoleh fakta bahwa perizinan pemasangan reklame pada dasarnya sudah berjalan sesuai dengan aturan yang ada, dengan didukung media baik pamflet maupun website guna memperoleh informasi mengenai proses perizinan pemasangan reklame, selain itu juga didukung dengan adanya pelayanan perizinan terpadu satu pintu yang memudahkan para penyelenggara reklame untuk memproses perizinannya. Akan tetapi berdasarkan pengamatan peneliti seluruh instansi dan tim pengawasan belum menjalankan tugas dan wewenangnya dengan baik, hal ini terbukti dari adanya penyelenggara reklame yang belum patuh dan kurangnya mengetahui himbauan aturan tersebut.

Penyelenggara reklame sebagai pemilik dan pembuat reklame serta yang mendapatkan keuntungan dalam pemasangan rekalme. Oleh karena itu, pemahaman terhadap regulasi reklame yang telah ditetapkan perlu diketahui. Hal ini dimaksudkan agar ketika pihak penyelenggara ingin memasang reklame di sebuah tempat tidak melanggar regulasi yang berlaku. Pemahaman dan pengetahuan penyelenggara reklame terhadap regulasi yang berlaku sebagai berikut

---

38 Wawancara dengan Bapak T. Taufik Alamsyah, Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan II pada Tanggal 24 0ktober 2022

39 Wawancara dengan Arif Fadhillah, Penyelenggara Reklame pada Tanggal 17 November 2022

40 Wawancara dengan Khairul Ramadhan, Penyelenggara Reklame pada Tanggal 17 November 2022

berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan dengan salah satu penyelenggara reklame sebagai berikut :

> *"saya tahu adanya regulasi tentang reklame. Reklame yang saya pasang sudah mendapatkan izin dan terpasang sesuai dengan aturan. Saya tidak mengetahui tentang tempat yang dilarang untuk memasang reklame. Namun saya peduli terhadap regulasi reklame karena saya takut kena sanksi. Saya tidak tahu bahwa pencabutan reklame harus dilakukan oleh penyelenggara, jadi reklame saya masih ada disitu".*[41]

Berdasarkan hasil wawancara peneliti informan sebagai penyelenggara reklame atau pemasang reklame, informan menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui dengan jelas tentang Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012. Yang seharusnya peraturan walikota tersebut disampaikan kepada penyelenggara atau pemasang reklame dengan jelas agar pelaksanaannya dapat dilakukan sesuai dengan peraturan walikota tersebut yaitu pemasangan titik reklame seharusnya sesuai dengan tempat yang ditentukan.

4.3.1.2 Pengawasan dan Penertiban Pemasangan Reklame di Kota Banda Aceh

Pengawasan merupakan salah satu manajemen publik disamping fungsi manajemen lainnya. Pengasawan merupakan suatu proses serangkaian kegiatan untuk menjamin agar seluruh rencana dapat dilaksanakan dan pelaksanaannya sesuai dengan apa yang direncanakan. Selain itu, pengawasan juga dilakukan agar setiap usaha atau tindakan dalam rangka untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan tugas yang dilaksanakan menurut ketentuan dan sasaran yang hendak dicapai.

Penertiban adalah usaha atau kegiatan untuk mengambil tindakan agar suatu tindakan yang dilakukan sesuai rencana dan dapat terwujud tanpa adanya gangguan terhadap hal lain. Oleh karena itu, penertiban pemasangan reklame diperlukan agar pemanfaatan tata ruang kota dapat termaksimalkan, tanpa mengganggu pihak lain.

---

[41] Wawancara dengan Muhammad Muslim, penyelenggara reklame Pada tanggal 17 November 2022

Pengawasan dan penertiban penyelenggaraan reklame di Kota Banda Aceh dilakukan agar pemasangan reklame sesuai dengan regulasi yang telah ditetapkan. Reklame yang dipasang di Kota Banda Aceh tentu saja harus mengikuti regulasi yang berlaku, baik dari konten yang dimuat dalam reklame, perizinan dan juga tempat pemasangan reklame. Dalam penegakan Peraturan Walikota tersebut sebagai pelaksana pengawasan dan penertiban reklame yang ada di Kota Banda Aceh yaitu Satpol PP dan WH Kota Banda Aceh.

Tugas dari Satpol PP dalam pengawasan dan penertiban reklame yaitu :

a. Penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan teknis pelaksanaan kegiatan operasional dan pengendalian dalam hal pengawasan dan penertiban reklame.
b. Penyiapan bahan penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program kegiatan operasional dan pengendalian dalam hal pengawasan dan penertiban reklame.
c. Pelaksanaan operasi penertiban terhadap pelanggaran pemasangan reklme baik dengan menggunakan pendekatan persuasif maupun pendekatan represif sesuai dengan kondisi dan kebutuhan di lapangan,
d. Pelaksanaan operasi pembongkaran terhadap pelanggaran pemasangan reklame.
e. Pelaksanaan patroli wilayah secara rutin maupun sewaktu - waktu apabila dibutuhkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum smenyatakan bahwasanya terdapat tim pengawasan yang terkait yaitu Satpol PP, DPMPTSP, Badan Pengelolaan Keuangan Kota (BPKK), Dinas Lingkungan Hidup Kebersihan dan Keindahan Kota (DLHK3) dan Dinas Perhubungan.

Yang dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Kabid Ketentraman dan ketertiban umum, beliau mengatakan:

"untuk tim pengawasan kami ada beberapa yang terkait termasuk Satpol PP, DPMPTSP, Badan Pengelolaan Keuangan Kota (BPKK), Dinas Lingkungan Hidup Kebersihan dan Keindahan Kota (DLHK3) dan Dinas Perhubungan".[42]

Berdasarkan hasil analisis bahwa tim pengawasan yang memiliki wewenang dalam pengawasan dan penertiban reklame, pengawasan terhadap ketertiban pemasangan reklame merupakan hal yang sangat sulit untuk dilaksanakan dengan baik dikarenakan reklame di Kota Banda Aceh yang sangat banyak. Dengan demikian peningkatan pengawasan menjadi salah satu upaya dalam menertibkan pemasangan reklame di tempat yang dilarang oleh aturan.

Pengawasan dan penertiban pemasangan reklame di Kota Banda Aceh dilakukan oleh Satpol PP. Setiap hari Rabu akan dilaksanakan rapat koordinasi guna memperolah informasi mengenai pemasangan reklame di Kota Banda Aceh. Apabila mendapatkan info mengenai pemasangan reklame yang menyalahi aturan yang telah ditetapkan maka akan ditindak lanjuti sesuai dengan SOP yang berlaku.

Dari hasil wawancara dengan salah satu Satpol PP, beliau menjelaskan bahwa operasional pada reklame akan dilakukan jika ada laporan yang masuk dari masyarakat yang mengeluhkan mengenai adanya pemasangan reklame yang melanggar aturan yang berlaku. Hal ini dibuktikan wawancara dengan bapak Satpol PP

"Tindakan pencabutan reklame dilakukan kalau ada dapat laporan tentang reklame yang melanggar aturan, baik itu isi reklame, udah lewat izin yang ditetapkan dan juga tempat dipasangnya mengganggu jalanan".[43]

Pencabutan reklame yang telah melanggar regulasi tersebut dilakukan dalam beberapa tahap, hal tersebut dijelaskan dalam wawancara sebagai berikut:

"Pencabutan pemasangan reklame yang melanggar aturang yang telah ditetapkan melalui beberapa tahap, tahap yang dilakukan yaitu diawali dengan teguran lisan, kemudian apabila tidak diindahkan akan diberi teguran secara tulisan dan menandatangani surat pernyataan, kemudian diberi waktu

---

42 Wawancara dengan Bapak JS. Sapri, Kasiop Ketertiban Umum dan Keamanan pada Tanggal 10 November 2022

43 Wawancara dengan Bapak Zakwan, Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum pada Tanggal 10 November 2022

antara 3-7 hari untuk melakukan pembongkaran reklame, apabila dalam tenggat waktu yang diberikan pencabutan reklame tidak dilakukan maka akan dibongkar secara paksa".[44]

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pencabutan reklame yang telah melanggar regulasi dilakukan dengan 3 tahap, yang pertama dengan cara memberikan teguran lisan. Apabila tidak diindahkan maka akan dilakukan teguran secara tulisan, dengan mendapatkan teguran secara tulisan, pihak yang memasang reklame harus mentandatangani surat pernyataan melanggar regulasi penyelenggaraan reklame, setelah dilakukan penandatangan surat pernyataan maka pihak penyelenggara akan diberikan waktu untuk mencabut reklame tersebut secara mandiri dalam tenggang waktu 3 sampai 7 hari, namun apabila dalam waktu yang telah ditentukan tidak dilaksanakan, maka dari pihak pengawasan dan penertiban dalam hal ini yaitu Satpol PP akan melakukan pencabutan reklame secara paksa. Tahap ketiga ini dilaksanakan agar dapat menjadi sebuah pelajaran bagi pihak penyelenggara reklame lainnya bahwa regulasi yang telah berlaku penting untuk dipatuhi dan tidak untuk dilanggar.

Reklame yang telah ditertibkan oleh tim pengawas yaitu Satpol PP dapat dipasang kembali jika pihak penyelenggara reklame menginginkan hal tersebut, dengan syarat izin yang diperoleh dari pihak perizinan masih berlaku, namun pemasangan kembali reklame tersebut harus memerhatikan dan mematuhi regulasi yang telah ditetapkan.Upaya ini dilakukan untuk menegakkan regulasi tentang ketertiban pemasangan reklame di Kota Banda Aceh.

Peran pelaksana implementasi sangat menentukan terimplemasikannya suatu kebijakan sehingga pelaksana implementasi harus benar-benar memahami kebijakan yang akan dilaksanakan. Perlu diperhatikan juga faktor eksternal untuk dapat mendukung bagi kelancaran dalam implementasi dan untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi setelah suatu kebijakan dibuat serta dirumuskan. Edwards III mengatakan, tahap terpenting dalam kebijakan publik terletak pada

---

[44] Wawancara dengan Bapak Zakwan, Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum pada Tanggal 10 November 2022

implementasi. Implementasi kebijakan diperlukan karena adanya masalah yang harus dipecahkan.[45]

Tahap implementasi begitu penting karena suatu kebijakan tidak akan berarti apa-apa jika tidak dapat dilaksanakan dengan baik dan benar, dalam artian implementasi merupakan tahap dimana suatu kebijakan yang telah diputuskandilaksanakan secara maksimal sehingga dapat mencapai tujuan kebijakan itu sendiri.

