

UPAYA PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PEMASANGAN REKLAME TANPA IZIN DI KOTA DENPASAR

Ni Putu Paraniyati Dewi, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail:

putuparaniyatidewi@gmail.com

I Ketut Sudiarta, Fakultas Hukum Universitas Udayana, e-mail :

sudiartafl@unud.ac.id

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terkait pelaksanaan penegakan terhadap pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar dan untuk mengetahui dan menganalisis upaya serta kendala terhadap penegakan pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar. Studi ini menggunakan metode penelitian hukum empiris dengan melihat adanya kesenjangan antara das sein dan das sollen. Hasil studi menunjukkan bahwa Pelaksanaan tindakan hukum yang dilakukan oleh satuan polisi pamong praja terhadap pemasangan reklame tanpa izin adalah dengan mengirimkan surat teguran kepada pihak pemohon yang menyatakan bahwa reklame yang dipasang tersebut merupakan ilegal atau masa berlakunya telah habis, serta Upaya yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan reklame yang melanggar aturan yaitu : upaya preventif dan upaya represif. Dalam upaya preventif meliputi pengenaan pajak reklame yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 sebagai mana telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 jo Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah. Kendala dalam penerapan sanksi administrasi bagi penyelenggara reklame yaitu berupa surat pemanggilan terhadap pemohon terkait pelanggaran izin yang telah dilakukan oleh penyelenggara reklame namun tidak ada tanggapan dari penyelenggara tersebut.

Kata Kunci: Penegakan Hukum, Pemasangan Reklame, Tanpa Izin

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the implementation of the enforcement of the installation of billboards without a permit in Denpasar City and to identify and analyze the efforts and obstacles to the enforcement of the installation of billboards without a permit in the City of Denpasar. This study uses empirical legal research methods by looking at the gap between das sein and das sollen. The results of the study show that the implementation of legal action taken by the civil service police unit against the installation of billboards without a permit is to send a warning letter to the applicant stating that the billboard installed is illegal or its validity period has expired, as well as the efforts made by the Civil Service Police Unit. Praja is related to advertisements that violate the rules, namely: preventive efforts and repressive efforts. The preventive measures include the imposition of an advertisement tax as regulated in Law Number 18 of 1997 as amended in Law Number 34 of 2000 in conjunction with Government Regulation Number 65 of 2001 concerning Regional Taxes. Obstacles in the application of administrative sanctions for billboard organizers are in the form of a summons to the applicant regarding permit violations that have been carried out by the billboard organizer but there is no response from the organizer.

Keywords: Law Enforcement, Advertisement Installation, Without Permission

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

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.¹ Fasilitas publik ini merupakan salah satu area yang dimana setiap orang berhak untuk menikmati dan menggunakan fasilitas itu sendiri.² Seperti yang disebutkan bahwa fasilitas publik ialah suatu tanggung jawab dalam menjaga kebersihan dan keutuhan dari fasilitas publik merupakan tanggung jawab publik, bukan hanya tanggung jawab dari instansi yang terkait. Jika fasilitas publik tersebut mengalami kerusakan, tentu masyarakat luas yang akan menerima dampaknya karena fasilitas yang seharusnya dapat dinikmati bersama, menjadi rusak dan tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya.³ Salah satu fasilitas publik yang menjadi suatu objek vital di kehidupan manusia sehari-hari adalah jalanraya. Pemeliharaan jalan raya secara resmi merupakan tanggung jawab pemerintah atau pemerintah daerah provinsi atau pemerintah kabupaten atau pemerintah kota yang bekerja sama dengan instansi terkait seperti Dinas Pekerjaan Umum hingga Kepolisian setempat.⁴ Tujuan koordinasi tersebut adalah untuk menciptakan area jalan yang layak dilewati dan aman dilewati.