Dalam lingkup Kota Banda Aceh pemerintah daerah telah mengeluarkan kebijakan berupa Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 yang mengatur tentang penyelenggara reklame. Berikut penulis memberikan uraian mengenai indikator implementasi kebijakan penyelenggara reklame di Kota Banda Aceh :

a. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi kebijakan diartikan sebagai proses penyampaian informasi kebijakan dari pembuat kebijakan (policy makers) kepada pelaksana kebijakan *(policy implementers)*. Aspek terpenting pada suatu komunikasi yaitu terletak pada akses informasi dan penyebarluasan informasi dengan maksud agar khalayak ramai dapat mengetahui peraturan Perundang-undangan baik itu di Daerah/Kabupaten yang bersangkutan dan mengerti/memahami isi serta maksud yang terkandung didalamnya. Penyebarluasan informasi dapat dilakukan melalui berbagai media baik itu media elektronik, media cetak yang terbit di Daerah dan media komunikasi langsung, melalui media inilah suatu kebijakan bisa tersampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat diketahui, dipahami dan dipatuhi oleh masyarakat terutama penyelenggara reklame.

Namun, fakta yang ditemukan dari hasil penelitian adalah informasi mengenai regulasi penyelenggaran reklame tidak informatif sampai kepada masyarakat secara menyeluruh. Sehingga menyebabkan tidak adanya komunikasi yang terjalin antara pihak masyarakat dan penyelenggara reklame dengan pemerintah kota. Hal ini

---

[45] Rahmat adi. Op. Cit., hlm.16

menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai regulasi penyelenggaraan reklame yang berlaku, yaitu dibuktikan wawancara dengan salah seorang pengguna jalan

> *"maaf saya tidak mengetahui tentang regulasi tersebut. Menurut saya reklame yang terpasang di Kota Banda Aceh terlalu crowded dan tumpang tindih, juga banyak reklame yang dipasang tapi informasinya udah lewat. Dan saya merasa sedikit terganggu dengan reklame tersebut"*[46]

Dan dibuktikan dengan wawancara dengan salah seorang penyelenggara reklame yaitu:

> *"saya tahu ada regulasi tapi saya tidak tahu mengenai isi terkait regulasi tersebut. Mengenai pemasangan reklame yang saya pasang sudah mendapatkan izin resmi dan saya sudah memasang reklame sesuai dengan surat izin reklame. Saya kurang peduli terhadap regulasi yang ada".*[47]

Pemasangan reklame di Kota Banda Aceh juga harus mematuhi adat dan budaya yang berlaku. Oleh karena itu, pemahaman mengenai regulasi reklame sangat penting untuk diketahui oleh penyelenggara atau pemasang reklame. Hal tersebut guna untuk mendukung agar informasi tersampaikan sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Komunikasi yang terjadi antara pihak pengawasan dan penertiban dengan pemerintah kota, berdasarkan dari pernyataan Satuan Polisi Pamong Praja mengatakan bahwa merekatidak bisa menertibkan penyelenggaraan reklame di Kota Banda Aceh jika tidak ada perintah dari pemerintah kota.Hal itu dibuktikan dengan Pasal 17 yang tercantum dalam Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame yaitu:(1) Bangunan atau alat peraga reklame yang telah habis masanya dan atau yang terkena sanksi dapat dilakukan pembongkaran atau penurunan oleh Tim Penertiban Reklame;(2) Pembongkaran

---

46 Wawancara dengan Bukhari, pengendara roda 4 Pada tanggal 11 November 2022

47 Wawancara dengan Muhammad Eridjal, penyelenggara reklame Pada tanggal 17 November 2022

atau penurunan reklame sebagaimana dimaksud pada angka (1) untuk reklame tetap terbatas dilaksanakan melalui Surat Perintah Walikota, dan untuk reklame jenis tidak tetap atau insidentil dilaksanakan berdasarkan surat perintah tugas kelapangan yang dikeluarkan oleh Kepala Dinas.[48]

Hal tersebut juga diutarakan oleh Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum Satpol PP Banda Aceh

> *"untuk penertiban biasanya kami lakukan apabila mendapatkan laporan bahwa reklame tersebut dipasang ditempat yang tidak seharusnya dan mengganggu warga sekitar".*[49]

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, adanya penertiban terhadap reklame yang tidak sesuai regulasi yang telah ditetapkan akan dilakukan apabila mendapat aduan atau laporan dari pemerintah kota dan masyarakat. Namun, berdasarkan fakta yang ditemukan dari hasil observasi adalah informasi mengenai Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelengaraan Reklame tidak informatif secara menyeluruh sampai kepada masyarakat. Sehingga masyarakat tidak tau bahwa reklame yang selama ini terpasang disembarang tempat bisa diadukan pada pihak yang berwenang dan menyebabkan tidak adanya komunikasi yang terjalin antara pihak masyarakat dengan pemerintah kota. Padahal di era digital seperti sekarang penyebarluasan informasi dapat dilakukan melalui media sosial, media elektronik maupun media cetak. Melalui media tersebut komunikasi antar pemerintah kota dapat tersampaikan dengan efektif kepada seluruh lapisan masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat diketahui, dipahami dan dipatuhi.

b. Sumber Daya

Dalam menerapkan Peraturan Walikota tentang Penyelenggara Reklame Nomor 7 Tahun 2012, tentunya harus didukung dengan keberadaan sumber daya yaitu salah satunya sumber daya manusia dengan adanya aparat yang memadai, kualifikasi mutu aparat, sarana dan prasarana yang memadai serta ketersediaan dana yang cukup dalam operasionalnya.

---

48 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

49 Wawancara dengan Bapak Zakwan, Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum pada Tanggal 10 November 2022

Implementasi kebijakan tidak akan berhasil tanpa adanya ketersediaan sumber daya manusia yang cukup, baik dari segi kualitas dan kuantitasnya. kualitas disini dimaknai dengan keterampilan sumber daya manusia, dedikasi, profesionalitas dan memiliki skill dan berkompetensi di bidangnya, sedangkan kuantitas dimaknai dengan jumlah sumber daya manusia yang mencukupi untuk keberlangsungan kebijakan tersebut.

Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame dirancang sebagai sarana promosi usaha yang bertujuan komersial disamping menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah juga berhubungan dengan estetika kota, persaingan usaha dan keselamatan umum. Oleh karena itu, terdapat aktor utama yang tercantum dalam Pasal 1 tentang Ketentuan Umum yaitu Pemerintah Kota adalah Pemerintah Kota Banda Aceh, Walikota adalah Walikota Banda Aceh, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah yang selanjutnya disebut DPKAD adalah Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Banda Aceh, Kepala Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah yang selanjutnya disebutKepala DPKAD adalah Perangkat Daerah Kota Banda Aceh yang menyelenggarakan urusan bidang perpajakan daerah, Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu yang selanjutnya disebut KPPTSP adalah Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh, serta Tim Penertiban reklame adalah tim yang dibentuk oleh Walikota untuk melaksanakan penertiban penyelenggaraan reklame yang melibatkan unsur-unsurterkait.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pelayanan dan Perizinan dan non perizinan, beliau mengatakan bahwa :

> *"untuk tim pengawasan lebih cenderung ke BPKK, karena DPMPTSP untuk mengeluarkan izin, selanjutnya Satpol PP yang akan mengeksekusi reklame yang tidak sesuai aturan".*[50]
>
> *"Jadi perlu disampaikan bahwasanya tugas dan fungsi Satpol PP adalah menegakkan Peraturan Daerah dan menegakkan Peraturan Kepala Daerah, serta perlindungan masyarakat. Jadi tugas dan fungsi yang pertama kita*

[50] Wawancara dengan Bapak T. Taufik Alamsyah, Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan II pada Tanggal 24 0ktober 2022

lakukan pengawasan terhadap pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh masyarakat. Terkait masalah reklame ini ada beberapa yang pernah kita lakukan yaitu pencabutan, artinya ketika dia melakukan atau menancapkan tiang reklame itu tidak ada izin dari Pemerintah Kota Banda Aceh".[51]

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia yang dimiliki sudah cukup memadai untuk melakukan pengawasan dan penertiban reklame karena sudah ada tim pengawasan yang terbentuk untuk bertugas sesuai dengan perannya masing-masing. Sehingga akan memudahkan dalam melakukan pengawasan dan penertiban reklame di tempat yang dilarang sesuai dengan Pasal 10 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame "Larangan Pemasangan Reklame.yang bertugas sesuai dengan perannya masing-masing".

c. Sikap Birokrasi

Kecenderungan atau disposisi merupakan salah-satu faktor yang mempunyai konsekuensi penting bagi implementasi yang efektif. Jika pelaksana mempunyai kecenderungan atau sikap positif atau adanya dukungan terhadap implementasi kebijakan maka terdapat kemungkinan yang besar implementasi kebijakan akan terlaksana sesuai dengan keputusan awal. Demikian sebaliknya, jika para pelaksana bersikap negatif atau menolak terhadap implementasi kebijakan karena konflik kepentingan maka implementasi kebijakan akan menghadapi kendala yang serius.

Dalam implementasi Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, terbilang belum berjalan dengan sepenuhnya, mengingat masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya, karena tidak ada informasi yang jelas mengenai regulasi yang berlaku terhadap pemasangan reklame.Pengetahuan masyarakat tentang regulasi reklame di Kota Banda Aceh menurut dari hasil wawancara tergolong rendah, banyak masyarakat tidak mengetahui mengenai eksistensi regulasi reklame. Hal ini diutarakan oleh salah satu pengguna jalan

---

[51] Wawancara dengan Bapak Zakwan, Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum pada Tanggal 10 Novemberber 2022

"saya tidak tau bahwa reklame juga ada regulasinya. Menurut saya reklame yang terpasang terlalu lama mengakibatkan kebosanan. Saya merasa apabila entertain di dalam reklame tidak menarik maka saya akan merasa terganggu secara visual".[52]

Sanksi yang diberikan terhadap pelanggaran penyelenggara reklame kurang berdampak sertarendahnya kesadaran masyarakat dan penyelenggara reklame tentang pentingnya regulasi tersebut yang tercantum didalamnya sanksi bagi yang melanggar, yaituterdapat dalam Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame Pasal 18 Sanksi sebagai berikut : Penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, Pasal 12 dan Pasal 13, maka dapat dikenakan sanksi sebagai berikut :[53]

a. Teguran tertulis;
b. Pemberian tanda silang pada materi reklame atau penyegelan;
c. Pencabutan izin;
d. Penguasaan bangunan reklame; dan
e. Pembongkaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan

"kalau sanksi pastinya ada, seperti pencopotan reklame, tapi bukan dari kita. Karena di bagian kita hanya mengurus administrasi dan perizinannya saja".[54]

Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan Satpol PP

"kalau sanksi pertama secara lisan, kemudian tulisan dengan mentandatangani surat pernyataan, apabila tidak dicopot maka akan dicopot dengan paksa oleh kami".[55]

---

52 Wawancara dengan Sarah Syakirah, mahasiswa Teknik USK Pada tanggal 12 November 2022

53 Pasal 18 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

54 Wawancara dengan Bapak T. Taufik Alamsyah, Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan II pada Tanggal 24 0ktober 2022

55 Wawancara dengan Bapak Zakwan, Kabid Ketentraman dan Ketertiban Umum pada Tanggal 10 November 2022

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas terkait Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, apabila ditemukan pelanggaran reklame tentunya tim penertiban akan mengambil tindakan atau tumbuh sikap disposisi positif dengan melakukan pengawasan dan penertiban. Pengawasan dan penertiban ini merupakan bentuk ketegasan aparat pemerintah dalam memberlakukan kebijakan tersebut yaitu dengan memberikan sanksi pada penyelenggara yang melanggar. Berkaitan dengan sikap disposisi pelaksana implementor di Kota Banda Aceh pihak pengawasan dan penertiban masih belum bisa bekerja dengan maksimal karena masih banyaknya penyelenggara reklame yang melanggar aturan. Selain itu, juga disebabkan oleh sanksi yang diberikan tidak menyebabkan efek jera terhadap pelanggar regulasi yang berlaku.

d. Struktur Organisasi

Struktur birokrasi merupakan aspek penting dalam implementasi kebijakan, struktur birokrasi terdiri pada dua komponen yaitu mekanisme yang mencangkup standard operational procedure (SOP) yang menjadi pedoman bagi para pelaksana kebijakan sehingga dalam proses pelaksanaan tidak keluar dari tujuan dan kesepakatan, kemudian struktur birokrasi, jika struktur birokrasi yang terlalu panjang dan terfragmentasi maka akan menyebabkan prosedur birokrasi yang rumit dan komplek sehingga akan mengurangi dan menghambat keberhasilan kebijakan tersebut.

Berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Reklame, maka struktur birokrasi terdiri dari :

1. Pemerintah Kota sebagai tim pelaksana dan penanggung jawab dalam setiap kebijakan yang dikeluarkan dan juga dalam hal ini dibantu oleh instansi yang berkaitan dalam hal ini dinas DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu).
2. Kepala Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah dalam menyelenggarakan urusan bidang perpajakan daerah.

Berdasarkan pengamatan peneliti seluruh instansi dan tim penertiban belum menjalankan tugas dan wewenangnya dengan baik, hal ini terbukti dari adanya masyarakat yang tidak mengetahui, memahami dan tidak mematuhi mengenai

regulasi Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan salah seorang pengguna jalan

"saya tidak mengetahui mengenai regulasi yang berlaku tentang reklame. Menurut saya ada beberapa reklame yang merusak pemandangan, karena reklamenya tidak terawat dan banyak yang sudah rusak. Sehingga, informasinya sudah kadaluarsa, jadi reklame tersebut tidak pantas lagi. Dan saya merasa terganggu secara visual"[56]

Hal ini turut didukung oleh hasil wawancara dengan Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan

"masyarakat yang belum pernah pasang reklame kebanyakan tidak tahu adanya regulasi tentang reklame. Karena sangat mengurus izin para penyelenggara reklame harus kami edukasi terlebih dahulu mengenai regulasi yang berlaku"[57]

Berdasarkan hasil wawancara bersama Satpol PP Banda Aceh, pengawasan terhadap reklame yang melanggar dilakukan seminggu sekali berdasarkan pada perintah pemerintah kota, hal ini untuk melihat sejauh mana ketertiban penyelenggara reklame terhadap kebijakan tersebut. Namun proses berdasarkan hasil observasi peneliti pengawasan tersebut tidak berjalan dengan baik dikarekan reklame yang terpasang sangat banyak sehingga harus dilakukan dengan rutin dan lebih lanjut agar reklame yang sudah rusak tidak mengganggu atau bahkan bisa membahayakan pengendara dan pengguna jalan Kota Banda Aceh.

4.3.2 Faktor Penghambat Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh

Implementasi suatu kebijakan tidak jarang terdapat hambatan di dalamnya. Terhambat atau tidak berhasilnya suatu kebijakan bukan hanya disebabkan oleh pihak internal, namun tidak jarang timbulnya hambatan disebabkan oleh pihak eksternal.

---

56 Wawancara dengan Zulfikar , pengendara becak Pada tanggal 11 November 2022

57 Wawancara dengan Bapak T. Taufik Alamsyah, Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan II pada Tanggal 24 0ktober 2022

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa faktor yang menghambat penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh, sebagai berikut :

1. Reklame yang sudah lama tidak lepas

   Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame dalam Pasal 1 angka 15 bahwa " Lokasi reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan reklame satu atau beberapa buah reklame"[58]. Kurangnya lokasi pemasangan yang disediakan untuk reklame seperti jenis spanduk, baliho, poster, umbul-umbul dan lain-lainnya yang sejenis dikarenakan reklame yang sudah lewat masa izin penayangannya masih terpasang dengan kokoh bahkan informasinya sudah tidak dapat dibaca. Sehingga menjadi salah satu faktor penghambat dalam penataan dan penempatan reklame dan menjadi salah satu penyebab pemasang reklame memasang di tempat-tempat yang dilarang.

   Reklame yang dipaku di pohon-pohon pinggir jalan raya, ditempel di tiang lampu jalan, di tempel di tiang rambu-rambu lalulintas, diikat melintang di atas jalan bahkan dipasang di pagar taman, titik-titik tersebut menjadi paling digemari penyelenggara reklame karena tempat-tempat tersebut merupakan tempat umum akan selalu ramai orang. Karena itu, titik-titik tersebut menjadi titik paling strategis untuk mempromosikan barang-barang atau jasa-jasa karena tempat itu akan mudah terlihat oleh orang banyak.

   Hal tersebut menyebabkan masyarakat terganggu secara visual dan mengurangi keindahan penataan kota bahkan dapat menganggu lalu lintas. Dalam Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame pada Pasal 10 dinyatakan setiap penyelenggara reklame dilarang : [59]

   a. Pemasangan reklame di kawasan kantor pemerintah, gedung sekolah, rumah ibadah, gedung bersejarah, dan rumah sakit;

[58] Pasal 1 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

[59] Pasal 10 Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame

b. Pemasangan pada rambu rambu lalulintas, lampu jalan, dan alat pengatur lalulintas;
c. Merusak kelestarian lingkungan tempat pemasang reklame;
d. Memasang reklame jenis spanduk dengan cara melintang diatas jalan;
e. Memasang reklame dengan cara menempel pada pagar taman dan tanaman;
f. Memasang tiang penyangga umbul-umbul menempel dan dipaku pada batang pohon atau ornamen lampu jalan;
g. Memasang atau menempatkan reklame yang menutupi reklame lainnya.

Dalam Peraturan Walikota tersebut disebutkan tempat-tempat yang dilarang untuk memasang reklame, tetapi karena belum maksimalnya penertiban reklame yang sudah lewat masa penayangannya sehingga lokasi yang tersedia menjadi kurang dan menyebabkan banyak penyelenggara reklame memasang di tempat yang dilarang tersebut, kemudian tempat terlarang tersebut menjadi tempat yang paling banyak ditemukan terpasangnya reklame.

2. Kesadaran terhadap hukum

Kepatuhan terhadap hukum merupakan bentuk nyata dari sikap terhadap hukum. Namun kepatuhan terhadap hukum yang dimiliki oleh penyelenggara reklame masih sangat kurang. Adanya yang patuh terhadap peraturan hanya karena untuk menghindari sanksi yang diberikan dan ada juga yang patuhi aturan karena semata-mata agar tidak terlihat buruk di mata masyarakat.

Salah satu persyaratan agar ada ketertiban sosial dalam proses pengambilan kebijakan publik yaitu dengan melibatkan peran serta kekuatan politik masyarakat. Sehingga, jalannya kebijakan publik tidak luput dari peran masyarakat dalamnya.

Kemudian diperkuat dengan pendapat dari pengguna jalan lainnya

"saya tidak tau regulasi tentang reklame, tapi menurut saya reklame yang terpasang cukup informatif, namun terkadang saya merasa terganggu

dengan adanya reklame yang terpasang di jalan, baik dari gambarnya dan juga informasinya".[60]

Pengetahuan penyelenggara reklame terhadap hukum sangat kurang, mengenai aturan-aturan dan larangan memasang reklame di tempat-tempat tertentu tidak semua penyelenggara reklame mengetahui itu. Hal ini tidak semua penyelenggara reklame tidak mengetahui hukum, ada yang mengetahui tetapi tidak mematuhinya.

Karena kesadaran yang dimiliki penyelenggara reklame untuk mematuhi aturan yang berlaku sangat kurang. Hukum tidak dipatuhi bukan karena tidak mengetahui adanya aturan, tetapi karena tingkat persaingan dalam perdagangan yang tinggi. Penyelenggara reklame bersaing agar dapat memasang reklame di tempat yang strategis untuk mengiklankan produk. Banyak diantara tempat tersebut merupakat tempat yang dilarang oleh aturan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

60 Wawancara dengan Yunika Maulidia, pejalan kaki Pada tanggal 12 November 2022

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan terkait Implementasi Peraturan Walikota Kota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, sebagai berikut :

1) Penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh telah diatur melalui Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, namun dalam implementasinya masih belum terlaksana dengan baik, hal tersebut disebabkan oleh kurangnya lahan yang seharusnya digunakan untuk pemasangan reklame tanpa harus mengganggu para masyarakat pengguna jalan. Hal lain yang menyebabkan tidak terlaksana dengan baik peraturan tersebut disebabkan oleh kurangnya pengawasan dan penertiban yang seharusnya dilaksanakan oleh pihak Satpol PP guna menjaga terpasangnya reklame sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan serta sesuai dengan izin yang ditetapkan oleh DPMPTSP.
2) Faktor penghambat penataan dan penempatan reklame di Kota Banda Aceh adalah Kurangnya lokasi pemasangan yang disediakan untuk reklame seperti jenis spanduk, baliho, poster, umbul-umbul dan lain-lainnya yang sejenis. Karena itu, reklame jenis tersebut menjadi cara paling strategis untuk mempromosikan barang-barang atau jasa-jasa karena tempat itu akan mudah terlihat oleh orang banyak. Hal tersebut menyebabkan masyarakat terganggu secara visual dan mengurangi keindahan penataan kota bahkan dapat menganggu lalu lintas. Serta, kesadaran terhadap hukum. Pengetahuan penyelenggara reklame terhadap hukum sangat kurang, mengenai aturan-aturan dan larangan memasang reklame di tempat-tempat tertentu tidak semua penyelenggara reklame mengetahui itu. Hal ini tidak semua penyelenggara reklame tidak mengetahui hukum, ada yang mengetahui tetapi tidak mematuhinya. Karena kesadaran yang dimiliki penyelenggara reklame untuk mematuhi aturan yang berlaku sangat kurang. Hukum tidak dipatuhi bukan

karena tidak mengetahui adanya aturan, tetapi karena tingkat persaingan dalam perdagangan yang tinggi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan diatas, maka saran yang dapat direkomendasikan sebagai berikut :

a) Pemerintah Kota Banda Aceh diharapkan agar dapat memberikan efek jera kepada penyelenggara reklame yang melangar dan agar dapat mematuhi regulasi yang berlaku, seperti bagi penyelenggara reklame yang melanggar tidak boleh diberikan izin dan tidak boleh memasang reklame selama 2 tahun atau lebih
b) Mengingat kurangnya pengetahuan para penyelenggara reklame dan masyarakat mengenai regulasi reklame, Pemerintah Kota harus lebih sering mensosialisasikan kebijakan tersebut serta meningkatkan komunikasi mengenai penyelenggaraan reklame atar pihak yang berwenang
c) Berhubungan dengan menjaga estetika kota, Pemerintah Kota Banda Aceh harus peduli terhadap reklame yang sudah kadaluarsa dan rusak agar dapat dipasang reklame baru demi menjaga keestetikaan Kota ini.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdul Wahab, Solichin, *Analisis Kebijakan Dari Formulasi ke Implementasi kebijakan Negara,*Bumi Aksara, Jakarta.