Belakangan ini terdapat beberapa fenomena yang membuat ruas jalan di Denpasar dan sekitarnya menjadi kurang indah dipandang dan tergolong membahayakan bagi para pengguna jalan. Fenomena tersebut merupakan pemasangan reklame liar di Kota Denpasar. Penyelenggaraan reklame tersebut baik reklame bisnis hingga politik seringkali tumpang tindih dan ditempatkan pada area yang seharusnya bukan menjadi area dari papan reklame tersebut. Tindakan hukum pemerintah Kota Denpasar dalam menertibkan reklame diatur dalam Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Denpasar. Tindakan hukum harus dilakukan dengan tegas untuk menertibkannya agar dapat menimbulkan efek jera terhadap pelanggaran, serta memberikan sanksi yang tegas dalam menangani reklame tanpa izin.⁵

¹ Pesik, Vera Fransisca. "Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 3 (2013).

² Adrian, Sutedi. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. (Sinar Grafika. Jakarta, 2011), 24.

³ Nugroho, Lanugranto Adi. "Konsumen Dan Jasa Transportasi (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Pada Konsumen Fasilitas Publik Transportasi Darat Dan Pelayanan Jasa Transportasi Perusahaan Otobus Di Kabupaten Wonogiri)." PhD diss., Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008.

⁴ Kesuma, Koko Indra, and Muaz Zul. "Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Penanganan Gelandangan Dan Pengemis Di Kota Medan Pada Dinas Kesejahteraan Sosial Provinsi Sumatera Utara." *Jurnal Administrasi Publik: Public Administration Journal* 4, no. 1 (2014): 71-85.

⁵ Utrecht, Ernest, and S. D. Mohammad. *Pengantar dalam Hukum Indonesia, Cet. 23*. (Ichtiar, Jakarta, 2011), 43.

Penyelenggaraan reklame di Kota Denpasar yang diatur dalam Undang-undang Nomor 28 tahun 2009 yang diatur dalam pasal 47 ayat (2) bahwa objek pajak reklame berbagai macam jenis dan bentuknya. Masyarakat Kota Denpasar dewasa ini sudah memiliki pemahaman mengenai jenis-jenis reklame dan bagaimana proses perizinan yang harus ditempuh untuk melakukan pemasangan reklame. Namun di Kota Denpasar masih terdapat pelanggaran-pelanggaran terhadap pemasangan reklame. Pelanggaran tersebut terjadi untuk reklame berjenis billboard sedangkan reklame yang tidak membayar pajak berjenis spanduk dan banner, karena reklame yang berbentuk spanduk dan banner hanya menggunakan jangka waktu tertentu. Dalam undang-undang nomor 28 tahun 2009 diatur dalam pasal 49 ayat (1) dan ayat (3) Dasar Pengenaan Pajak Reklame adalah Nilai Sewa Reklame dan Reklame diselenggarakan sendiri, Nilai Sewa Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dihitung dengan memperhatikan faktor jenis, bahan yang digunakan, lokasi penempatan, waktu, jangka waktu penyelenggaraan, jumlah, dan ukuran media Reklame.

Mengenai izin reklame secara tertulis merupakan tanggung jawab dari Dinas Pendapatan Daerah dan Dinas Perumahan dan Pertanahan Kota Denpasar. Dinas Perumahan dan Pertanahan Kota Denpasar memiliki wewenang untuk menentukan area yang layak dipasang *billboard* dan reklame, sedangkan Dinas Pendapatan Daerah merupakan dinas yang mengatur biaya dari izin reklame jika sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku seperti spesifikasi reklame hingga masa berlaku reklame. Tujuan dari izin tersebut adalah untuk menjaga keamanan dari para pengguna jalan, karena jika reklame tanpa izin tetap terpasang di ruas-ruas jalan di Kota Denpasar maka dikhawatirkan reklame tersebut dapat sewaktu-waktu ambruk dan menipu orang yang melintas disekitarnya. Mencegah kemungkinan tersebut terjadi, perlu adanya penegakan hukum yang menjerat para oknum yang memasang reklame tanpa izin yang sesuai di Kota Denpasar. Dilihat dari latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik mengajukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pemasangan reklame yang berjudul. "Upaya Penegakan Hukum Terhadap Pemasangan Reklame Tanpa Izin di Kota Denpasar".