Raco, Jozef. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya*. https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj.

Raihan, M.Si. 2017. *Metodologi Penelitian*. *Journal of Chemical Information and Modeling*. Jakarta.

Sugiono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta.

Taufiqurokhman. 2018. *Kebijakan Publik*. Jakarta pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Moestopo Beragama.

Anggito Albi, dkk. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif.* Jawa Barat : cv Jejak.

Rulinawati Kasmad. 2013. *Studi Implementasi Kebijakan Publik.* Makassar : UNHAS

Mustari Nuyanti. 2015. *Pemahaman Kebijakan Publik.* Yogyakata: Leotikaprio.

Rakhmat. 2018. *Administrasi Dan Akuntabilitas Publik.* Bandung : AIPI Bandung

Tachjan. 2006. *Implementasi Kebijakan Publik.* Bandung : AIPI Bandung

Jurnal

Fuady, Mirza.(2017)*Penataan Reklame Di Kota Banda Aceh*. *Penerbit Graha Tria JI. Teuku Umar No. 326-330 Banda Aceh 23243,*

Lestari, Dewi Yuni, Ishak Kusnandar, Didin Muhafidin, (2020)"Pengaruh Implementasi Kebijakan Terhadap Transparansi Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah." *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* 7, no. 1: 180–93.

Rakhmad Adi Syahputra, Implementasi Peraturan Walikota Medan Nomor 16 Tahun 2017 Tentang penyelenggaraan Reklame di Kota Medan, *Universitas Medan Area*. 2018.

Sari, Nella Yulida, Yanis Rinaldi,(2017)"Pelaksanaan Pengawasan Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Terhadap Pemasangan Reklame Di Kota Banda Aceh." *JIM Bidang Hukum Kenegaraan* 1, no. 7 : 67–78.

Suhendar, Deden. "Implementasi Kebijakan Pengelolaan Reklame Di Kota

Bandung.” *Sosiohumaniora* 14 (2012): 175–76.

Syaripudin, A F, T Nur, and D Meigawati. “Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Penyelenggaraan Reklame Di Kota Sukabumi.” *... Publik Universitas Medan Area* 8, no. 2 (2020): 82–86. https://doi.org/10.31289/publika.v8i2.4004.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan

Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, 2012.

Website

Demografi Kota Banda Aceh diakses https://bandaacehkota.go.id/demografi.html , pada 23 November 2022

Kota Banda Aceh, diakses di https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Banda_Aceh, pada 23 November 2022.

Periklanan media luar ruang diakses dari http://www.marvons.com/artikel-detail/Mzg/tentang-periklanan-media-luar-ruang, pada 23 November 2023.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2012

PERATURAN WALIKOTA BANDA ACEH

NOMOR 7 TAHUN 2012

TENTANG

PENYELENGGARAAN REKLAME

WALIKOTA BANDA ACEH,

Menimbang :

a. bahwa reklame sebagai sarana promosi usaha yang bertujuan komersial disamping menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah juga berhubungan dengan estetika kota, persaingan usaha dan keselamatan umum;

b. bahwa dalam rangka penataan penempatan reklame yang representatif dan sesuai dengan tata ruang dalam wilayah Kota Banda Aceh, maka dipandang perlu mengatur tentang penyelenggaraan reklame;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Walikota Banda Aceh tentang Penyelenggaraan Reklame;

Mengingat :

1. Undang-Undang Nomor 8 (Drt) Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kota-Kota Besar dalam Lingkungan Daerah Propinsi Sumetera Utara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1956 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1092);
2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah kedua kalinya dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59,Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
3. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438);
4. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 62, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4633);
5. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049);
6. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 1983 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tk. II Banda Aceh (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 5, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3247);
8. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4593);
9. Qanun Kota Banda Aceh Nomor 10 Tahun 2004 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Daerah Tahun 2004 Nomor 11 Seri E Nomor 3);
10. Qanun Kota Banda Aceh Nomor 4 Tahun 2009 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Banda Aceh Tahun 2009-2029 (Lembaran Daerah Tahun 2009 Nomor 4 Seri E Nomor 1);

Lampiran 2 Surat izin Reklame

11. Qanun Kota Banda Aceh Nomor 8 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Tahun 2011 Nomor 8 Seri B Nomor 3);

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA BANDA ACEH TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan ini yang dimaksud dengan:

1. Kota adalah Kota Banda Aceh.
2. Pemerintah Kota adalah Pemerintah Kota Banda Aceh.
3. Walikota adalah Walikota Banda Aceh.
4. Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah yang selanjutnya disebut DPKAD adalah Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Banda Aceh.
5. Kepala Dinas Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah yang selanjutnya disebut Kepala DPKAD adalah Perangkat Daerah Kota Banda Aceh yang menyelenggarakan urusan bidang perpajakan daerah.
6. Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu yang selanjutnya disebut KPPTSP adalah Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh.
7. Tim Penertiban reklame adalah tim yang dibentuk oleh Walikota untuk melaksanakan penertiban penyelenggaraan reklame yang melibatkan unsur-unsur terkait.
8. Izin adalah dokumen yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota berdasarkan Qanun atau Peraturan lainnya yang merupakan bukti legalitas, menyatakan sah atau diperbolehkannya seseorang atau Badan untuk melakukan usaha atau kegiatan tertentu.
9. Perizinan adalah pemberian legalitas kepada seseorang atau pelaku usaha atau kegiatan tertentu, baik dalam bentuk izin maupun tanda daftar usaha.
10. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, 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.
11. Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame.
12. Lokasi reklame adalah tempat pemasangan satu atau beberapa buah reklame.
13. Bangunan reklame adalah reklame yang terdiri dari panel reklame berikut komponen struktur yang memikulnya.
14. Kontruksi reklame adalah kekuatan bangunan reklame sesuai dengan ukuran atau dimensi bangunan reklame tersebut didirikan.
15. Kontruksi/lokasi reklame adalah suatu sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa buah reklame.
16. Penyelenggara reklame adalah perorangan atau badan hukum yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
17. Titik Reklame adalah tempat dimana reklame didirikan, ditempelkan dan digantungkan.
18. Tinggi Reklame adalah jarak antara ambang paling bawah bidang reklame dengan permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi reklame.

19. Ketinggian Reklame adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi reklame.
20. Panel Reklame adalah bagian reklame yang dimanfaatkan sebagai tempat penyajian gambar atau kata dari pesan-pesan penyelenggaraan reklame.
21. Titik Strategis adalah titik lokasi pemasangan reklame yang telah ditetapkan mempunyai nilai strategis berdasarkan kriteria sudut pandang, kepadatan maupun pemanfaatan tata ruang kota untuk berbagai aspek kegiatan dibidang usaha.
22. Ruang Milik Jalan yang selanjut disebut RUMIJA adalah suatu daerah yang dipergunakan untuk jalan dan kelengkapannya dengan batasan mulai dari batas pemilikan persil jalan disatu sisi jalan dengan persil tanah diseberangnya.
23. Trotoar adalah bagian Ruang Milik Jalan (RUMIJA) yang dipergunakan untuk pejalan kaki yang saat ini sudah ada konstruksinya;
24. Badan Jalan adalah suatu daerah yang digunakan untuk jalan antara sisi dalam trotoar dengan sisi dalam trotoar diseberangnya.
25. Media Jalan adalah bagian Ruang Milik Jalan (RUMIJA) yang membagi ruas jalan menjadi 2 (dua) arah dengan konstruksi pembatas ruas jalan dari beton.
26. Persimpangan adalah pertemuan antara ruas jalan dengan ruas jalan lainnya.
27. Bangunan Bersejarah adalah Bangunan lama yang mempunyai nilai sejarah dan dilindungi kelestariannya oleh Pemerintah sesuai dengan Peraturan Daerah Tingkat II Kota Banda Aceh Nomor 6 Tahun 1989 tentang Pelestarian Bangunan dan Lingkungan yang bernilai Sejarah, Arsitektur, Kepurbakalaan serta Penghijauan dalam Kota Banda Aceh.
28. Sisi dalam Trotoar adalah bagian trotoar yang dekat dengan batas pemilikan persil tanah.
29. Reklame Papan/Billboard adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, callibrete, vinyle termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman, diatas bangunan.
30. Reklame Bando Jalan adalah reklame yang terbuat dari rangka besi atau sejenisnya dibangun dengan melintang di jalan baik bersinar maupun yang disinari.
31. Reklame videotron / megatron / large elcetronic display adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah terprogram difungsikan dengan tenaga listrik.
32. Reklame Kain/ Baliho adalah reklame yang menggunakan bahan kain termasuk kertas plastik, karet, atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
33. Reklame Melekat, Sticker adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang atau digantungkan pada suatu benda.
34. Reklame Selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran kertas diselenggarakan dengan cara disewakan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada benda lain.
35. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
36. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas laser, balon udara, pesawat udara atau alat lain yang sejenis.
37. Reklame Suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
38. Reklame Film/Slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layer atau benda lain di dalam ruangan.

39. Reklame Peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
40. Reklame apung reklame yang diselenggarakan diperairan dengan menggunakan gas laser, fiber dan atau alat lain yang sejenis.
41. Surat Pemberitahuan Pajak Daerah yang selanjutnya disingkat SPTPD adalah surat yang oleh Wajib Pajak digunakan untuk melaporkan perhitungan dan/atau pembayaran Pajak atau Objek Pajak sesuai dengan peraturan dan perundangan perpajakan daerah.
42. Nilai Jual Objek Pajak Reklame (NJOPR) adalah biaya konstruksi reklame ditambah dengan biaya pemeliharaan reklame.
43. Nilai Strategis adalah Ukuran Nilai yang ditetapkan pada titik lokasi pemasangan reklame.
44. Nilai Sewa Reklame adalah Nilai Jual Objek Pajak Reklame ditambah Nilai Strategis.
45. Biaya Jaminan Penyelenggaraan Reklame adalah biaya yang disetor oleh penyelenggara reklame untuk membongkar atau menurunkan reklame yang sudah berakhir masa penyelengaraannya atau terkena sanksi.

BAB II
JENIS REKLAME

Pasal 2

(1) Jenis reklame dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu :
   a. reklame tetap terbatas; dan
   b. reklame insidentil.
(2) Reklame tetap terbatas adalah reklame yang mendapatkan ijin tertulis untuk penyelenggaraan reklame yang berlaku selama 1 (satu) tahun.
(3) Reklame Insidentil adalah reklame yang mendapatkan ijin tertulis untuk penyelenggaraan reklame yang berlaku kurang dari 1 (satu) tahun yang terdiri dari :
   a. reklame baliho/kain/spanduk/umbul-umbul/poster;
   b. reklame stiker/melekat;
   c. reklame selebaran/brosur/leafleat;
   d. reklame udara;
   e. reklame suara;
   f. reklame peragaan; dan
   g. reklame berjalan, termasuk pada kendaraan.