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Made Jatiningrum dan Made Gde Subha Karma Resen yang telah terbit di Jurnal Kertha Negara pada Bulan Agustus 2018 dengan Judul Pembatasan Titik Pemasangan Reklame Di Kota Denpasar.⁶ Adapun yang menjadi pembeda dalam penulisan ini dengan artikel sebelumnya adalah penulisan ini lebih berfokus pada pembahasan terkait pelaksanaan penegakan hukum, upaya penegakan hukum serta kendala dalam penegakan hukum terhadap pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar, sedangkan dalam penelitian sebelumnya lebih berfokus terkait pembatasan titik pemasangan reklame di Kota Denpasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelaksanaan penegakan terhadap pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar?

⁶ Jatiningrum, M. and Resen, M.G.S.K., "Pembatasan Titik Pemasangan Reklame Di Kota Denpasar". *Journal Kertha Negara* 6, No. 5, (2018).

2. Bagaimanakah upaya dan kendala terhadap penegakan dalam pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar ?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan Penulisan ini adalah Pertama, untuk mengetahui dan menganalisis terkait pelaksanaan penegakan terhadap pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar. Kedua, untuk mengetahui dan menganalisis upaya serta kendala terhadap penegakan pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penulisan ini adalah metode penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris adalah metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum di lingkungan masyarakat.⁷ Dikarenakan dalam penelitian ini meneliti orang dalam hubungan hidup di masyarakat maka penelitian hukum empiris dapat dikatakan sebagai penelitian hukum sosiologis. Penelitian hukum yang diambil dari fakta-fakta yang ada di dalam suatu masyarakat, badan hukum dan badan pemerintah.⁸ Pendekatan yang digunakan pada penulisan ini adalah pendekatan perundang-undangan, konseptual dan pendekatan fakta. Dalam Pengumpulan data penelitian ini digunakan teknik wawancara dan studi kepustakaan. Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka seluruh data tersebut akan diolah dan dianalisa dengan menggunakan teknik pengolahan bahan hukum secara kualitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pelaksanaan Penegakan Terhadap Pemasangan Reklame Tanpa Izin Di Kota Denpasar

Reklame juga diartikan sebagai suatu kekuatan dari papan iklan menarik yang ditujukan kepada kelompok tertentu untuk membelinya, hal ini dilaksanakan oleh produsen atau pedagang agar dengan demikian dapat dipengaruhi penjual barang-barang atau jasa dengan cara yang menguntungkan dirinya sendiri.⁹ Pendapat ahli lainnya menyatakan reklame merupakan setiap pernyataan yang secara sadar ditujukan kepada publik dalam bentuk apapun juga yang dilakukan oleh seorang peserta lalu lintas perdagangan, yang diarahkan kearah sasaran memperbesar penjualan atau jasa yang dimaksudkan, oleh pihak yang berkepentingan dalam perniagaan.¹⁰

⁷ Arliman, Laurensius. "Peranan Metodologi Penelitian Hukum Di Dalam Perkembangan Ilmu Hukum Di Indonesia." *Soumatara Law Review* 1, no. 1 (2018): 112-132.

⁸ Barus, Zulfadli. "Analisis Filosofis Tentang Peta Konseptual Penelitian Hukum Normatif Dan Penelitian Hukum Sosiologis." *Jurnal Dinamika Hukum* 13, no. 2 (2013): 307-318.

⁹ Andrian, Muhamad. "Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Produk Kecap Abc Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Pamarayan Serang)." Phd Diss., Universitas Islam Negeri " Sultan Maulana Hasanuddin" Banten, 2018.

¹⁰ Nisak, Elok Choirun. "Perlindungan Hukum Bagi Wajib Pajak Reklame Terhadap Pemungutan Jaminan Biaya Bongkar Dan Titipan Uang Pajak Di Kota Surabaya." Phd diss., UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2014.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan, dengan pujian atau gambar dan sebagainya, dengan tujuan agar dagangan tersebut lebih laku.¹¹ Pengertian reklame menurut Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perizinan Reklame menyatakan bahwa, reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji suatu barang, jasa atau orang, adapun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.