BAB III
STANDAR REKLAME

Pasal 3

(1) Setiap pemasangan reklame harus memenuhi standar reklame.
(2) Standar reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), meliputi :
   a. standar etik yaitu isinya tidak bertentangan dengan unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan) dan menjaga norma kesopanan;
   b. standar syariat yaitu bentuk dan penampilan gambar serta kata-kata sesuai dengan syariat Islam;
   c. standar estetis yaitu bentuk Kontruksi dan penampilannya memperhatikan aspek keindahan;
   d. standar teknis yaitu reklame yang dipasang memenuhi ketentuan standar kekuatan konstruksi;
   e. standar fiskal yaitu reklame yang dipasang telah melunasi seluruh kewajiban perpajakan dan/atau retribusi;
   f. standar administrasi yaitu reklame yang dipasang memenuhi persyaratan perijinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;dan

g. standar keselamatan yaitu reklame yang dipasang tidak menggangu lalu lintas dan tidak membahayakan masyarakat disekitarnya.

BAB IV
IZIN REKLAME

Pasal 4

(1) Setiap penyelenggara reklame di Kota harus memiliki izin penyelenggaraan reklame dari Pemerintah Kota.
(2) Izin penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) hanya berlaku untuk satu jenis produk yang dimohonkan.
(3) Penggantian terhadap jenis produk reklame, tampilan materi reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus memiliki izin reklame yang baru dari Pemerintah Kota

BAB V
TATA CARA PEMBERIAN IZIN REKLAME

Pasal 5

(1) Permohonan izin Penyelengaraan Reklame Billboard dan sejenisnya diajukan secara tertulis kepada Walikota c.q KPPTSP Kota dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut :
   b. Foto copy KTP pemohon;
   c. Data perusahaan / kantor dan lembaga;
   d. Gambar Situasi titik lokasi reklame;
   e. Desain reklame dan gambar teknis kontruksi;
   f. Tanda setoran biaya jaminan penyelenggaraan reklame;
   g. Foto copy Surat Pemberitahuan Pajak Terhutang Pajak Bumi dan Bangunan (SPPT PBB), untuk pemasangan bukan di atas tanah/bangunan milik Pemerintah Kota;
   h. Surat pernyataan bersedia membongkar bangunan reklame apabila lokasi pemasangan reklame tersebut dimanfaatkan untuk penataan kawasan/kepentingan umum tanpa menuntut biaya ganti rugi;
   i. Surat pernyataan bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan akibat keberadaan reklame tersebut;
   j. Surat pernyataan tidak memotong atau memangkas sebahagian pohon di sekitar lokasi reklame;
   k. Perhitungan Konstruksi/struktur terhadap bangunan reklame yang berukuran 32 m2 atau lebih dan disahkan oleh konsultan/lembaga resmi; dan
   l. Surat persetujuan dari pihak yang menguasai persil/tanah dan atau bangunan, apabila tempat pemasangan reklame tersebut diselenggarakan diluar tanah pemerintahan.
(2) Terhadap permohonan izin perpanjangan Penyelengaraan Reklame Billboard dan sejenisnya harus melampirkan
   a. Foto copy KTP pemohon;
   b. Data perusahaan/kantor dan lembaga; dan
   c. Izin reklame lama.

Pasal 6

Permohonan izin penyelenggaraan reklame spanduk, umbul-umbul, banner dan sejenisnya diajukan secara tertulis kepada KPPTSP Kota dengan melampirkan persyaratan sebagai berikut:
a. Foto copy KTP pemohon;dan
b Data perusahaan/kantor dan lembaga;

Pasal 7

Pemasangan reklame pada kendaraan bermotor selain harus melampirkan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 juga harus melampirkan foto copy STNK dan BPKB kendaraan tersebut.

BAB VI
TEKNIS PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 8

(1) Pengaturan teknis reklame dilakukan melalui pengkajian oleh Tim teknis.
(2) Pengaturan teknis reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :
   a. Kesesuaian lokasi;
   b. letak, bentuk, ukuran, tinggi dan ketinggian;
   c. Jarak antar reklame; dan
   d. Estetika kawasan.

Pasal 9

(1) Setiap penyelenggara reklame harus membongkar sendiri dan atau menurunkan sendiri bangunan atau rekleme yang telah berakhir masa berlakunya.
(2) Pembongkaran reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus sudah selesai dilaksanakan oleh penyelenggara reklame paling lama dalam jangka waktu 2 x 24 jam sejak masa berakhir izin reklame.

BAB VII
LARANGAN PEMASANGAN REKLAME

Pasal 10

Setiap penyelengara reklame dilarang :
a. pemasangan reklame di Kawasan kantor pemerintah, gedung sekolah, rumah ibadah gedung bersejarah dan rumah sakit;
b. pemasangan pada rambu-rambu lalulintas, lampu jalan dan alat pengatur lalu lintas;
c. merusak kelestarian lingkungan tempat pemasangan reklame;
d. memasang reklame jenis spanduk dengan cara melintang diatas jalan;
e. memasang reklame dengan cara menempel pada pagar taman dan tanaman;
f. memasang tiang penyangga umbul-umbul menempel dan di paku pada batang pohon atau ornamen lampu jalan; dan
g. memasang atau menempatkan reklame yang menutupi reklame lainnya.

BAB VIII
ASURANSI

Pasal 11

(1) Penyelenggara Reklame Tetap Terbatas wajib mengasuransikan reklamenya untuk memberi jaminan pengganti kerugian materi maupun jiwa yang diderita oleh pihak ketiga.
(2) Kewajiban asuransi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diperuntukkan bagi Reklame Tetap Terbatas dengan ukuran lebih dari 8 (delapan) meter persegi.
(3) Asuransi Reklame harus sudah dimiliki oleh penyelenggara reklame paling lama 1 (satu) bulan setelah surat Izin Penyelenggara Reklame diterbitkan.

UIN AR-RANIRY

(4) Asuransi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibuktikan dengan menunjukkan polis asuransi yang asli kepada pejabat yang ditunjuk.

BAB IX
PERUBAHAN MATERI REKLAME

Pasal 12

(1) Perubahan terhadap materi reklame untuk jenis produk yang sama harus terlebih dahulu mengajukan permohonan izin secara tertulis kepada Pemerintah Kota.
(2) Permohonan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pemerintah Kota dengan melampirkan :
   a. identitas Wajib Pajak;
   b. surat Izin Penyelenggara Reklame;dan
   c. rencana perubahan teks materi reklame .
(3) Pemberian izin terhadap perubahan reklame untuk jenis produk yang sama harus sudah dikeluarkan oleh pemerintah kota paling lama 7 (tujuh) hari setelah permohonan izin diterima.

BAB X
BIAYA JAMINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 13

(1) Setiap Penyelenggara reklame dikenakan Biaya Jaminan penyelenggaraan reklame.
(2) Biaya Jaminan penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan 1 (satu) kali masa penyelenggaraan reklame;
(3) Biaya Jaminan penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) digunakan oleh Pemerintah Kota untuk biaya operasinal tim penertiban reklame dalam hal penyelenggara reklame tidak melaksanakan sendiri pembongkaran atau penurunan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9.

Pasal 14

(1) Biaya Jaminan penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 disetor bersamaan dengan pembayaran pajak reklame melalui rekening Pemerintah Kota yang ditunjuk.
(2) Penggunaan biaya Jaminan penyelenggaraan reklame untuk keperluan biaya operasional tim penertiban penyelenggaraan reklame, dilakukan tanpa pemberitahuan dan persetujuan dari Penyelenggara reklame.

Pasal 15

(1) Besarnya biaya jaminan penyelenggaraan reklame untuk jenis reklame ditetapkan sebagai berikut :
   a. reklame insidentil spanduk, umbul-umbul, banner dan sejenisnya sebesar Rp 5.000,- (lima ribu rupiah) per lembar;
   b. reklame jenis billboard dan sejenisnya berukuran kurang dari 24,00 M^2 dikenakan biaya 10% dari Pajak Reklame;
   c. reklame jenis billboard dan sejenisnya berukuran 24,00M^2 sampai dengan kurang dari 50,00 M^2 dikenakan biaya 20% dari Pajak Reklame; dan
   d. reklame jenis billboard dan sejenisnya berukuran 50,00M^2 atau lebih dikenakan biaya 25% dari Pajak Reklame.

UIN SUNAN AMPEL
A R - R A N I R Y

(2) Terhadap perpanjangan izin penyelenggaraan reklame dikenakan biaya jaminan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebesar 20 % dari biaya jaminan penyelenggaraan reklame masa sebelumnya.

BAB XI
MEKANISME PENARIKAN BIAYA JAMINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 16

(1) Penyelenggara reklame yang telah melaksanakan pembongkaran sendiri terhadap reklame yang masa berlaku izinnya telah habis dapat mengajukan Surat Permohonan Pengembalian biaya jaminan penyelenggaraan reklame.
(2) Batas waktu pengajuan surat Permohonan Pengembalian biaya jaminan penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling lama 10 (sepuluh) hari sejak reklame tersebut habis masa izinnya.
(3) Apabila jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terlampaui, maka biaya jaminan penyelenggaraan reklame, dinyatakan menjadi biaya operasional penyelenggaraan reklame.
(4) Pengajuan Surat Permohonan Pengembalian biaya jaminan penyelenggaraan reklame harus melampirkan :
   a. surat izin Penyelenggara reklame yang telah habis masa berlakunya;
   b. foto pembersihan lokasi tempat bangunan atau alat peraga reklame;
   c. bukti tanda penyetoran biaya jaminan penyelenggaraan reklame; dan
   d. surat kuasa penerima pengembalian biaya jaminan penyelenggaraan reklame.

Pasal 17

(1) Bangunan atau alat peraga reklame yang telah habis masanya dan atau yang terkena sanksi dapat dilakukan pembongkaran atau penurunan oleh Tim Penertiban Reklame;
(2) Pembongkaran atau penurunan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) untuk reklame tetap terbatas dilaksanakan melalui Surat Perintah Walikota, dan untuk reklame jenis tidak tetap atau insidentil dilaksanakan berdasarkan surat perintah tugas kelapangan yang dikeluarkan oleh Kepala Dinas.

BAB XII
SANKSI

Pasal 18

Penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 11, Pasal 12 dan Pasal 13, maka dapat dikenakan sanksi sebagai berikut :
a. teguran tertulis;
b. pemberian tanda silang pada materi reklame atau penyegelan;
c. pencabutan izin;
d. penguasaan bangunan reklame; dan
e. pembongkaran.

Pasal 19

(1) Pemberi tanda silang pada materi reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf b dilaksanakan oleh Tim Penertiban Reklame setelah izin reklame berakhir atau ditemukan data reklame tanpa kepemilikan Izin.