Perkembangan teknologi yang juga diikuti oleh perkembangan pada jenis dan visual yang ditampilkan papan reklame, reklame bukan lagi hanya pengertian sederhana seperti spanduk dan sejenisnya.¹² Namun perkembangan baik dalam ukuran maupun bentuk tampilan visualnya yang mengikuti perkembangan teknologi itu sendiri. Di Indonesia terdapat kecenderungan membedakan reklame dan iklan berdasarkan kategori penempatannya, sehingga reklame digunakan untuk menyebutkan media periklanan luar ruang, sedangkan iklan untuk menyebutkan media periklanan dalam ruang. Namun jika ditinjau dari etimologinya, reklame dan iklan mempunyai makna yang setara. Iklan dari kata *i'lan* (Bahasa arab) berarti pengumuman, dan reklame berarti seruan yang berulang-ulang, maka kedua istilah tersebut terkait dengan media periklanan ini mengandung makna yang setara yaitu untuk kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat atau khalayak sasaran pesan.

Di dalam Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014, penyelenggara reklame harus memenuhi persyaratan administrasi berdasarkan ketentuan yang terdapat pada pasal 16 bab IV Peraturan Walikota Denpasar tentang penyelenggaraan reklame di Kota Denpasar. Apabila ditemukannya suatu reklame yang tidak sesuai dengan prosedur dan tidak memiliki izin pemasangan reklame dapat dikenakan suatu sanksi administrasi berupa pencabutan izin pemasangan, pembongkaran dan penurunan terhadap reklame yang telah dipasang serta sanksi administrasi berupa tidak diperkenankan mengajukan izin penyelenggaraan reklame yang baru dalam jangka waktu 1 tahun terhitung sejak tanggal pencabutan.¹³

Penerapan sanksi hukum administrasi merupakan suatu aturan yang dilakukan oleh pemerintah guna untuk memberikan sanksi denda pada pelanggar sebagai bentuk dari sanksi administrasi yang dilakukan oleh aparat pemerintah dalam pemberian izin dikarenakan bagi penyelenggara reklame tidak memberikan laporan atas perkembangan penyelenggaraan reklame yang mereka lakukan, hal tersebut berkaitan dengan bentuk sanksi administrasinya yaitu sanksi denda.¹⁴ Adapun faktor yang menjadi penyebab adanya pelanggaran atas penyelenggaraan reklame menurut Kepala Kesatuan Polisi Pamong Praja adalah kurangnya disiplin dan ketidak taatan

¹¹ Syukri, Muhammad. "Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Jambi Periode 2014-2016." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 4, no. 1 (2020): 82-87.

¹² Fachruddin, Andi. *Dasar-dasar produksi televisi: Produksi berita, feature, laporan investigasi, dokumenter dan teknik editing*. Kencana, 2017.

¹³ Wijaya, I. Ketut Kasta Arya, and Luh Putu Suryani. "Implementasi Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame." *Jurnal Konstruksi Hukum* 2, no. 2 (2021): 350-355.

¹⁴ Nasution, Bahder Johan. "Penerapan Sanksi Administratif Sebagai Sarana Pengendali Pembatasan Terhadap Kebebasan Bertindak Bagi Notaris." *Recital Review* 2, no. 1 (2020): 1-13.

terhadap suatu tata tertib yang sudah ditetapkan baik dalam Peraturan Walikota Denpasar No 3 tahun 2014 Tentang Perizinan Reklame.