(2) Pemberi tanda silang pada materi reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilaksanakan dengan tidak memberitahukan terlebih dahulu kepada penyelenggara reklame.

BAB XIII
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 20

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Banda Aceh.

Ditetapkan di Banda Aceh
pada tanggal 7 Februari 2012 M
15 Rabiul Awal 1433 H

WALIKOTA BANDA ACEH,

CAP/DTO

MAWARDY NURDIN

Diundangkan di Banda Aceh
pada tanggal 7 Februari 2012 M
15 Rabiul Awal 1433 H

SEKRETARIS DAERAH KOTA
BANDA ACEH,

CAP/DTO

T. SAIFUDDIN. TA

BERITA DAERAH KOTA BANDA ACEH TAHUN 2012 NOMOR 7

جامعة الرانري
AR-RANIRY

PENJELASAN
ATAS
PERATURAN WALIKOTA BANDA ACEH

NOMOR 7 TAHUN 2012

TENTANG

PENYELENGGARAAN REKLAME

I. PENJELASAN UMUM

Pengaturan tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklme Kota Banda Aceh selama ini telah diatur dengan Qanun Kota Banda Aceh Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pajak Reklame.

Dengan ditetapkannya Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah serta adanya perubahan kondisi ekonomi masyarakat Kota Banda Aceh membutuhkan pengaturan yang baru mengenai Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kota Banda Aceh yang sesuai dengan perkembangan perekonomian masyarakat Kota Banda aceh.

Pontensi Pajak Reklame di Kota Banda aceh terus meningkat seiring dengan tingkat pertumbuhan ekonomi daerah dan adanya peningkatan daya beli masyarakat serta tumbuhnya pusat-pusat pertokoan baru dan penambahan ruas jalan Kota Banda Aceh sehingga perlu regulasi terhadap penyelenggaraan reklame.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1
Cukup Jelas

Pasal 2
Cukup jelas

Pasal 3
Cukup jelas

Pasal 4
Cukup jelas

Pasal 5
Cukup jelas

Pasal 6
Cukup jelas

Pasal 7
Cukup jelas

Pasal 8
Ayat (1)
Cukup jelas

ayat (2)
Yang di maksud dengan kesesuaian lokasi penyelenggaraan reklame yaitu harus mempertimbangkan:

a. Tata ruang dan tata bangunan;
b. Tidak merusak pandangan terhadap bangunan, keindahan alam dan lingkungan disekitarnya; serta
c. Tidak menghalangi pandangan lalu lintas.

Terhadap letak, bentuk, ukuran, tinggi dan ketinggian reklame harus mempertimbangkan sebagai berikut:

a. Reklame dapat diletakkan pada atap beton bangunan, dinding bangunan dan halaman;
b. Tiang reklame dapat diletakkan pada median jalan atau area jalur hijau dan pada area fasilitas jalan yang tidak dimamfaatkan untuk pengguna jalan, dengan syarat sesuai estetika dan kelayakan tempat tersebut;
c. Reklame tidak dibenarkan diikat pada pohon atau tiang lampu jalan;
d. Letak reklame tidak mengganggu tanaman dan penerangan lampu jalan;

Bentuk reklame harus mencerminkan arsitektur, nuansa dan budaya Aceh yang islami; dan harus serasi dengan lingkungan, bangunan dan reklame sekitarnya.

Ukuran Reklame yaitu :
- yang dipasang pada Taman jalan, maksimal 5 m x 10 m;
- yang dipasang pada taman jalan berupa median jalan di atas 24 m2 dan termasuk jenis bando dapat diberikan izin apabila telah mendapat rekomendasi teknis Badan Koordinasi Penataan Ruang Daerah (BKPRD);
- Ukuran reklame yang dipasang di atas bangunan maksimal 5 m x 10 m.

Tinggi dan Ketinggian Reklame :
- reklame harus disesuaikan dengan bangunan dan reklame sekitarnya. Tinggi panel reklame yang diletakkan pada taman jalan yang melintang, minimal 6 (enam) meter dari permukaan jalan. Tinggi panel reklame yang diletakkan pada bangunan maksimal 2 (dua) meter dari atap bangunan

Jarak antar Reklame harus mempertimbangkan sebagai berikut:
a. Khusus dipersimpangan jalan, Jarak antar panel reklame yg bersebelahan minimal 2 (dua) meter antar panel reklame yang bersisian;
b. Jarak Titik reklame pada taman jalan dengan Lampu Pengatur Lalu Lintas atau tempat berbalik arah (U-Turn) minimal 30 (tiga puluh) meter;
c. Jarak titik reklame dengan titikreklame lain jenis bilboard yang diletakkan pada Taman jalan minimal 100 (seratus) meter;

Estetika kawasan harus mempertimbangkan sebagai berikut :
a. Taman disekitar pertapakan reklame;
b. Tampilan bangunan dan lingkungan sekitarnya;
c. Peningkatan kualitas keindahan lingkungan disekitarnya; dan
d. Menutup semua sisi panel dan tidak boleh terlihat rangka;

Pasal 9
Cukup jelas
Pasal 10
Cukup jelas
Pasal 11
Cukup jelas

Pasal 12
Cukup jelas
Pasal 13
Ayat (1)
Cukup jelas
Ayat (2)
Cukup Jelas
Ayat (3)
Yang dimaksud dengan biaya opersional tim penertiban penyelenggara reklame adalah biaya yang dikeluarkan untuk ongkos pembongkaran dan atau penurunan termasuk biaya makan minum, transportasi dan honor tim.
Pasal 14
Cukup jelas
Pasal 15
Cukup jelas
Pasal 16
Cukup jelas
Pasal 17
Cukup jelas
Pasal 18

huruf a.

Cukup jelas

huruf b.

Pemberian sanksi berupa tanda silang pada materi reklame dilakukan dengan mempergunakan warna cat yang kontras dengan warna materi reklame.

huruf c.

Izin penyelenggaraan reklame dicabut apabila terdapat perubahan jenis, ukuran, ketinggian, titik dan konstruksi reklame yang tidak sesuai dengan izin yang diberikan

Pasal 19

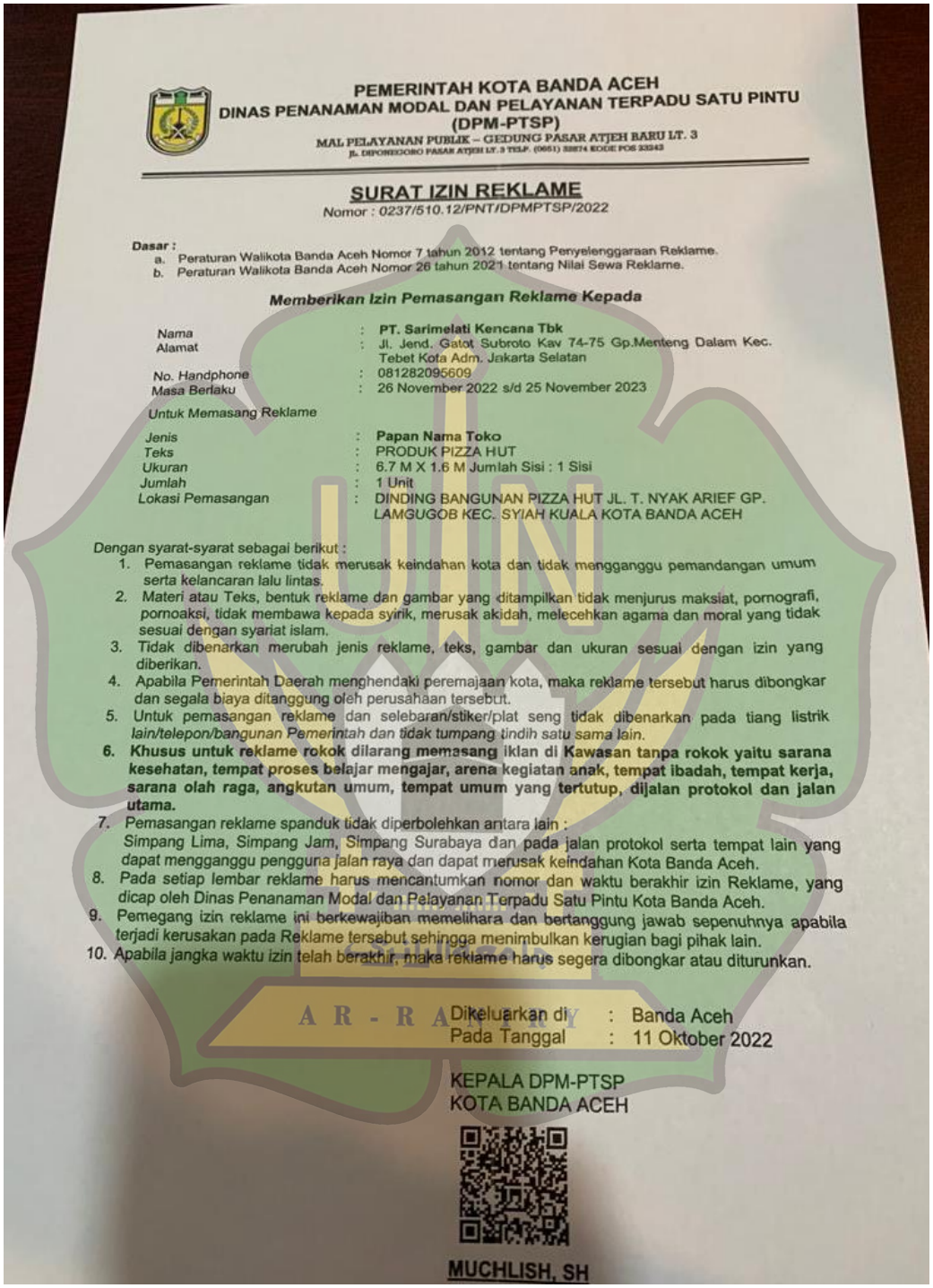
Cukup jelas

Pasal 20

Cukup jelas

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 3 Surat Perizinan Pemasangan Reklame



PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPM-PTSP)
MAL PELAYANAN PUBLIK – GEDUNG PASAR ATJEH BARU LT. 3
Jl. DIPONEGORO PASAR ATJEH LT. 3 TELP. (0651) 33874 KODE POS 23243

SURAT IZIN REKLAME
Nomor : 0237/510.12/PNT/DPMPTSP/2022

Dasar :
a. Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame.
b. Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 26 tahun 2021 tentang Nilai Sewa Reklame.