Jadi tindakan hukum yang dilakukan oleh satuan polisi pamong praja terhadap pemasangan reklame tanpa izin adalah dengan mengirimkan surat teguran kepada pihak pemohon yang menyatakan bahwa reklame yang dipasang tersebut merupakan ilegal atau masa berlakunya telah habis. Jangka waktu yang diberikan masa berlakunya Izin Reklame Isidentil adalah jangka waktu 1 sampai dengan 30 hari, sedangkan Izin Reklame Permanen jangka waktu paling lama 5 tahun dan dapat diperpanjang sebelum berakhirnya masa izinnya. Hal ini diatur dalam pasal 13 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 tahun 2014 tentang Perizinan Reklame.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 25 maret 2020 dengan bapak Ida Bagus Udiana, selaku kepala bidang SDA, pelanggaran terhadap pemasangan reklame di Kota Denpasar yang telah melanggar aturan yang ada dalam Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 tahun 2014 tentang penyelenggaraan reklame. Adapun suatu tim yang dimana secara rutin melakukan pengecekan dan menjaring reklame yang telah diselenggarakan dan sudah memenuhi persyaratan yang diatur dalam Peraturan Wali Kota Denpasar Nomor 3 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame, dan termasuk dalam menindak reklame yang tidak memiliki izin. Adapun beberapa data yang dicatatkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Denpasar jumlah pelanggaran reklame pada tahun 2016 sejumlah 323 pelanggaran, pada tahun 2017 sejumlah 17 pelanggaran, dan pada tahun 2018 sejumlah 9 pelanggaran.

Adapun suatu pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh Penyelenggara Reklame yang seringkali diterbitkan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Denpasar. Penyimpangan izin dalam mendirikan reklame (ilegal) merupakan pelanggaran yang tidak bisa ditawar-tawar lagi legalitasnya. Dalam hal ini Satuan Polisi Pamong Praja Kota Denpasar sudah mempunyai kewenangan dalam mengambil tindakan dan menertibkan reklame tersebut karena merugikan Pemerintah Kota Denpasar dan hanya menguntungkan satu pihak bagi pemasang reklame tersebut. Penyimpangan reklame tetap yang mempunyai ukuran besar pun juga terjadi pada wilayah administratif Kota Denpasar. Reklame biasanya dapat berupa Billboard, Shop Panel, Reklame Primatek.

3.2 Upaya dan Kendala Terkait Penegakan dalam Pemasangan Reklame Tanpa Izin di Kota Denpasar

Upaya penegakan merupakan tindakan yang harus dilakukan oleh pemerintah yang berwenang guna menegakkan peraturan yang berlaku terkait pemasangan reklame tanpa izin di Kota Denpasar. Tindakan pemerintah digolongkan menjadi dua yakni tindakan pemerintah berdasarkan hukum (*rechtshandeling*) dan tindak pemerintahan yang berdasarkan fakta atau tindakan materiil (*feitelijke handeling*).¹⁵ Tindak pemerintahan berdasarkan hukum di bagi menjadi dua yaitu Tindakan Hukum Privat dan Tindakan Hukum Publik. Karena tindakan pemerintah dalam penertiban dan pendayagunaan tanah terlantar menimbulkan akibat hukum atau kewajiban bagi pemegang hak atas tanah agar menggunakan, mengusahakan, dan

¹⁵ Ujang Charda, S. "Potensi Penyalahgunaan Kewenangan Oleh Pejabat Administrasi Negara Dalam Pengambilan dan Pelaksanaan Kebijakan Publik." *Jurnal Wawasan Hukum* 27, no. 02 (2012): 588.

memanfaatkan tanahnya sesuai dengan peruntukannya atau hak atas tanahnya hapus dan menjadi tanah negara.¹⁶ Adapun upaya yang dilakukan pemerintah dibagi menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Upaya Preventif

Izin reklame untuk menyelenggarakan atau memasang Reklame, yaitu benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menari perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah. izin untuk memasang berbagai perangkat periklanan atau reklame di tempat usaha atau di lokasi lainnya dalam waktu tertentu.¹⁷ Penyelenggara reklame dibedakan menjadi dua yaitu Penyelenggara reklame/biro reklame yaitu badan yang bergerak dibidang jasa periklanan baik atas namanya sendiri atau atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya, sedangkan penyelenggara reklame lainnya adalah pemilik reklame/produk yaitu orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas namanya sendiri.¹⁸ Sebagai contoh pemilik yang menyelenggarakan reklame/produk langsung oleh pemiliknya seperti sebuah usaha berupa toko yang ingin memasang neonbox atau papan nama tokonya - baik di permukaan gedung maupun di tiang papan nama khusus yang dapat dipasang dipinggir jalan - wajib memiliki izin reklame dan membayar retribusi pajak reklame kepada pemerintah kota setempat.

Adapun untuk iklan yang dipasang di tempat-tempat yang sudah disediakan - seperti billboard, papan iklan, ruang penempelan spanduk, videotron, dan lain-lain - biasanya pelaku usaha tidak secara langsung membayar pajak reklame tersebut, melainkan melalui perusahaan jasa periklanan yang sudah memiliki hak pengelolaan tempat-tempat beriklan tersebut.

2. Upaya Represif

A) Upaya Dalam Pengawasan

Sifat utama dari pengawasan secara hukum (melalui penelitian berbagai undang-undang dan aturan) adalah sebagai berikut:

- a. Peraturan tertulis menyatakan secara tegas bahwa pemasang iklan harus tunduk atau mengutamakan kepentingan masyarakat, dengan sanksi denda atau kurungan penjara jika terbukti bersalah melakukan pelanggaran.
- b. Peraturan legal dapat mengungkap hal-hal yang semula tersembunyi.

¹⁶ Saragih, Bambang Dipa. "Analisis Yuridis Berlakunya Pp No. 11 Tahun 2010 Tentang Penertiban dan Pendayagunaan Tanah Terlantar dan Permasalahan yang Ditimbulkan." *Premise Law Journal* 11 (2016): 14161.

¹⁷ Hasanah, Rofiqoh. "Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pesawaran Perspektif Ekonomi Islam Periode 2012-2018." PhD diss., UIN Raden Intan Lampung, 2019.

¹⁸ Michael, Tomy. "Permasalahan Hukum Dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame." *DiH Jurnal Ilmu Hukum* 15 (2019): 79-86.

c. Hukum, baik yang tertulis maupun yang tidak tertulis, baru akan dapat diterapkan bila ada tuntutan dari penggugat atau ada keputusan seseorang.¹⁹

B) Penertiban Reklame yang menyalahi aturan

Penertiban papan reklame yang ada di Kota Denpasar beragam dari reklame yang tidak memiliki izin, reklame pemasangannya tidak sesuai atau dilarang oleh pemerintah, reklame yang tidak membayar pajak dan reklame masa berlakunya sudah habis, Polisi Pamong Praja di berikan kewenangan oleh undang-undang dalam penegakan hukum di daerah.²⁰

Tim gabungan penertiban yang dikomandani Satuan Polisi Pamong Praja Kota Denpasar kembali menertibkan billboard kadaluarsa. Kegiatan ini merupakan tindak lanjut dari penegakan peraturan Walikota Nomor 3 Tahun 2014 tentang Penataan Reklame. Dalam melakukan pembongkaran billboard, ini juga bertujuan untuk menekan pemasangan reklame yang liar atau tidak memiliki izin. Penertiban papan billboard setiap minggunya membongkar sebanyak dua papan billboard. Sedangkan untuk penertiban reklame dilakukan setiap hari. Pembongkaran reklame tersebut adalah untuk menata wajah Kota Denpasar supaya tidak kelihatan kumuh dan semarawut. Dalam upaya penataan reklame di Kota Denpasar, sisa papan reklame yang masih ada di Kota Denpasar akan dibongkar secara bertahap. Mengingat pembongkaran papan reklame sangat susah dan membutuhkan tenaga teknis. Hal ini agar tidak menyalahi aturan dalam pemasangan reklame. Disamping itu untuk pemasang reklame agar memperhatikan batas waktu pemasangan. Bila susah selesai masa waktu pemasangan agar segera membongkar untuk membantu penataan reklame di Kota Denpasar.