Memberikan Izin Pemasangan Reklame Kepada

Nama	:	**PT. Sarimelati Kencana Tbk**
Alamat	:	Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 74-75 Gp.Menteng Dalam Kec. Tebet Kota Adm. Jakarta Selatan
No. Handphone	:	081282095609
Masa Berlaku	:	26 November 2022 s/d 25 November 2023
Untuk Memasang Reklame		
Jenis	:	**Papan Nama Toko**
Teks	:	PRODUK PIZZA HUT
Ukuran	:	6.7 M X 1.6 M Jumlah Sisi : 1 Sisi
Jumlah	:	1 Unit
Lokasi Pemasangan	:	DINDING BANGUNAN PIZZA HUT JL. T. NYAK ARIEF GP. LAMGUGOB KEC. SYIAH KUALA KOTA BANDA ACEH

Dengan syarat-syarat sebagai berikut :

1. Pemasangan reklame tidak merusak keindahan kota dan tidak mengganggu pemandangan umum serta kelancaran lalu lintas.
2. Materi atau Teks, bentuk reklame dan gambar yang ditampilkan tidak menjurus maksiat, pornografi, pornoaksi, tidak membawa kepada syirik, merusak akidah, melecehkan agama dan moral yang tidak sesuai dengan syariat islam.
3. Tidak dibenarkan merubah jenis reklame, teks, gambar dan ukuran sesuai dengan izin yang diberikan.
4. Apabila Pemerintah Daerah menghendaki peremajaan kota, maka reklame tersebut harus dibongkar dan segala biaya ditanggung oleh perusahaan tersebut.
5. Untuk pemasangan reklame dan selebaran/stiker/plat seng tidak dibenarkan pada tiang listrik *lain/telepon/bangunan Pemerintah dan tidak tumpang tindih satu sama lain.*
6. **Khusus untuk reklame rokok dilarang memasang iklan di Kawasan tanpa rokok yaitu sarana kesehatan, tempat proses belajar mengajar, arena kegiatan anak, tempat ibadah, tempat kerja, sarana olah raga, angkutan umum, tempat umum yang tertutup, dijalan protokol dan jalan utama.**
7. Pemasangan reklame spanduk tidak diperbolehkan antara lain : *Simpang Lima, Simpang Jam, Simpang Surabaya dan pada jalan protokol serta tempat lain yang dapat mengganggu pengguna jalan raya dan dapat merusak keindahan Kota Banda Aceh.*
8. *Pada setiap lembar reklame harus mencantumkan nomor dan waktu berakhir izin Reklame, yang dicap oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh.*
9. Pemegang izin reklame ini berkewajiban memelihara dan bertanggung jawab sepenuhnya apabila terjadi kerusakan pada Reklame tersebut sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak lain.
10. *Apabila jangka waktu izin telah berakhir, maka reklame harus segera dibongkar atau diturunkan.*

Dikeluarkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 11 Oktober 2022

KEPALA DPM-PTSP
KOTA BANDA ACEH

MUCHLISH, SH

Lampiran 4 SK Bimbingan

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIP UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 1072/Un.08/FISIP/Kp.07.6/04/2022

TENTANG

PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu menunjuk pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan;
b. Bahwa saudara yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing skripsi.

Mengingat :
1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
5. Peraturan Pemerintahan Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Keputusan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry;
8. Peraturan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015, tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan, dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag. RI;
10. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Badan Layanan Umum;
11. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh Nomor : 02/Un.08/R/Kp.07.5/01/2018 tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Pejabat di Lingkungan Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

Memperhatikan : Keputusan Seminar Proposal Skripsi Prodi Ilmu Administrasi Negara pada tanggal **07 April 2022**

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

PERTAMA : Menunjuk Saudara :
1. Dr. Dahlawi, M.Si. — Sebagai pembimbing pertama
2. Cut Zamharira, S.IP., M.AP. — Sebagai pembimbing kedua

Untuk membimbing skripsi :
Nama : Naziratulmuna
NIM : 180802062
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara
Judul : Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh

KEDUA : Pembayaran honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2022.

KETIGA : Surat Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan sampai dengan berakhirnya Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 22 April 2022
an. Rektor
Dekan,

Ernita Dewi

Tembusan :
1. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
2. Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Negara;
3. Pembimbing yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan;
4. Yang bersangkutan.

Lampiran 5 Surat Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PEMERINTAHAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-2642/Un.08/FISIP WD.I/PP.00.9/10/2022
Lamp : -
Hal : ***Penelitian Ilmiah Mahasiswa***

Kepada Yth,

1. Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
2. kepada Satpol PP Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM	:	**NAZIRATULMUNA / 180802062**
Semester/Jurusan	:	IX / Ilmu Administrasi Negara
Alamat sekarang	:	Jln. Laksamana malahayati, kelurahan jeulingke, syiah kuala, kota Banda Aceh

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda aceh***

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 12 Oktober 2022
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,

Berlaku sampai : 30 Maret 2023

Eka Januar, M.Soc.Sc.

Lampiran 6 Surat Penelitian dari Kesbangpol

PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jln. Twk.Hasyim Banta Muda Nomor 1 Telepon (0651) 22888
Faxsimile (0651) 22888, Website : Http;/kesbangpol.bandaacehkota.go.id, Email : kesbangpolbna@ymail.com

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070 / *738*

Dasar : - Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor; 64 Tahun 2011, Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.

- Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 66 Tahun 2016, tentang Susunan Organisasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Banda Aceh.

- Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 31 Tahun 2020, tentang Standar Operasional Prosedur pada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Banda Aceh

Membaca : Surat dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Nomor: B-2642/Un.08/FISIP.WD.I/PP.00.9/10/2022 Tanggal 12 Oktober 2022 tentang Permohonan Rekomendasi Penelitian

Memperhatikan : Proposal Penelitian yang bersangkutan

Dengan ini memberikan Rekomendasi untuk melakukan Penelitian kepada :

Nama	: Naziratulmuna
Alamat	: Jl. Laksamana Malahayati, Jeulingke, Kec. Syiah Kuala Kota
Pekerjaan	: Mahasiswi
Kebangsaan	: WNI
Judul Penelitian	: Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh
Tujuan Penelitian	: Untuk Mengetahui Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh (Pengumpul dan Wawancara)
Tempat/Lokasi/ Daerah Penelitian	: - Mall Pelayanan Publik Kota Banda Aceh - Satpol PP dan WH Kota Banda Aceh
Tanggal dan/atau Lamanya Penelitian	: 3 (tiga) Bulan
Bidang Penelitian	: -
Status Penelitian	: Baru
Penanggung Jawab	: Eka Januar, M.Soc.Sc. (Wakil Dekan)
Anggota Peneliti	: -
Nama Lembaga	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan UIN Ar-Raniry
Sponsor	: -

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam rekomendasi penelitian.
2. Peneliti menyampaikan rekomendasi penelitian kepada Instansi/Lembaga/SKPK/Camat yang menjadi tempat/lokasi penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan Rekomendasi Penelitian dimaksud.
4. Harus mentaati semua ketentuan peraturan Perundang-undangan, norma-norma atau adat istiadat yang berlaku.
5. Tidak melakukan kegiatan yang dapat menimbulkan keresahan di masyarakat, disintegrasi bangsa atau keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.
6. Surat Rekomendasi ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku lagi, apabila ternyata pemegang Surat ini tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.
7. Asli dari Surat Rekomendasi Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.
8. Peneliti melaporkan dan menyerahkan hasil penelitian kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Banda Aceh.

Ditetapkan : Banda Aceh
Pada Tanggal : 17 Oktober 2022

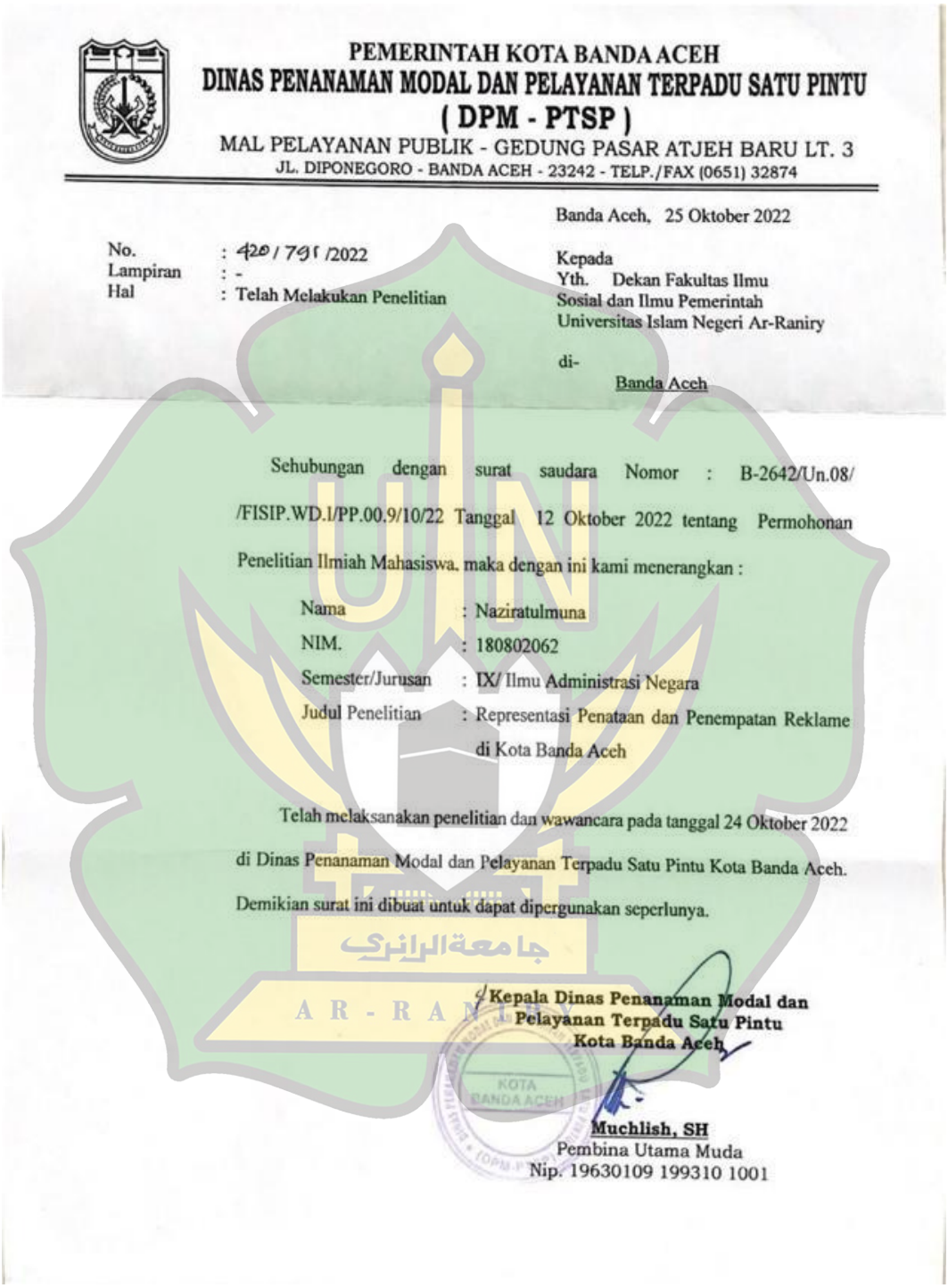
KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KOTA BANDA ACEH,

Ir. Yustanidar
Pembina Tk. I/ NIP. 19670711 200112 2 002

Tembusan :
1. Walikota Banda Aceh;
2. Para Kepala SKPK Banda Aceh;
3. Para Camat Dalam Kota Banda Aceh;
4. Pertinggal.

AR-RANIRY

Lampiran 7 Surat Keterangan Melakukan Penelitian Dari DPMPTSP



PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPM - PTSP)
MAL PELAYANAN PUBLIK - GEDUNG PASAR ATJEH BARU LT. 3
JL. DIPONEGORO - BANDA ACEH - 23242 - TELP./FAX (0651) 32874

Banda Aceh, 25 Oktober 2022

No. : 420 / 791 /2022
Lampiran : -
Hal : Telah Melakukan Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Pemerintah
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

di-
Banda Aceh

Sehubungan dengan surat saudara Nomor : B-2642/Un.08/ /FISIP.WD.I/PP.00.9/10/22 Tanggal 12 Oktober 2022 tentang Permohonan Penelitian Ilmiah Mahasiswa. maka dengan ini kami menerangkan :

Nama : Naziratulmuna
NIM. : 180802062
Semester/Jurusan : IX/ Ilmu Administrasi Negara
Judul Penelitian : Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh

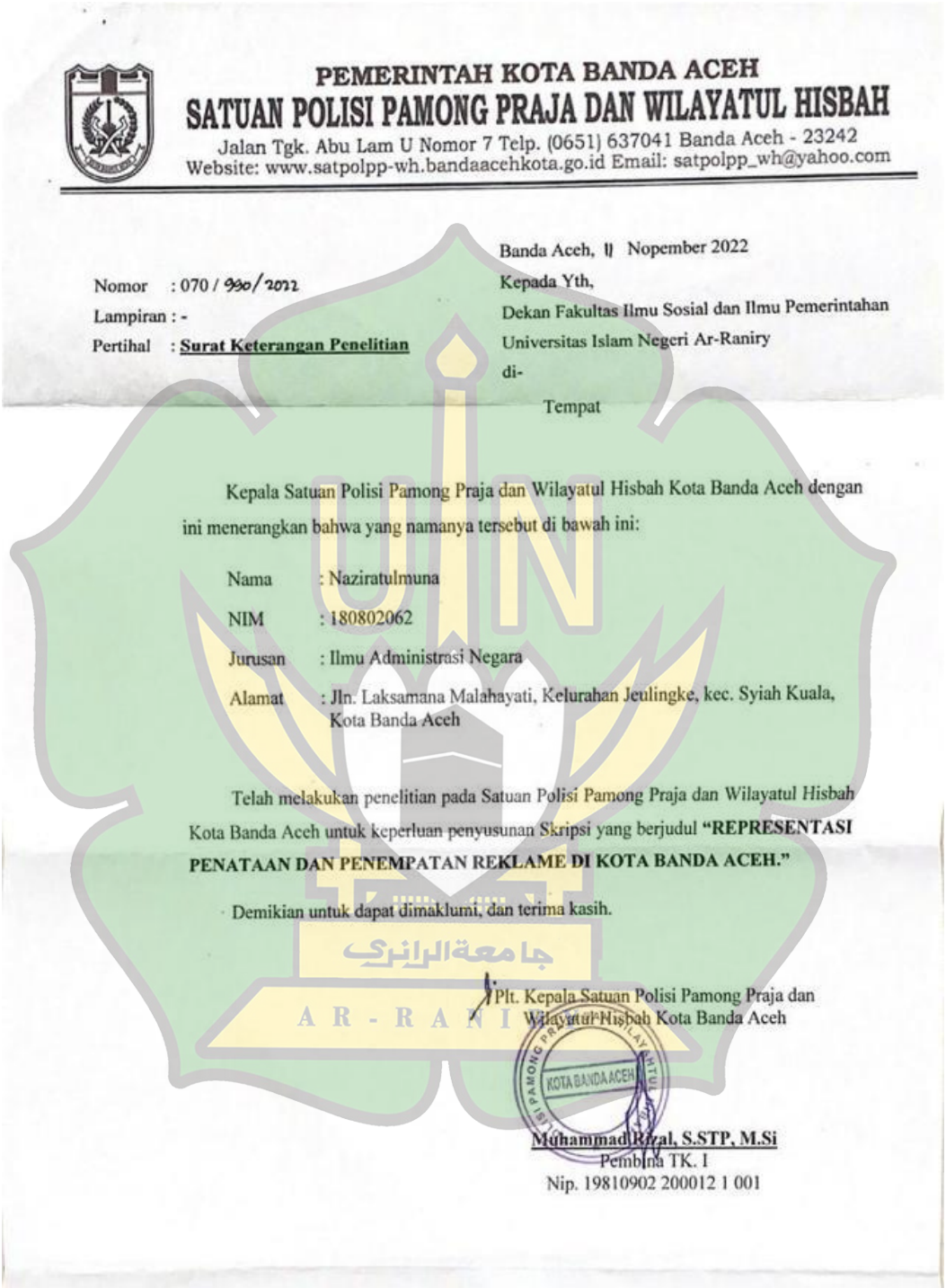
Telah melaksanakan penelitian dan wawancara pada tanggal 24 Oktober 2022 di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Banda Aceh.

Demikian surat ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Kota Banda Aceh

Muchlish, SH
Pembina Utama Muda
Nip. 19630109 199310 1001

Lampiran 8 Surat Keterangan Melakukan Penelitian Dari Satpol PP



PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH
SATUAN POLISI PAMONG PRAJA DAN WILAYATUL HISBAH
Jalan Tgk. Abu Lam U Nomor 7 Telp. (0651) 637041 Banda Aceh - 23242
Website: www.satpolpp-wh.bandaacehkota.go.id Email: satpolpp_wh@yahoo.com

Banda Aceh, 11 Nopember 2022

Nomor : 070 / 930/ 2022
Lampiran : -
Pertihal : **Surat Keterangan Penelitian**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
di-
Tempat

Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan Wilayatul Hisbah Kota Banda Aceh dengan ini menerangkan bahwa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama : Naziratulmuna
NIM : 180802062
Jurusan : Ilmu Administrasi Negara
Alamat : Jln. Laksamana Malahayati, Kelurahan Jeulingke, kec. Syiah Kuala, Kota Banda Aceh

Telah melakukan penelitian pada Satuan Polisi Pamong Praja dan Wilayatul Hisbah Kota Banda Aceh untuk keperluan penyusunan Skripsi yang berjudul **"REPRESENTASI PENATAAN DAN PENEMPATAN REKLAME DI KOTA BANDA ACEH."**

Demikian untuk dapat dimaklumi, dan terima kasih.

Plt. Kepala Satuan Polisi Pamong Praja dan
Wilayatul Hisbah Kota Banda Aceh

Muhammad Rizal, S.STP, M.Si
Pembina TK. I
Nip. 19810902 200012 1 001

Lampiran 9 Pedoman Wawancara Skripsi

PANDUAN WAWANCARA

Nama : Naziratulmuna

Judul : Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh

Informan :Kepala Seksi pelayanan Perizinan dan Non Perizinan, Tim Penertiban Reklame/Satpol PP, Tim Lapangan, Masyarakat Pengguna Jalan, Penyelenggara Reklame

A. Kepala Seksi pelayanan Perizinan dan Non Perizinan

1. Bagaimana alur atau proses perizinan sehingga reklame boleh terpasang?
2. Apakah ada tim khusus untuk pemasangan reklame?
3. Apakah ada pegawai pengawasan reklame?
4. Apakah sudah dilakukan pengawasan pada reklame yang terpasang disembarang tempat?
5. Upaya apa yang ditempuh oleh DPMPTSP dalam mengatasi pelanggaran yang terjadi?
6. Apakah tempat pemasangan reklame sudah cukup untuk memasang reklame?
7. Apakah semua penyelenggara reklame tau tempat yang dilarang untuk memasang reklame?
8. Apakah ada sanksi yang diberikan untuk yang memsang reklame ditempat yang dilarang?
9. Apakah semua reklame yang terpasang di kota Banda Aceh telah mendapatkan izin resmi dari DPMPTSP?
10. Apa saja tambatan sehingga regulasi ini tidak berjalan dengan baik?

B. Tim Penertiban Reklame/Satpol PP

1. Apakah sudah dilakukan pengawasan pada reklame yang terpasang disembarang tempat?
2. Upaya apa yang sudah dilakukan dalam penertiban reklame di kota Banda Aceh, jika ada seperti apa bentuk upaya tersebut?

3. Bagaimana terkait jadwal penertiban terhadap reklame di kota Banda Aceh?

C. Tim Lapangan

1. Apakah sebelum pemasangan reklame tim pemasangan telah mengetahui dan diedukasi kan mengenai tempat yang diizinkan dan dilarang untuk pemasangan reklame?

D. Masyarakat Pengguna Jalan

1. Apakah bapak/ibu tau ada regulasi tentang reklame?
2. Apa tanggapan bapak/ibu terkait reklame yang terpasang di Kota Banda Aceh?
3. Apakah bapak/ibu pernah merasa terganggu oleh reklame yang terpasang?

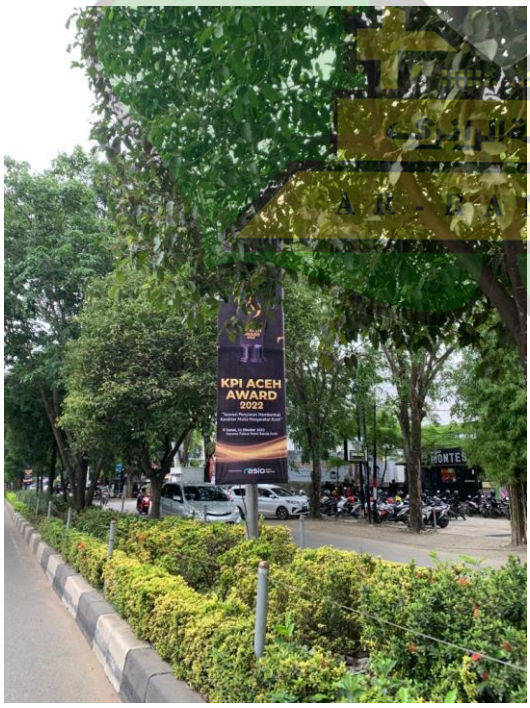
E. Penyelenggara Reklame

1. Apakah bapak/ibu tau regulasi tentang reklame ?
2. Apakah bapak/ibu sudah mendapatkan izin dari pemerintah untuk memasang reklame? Jika tidak apakah ada sanksi yang diberikan?
3. Apakah bapak/ibu sudah memasang reklame di tempat sesuai aturan?
4. Apakah bapak/ibu tau tempat yang dilarang dalam regulagi tersebut?
5. Apakah bapak/ibu peduli terhadap aturan dan sanksi yang ada pada regulasi tersebut?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Lampiran 10 Foto Bersama Kepala Seksi Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Dan Satpol PP

Lampiran 9 Foto Bersama Masyarakat

Lampiran 11 Foto Bersama Penyelenggara Reklame

Lampiran 12 Foto Reklame Yang Tidak Mengikuti Aturan