1. Upaya Penegakan Hukum

Dalam suatu perundang-undangan merupakan suatu proses pembentukan atau proses membentuk peraturan-peraturan negara, baik ditingkat pusat maupun ditingkat daerah. Pembentukan peraturan perundang-undangan pada dasarnya merupakan salah satu dari pembentukan hukum tertulis, itu tidak hanya berupa peraturan perundang-undangan, tetapi juga mencakup pembentukan traktat dan yurisprudensi.²¹ Kitab Undang-Undang Hukum Pidana untuk menjadi pedoman bagi pembentuk undang-undang dalam menempatkan pidana pada setiap undang-undang berikutnya, termasuk peraturan daerah.²² Adapun yang perlu diperhatikan dalam pembentukan peraturan

¹⁹ Kusumo, Wisnu Dani. "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Pemasangan Alat Peraga Kampanye Pemilu Legislatif Tahun 2014 Di Kota Yogyakarta." PhD diss., Universitas Islam Indonesia, 2015.

²⁰ Asmika, I. Gusti Ayu Agung Jennie, I. Nyoman Suyatna, and I. Ketut Suardita. "Upaya Penertiban Penyelenggaraan Reklame Di Kota Denpasar." *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana, Kertha Negara OJS Unud, Denpasar* (2016).

²¹ Barlian, Aristo Evandy A. "Konsistensi Pembentukan Peraturan Daerah Berdasarkan Hierarki Perundang-undangan dalam Prespektif Politik Hukum." *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 4 (2016): 605-622.

²² Aditya, Zaka Firma. "Romantisme Sistem Hukum Di Indonesia: Kajian Atas Kontribusi Hukum Adat Dan Hukum Islam Terhadap Pembangunan Hukum Di Indonesia." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 8, no. 1 (2019): 37-54.

perundang-undangan yang menggunakan ketentuan hukum pidana yaitu :

- 1) Ketentuan dalam Pasal 103 KUHP, yang menentukan bahwa ketentuan-ketentuan dalam delapan *title* yang pertama dari Buku 1 KUHP berlaku juga terhadap pembuatan-pembuatan yang dalam peraturan perundang-undangan lain diancam pidana, kecuali apabila didalam undang-undang ditentukan lain;
- 2) Dirumuskan dengan jelas, tegas, dan cermat, karena ketentuan pidana ini berhubungan erat dengan kepastian hukum bagi seseorang. Dalam hal ini sanksi pidana harus jelas perumusannya, apakah sanksi pidana tersebut bersifat kumulatif, alternative, atau kumulatif/alternative;
- 3) Bagi tindak pidana yang dilakukan oleh suatu badan hukum, perseroan, yayasan, atau suatu perserikatan lainnya.²³

Adapun suatu kendala dalam penerapan sanksi administrasi terhadap pihak penyelenggara reklame tersebut yang tak lepas dari tidak berfungsinya salah satu komponen model system implementasi sanksi administrasi yaitu adanya suatu unsur pelaksana ialah BPPT dan Satuan Polisi Pamong Praja kurangnya suatu ketegasan terhadap pihak pelaku usaha agar mereka mau untuk hadir pada saat dilakukannya pemanggilan. Dalam suatu keberhasilan dalam suatu kebijakan itu yaitu tergantung dengan suatu terlaksananya komponen model system implementasi kebijakan publik. Adapun model dalam suatu komponen sistem implementasi kebijakan publik yaitu : 1. adanya program yang terlaksana, 2. adanya suatu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan untuk bisa menerima maaf dalam program tersebut baik dari segi perubahan maupun peningkatan, 3. Dari segi unsur terlaksananya baik organisasi maupun perseorangan yang dapat bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksana dan pengawasan dalam proses implementasi tersebut, 4. Adanya suatu faktor lingkungan.²⁴

Kendala yang dihadapi saat pemanggilan kepada pihak pemohon terkait atas pelanggaran reklame yang dilakukan oleh penyelenggaraan reklame namun tidak direspon oleh penyelenggara reklame tersebut. Dalam suatu upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi dalam hambatan tersebut ialah dengan mengeluarkannya suatu Surat Keputusan Pencabutan Izin Reklame tersebut kepada penyelenggara reklame dan membuat surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan adanya suatu pelanggaran izin reklame untuk dilakukan penindakan oleh Satuan Polisi Pamong Praja yang sesuai dengan peraturan yang sudah berlaku. Ada beberapa faktor yang dapat menentukan kegagalan dan keberhasilan dalam implementasi kebijakan menurut Arif Rohman yaitu:

1. Faktor yang terletak pada rumusan kebijakan yang telah dibuat oleh para pengambil keputusan, menyangkut kalimatnya jelas atau tidak, sarannya tepat atau tidak, mudah dipahami atau tidak, mudah diinterpretasikan atau tidak, dan terlalu sulit dilaksanakan atau tidak²⁵;

²³ Soeprapto, Maria Farida Indrati, and A. Hamid S. Attamimi. *Ilmu Perundang-undangan: Dasar-dasar dan pembentukannya*. (Kanisius, Jakarta, 1998), 164.

²⁴ Nugroho, Tri Cahyo. "Implementasi Kebijakan Program Gerakan "Mappadeceng" Dalam Bidang Pendidikan Di Kabupaten Soppeng." PhD diss., Universitas Hasanuddin, 2021.

²⁵ Solichin, Mujiyanto. "Implementasi Kebijakan Pendidikan Dan Peran Birokrasi." *Religi: Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2015): 148-178.

2. Faktor yang terletak pada personil pelaksana, yakni yang menyangkut tingkat pendidikan, pengalaman, motivasi, komitmen, kesetiaan, kinerja, kepercayaan diri, kebiasaan-kebiasaan, serta kemampuan kerjasama dari para pelaku pelaksana kebijakan.²⁶ Termasuk dalam personil pelaksana adalah latar belakang budaya, bahasa, serta ideologi kepartaian masing-masing. Semua itu akan sangat mempengaruhi cara kerja mereka secara kolektif dalam menjalankan misi implementasi kebijakan; Faktor yang terletak pada sistem organisasi pelaksana, yakni menyangkut jaringan sistem, hirarki kewenangan masing-masing peran, model distribusi pekerjaan, gaya kepemimpinan dari pemimpin organisasinya, aturan main organisasi, target masing-masing tahap yang ditetapkan, model monitoring yang biasa dipakai, serta evaluasi yang dipilih.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan tindakan hukum yang dilakukan oleh satuan polisi pamong praja terhadap pemasangan reklame tanpa izin adalah dengan mengirimkan surat teguran kepada pihak pemohon yang menyatakan bahwa reklame yang dipasang tersebut merupakan ilegal atau masa berlakunya telah habis. Jangka waktu yang diberikan masa berlakunya Izin Reklame Isidentil adalah jangka waktu 1 sampai dengan 30 hari, sedangkan Izin Reklame Permanen jangka waktu paling lama 5 tahun dan dapat diperpanjang sebelum berakhirnya masa izinnnya. Hal ini diatur dalam pasal 13 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 tahun 2014 tentang Perizinan Reklame. Upaya yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan reklame yang melanggar aturan yaitu : upaya preventif dan upaya represif. Dalam upaya preventif meliputi pengenaan pajak reklame yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 sebagai mana telah diubah dalam Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 jo Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 Tentang Pajak Daerah. Kendala dalam penerapan sanksi administrasi bagi penyelenggara reklame yaitu berupa surat pemanggilan terhadap pemohon terkait pelanggaran izin yang telah dilakukan oleh penyelenggara reklame namun tidak ada tanggapan dari penyelenggara tersebut. Dalam melakukan suatu upaya untuk mengatasi hambatan ini ialah dengan cara mengeluarkan Surat Keputusan Pencabutan Izin Reklame kepada penyelenggara reklame dan membuat suatu surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan pelanggaran izin reklame untuk dilakukan penindakan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan peraturan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adrian, Sutedi. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. (Sinar Grafika. Jakarta, 2011).
- Soeprapto, Maria Farida Indrati, and A. Hamid S. Attamimi. *Ilmu Perundang-undangan: Dasar-dasar dan pembentukannya*. (Kanisius, Jakarta, 1998).

²⁶ Dana, Putu Mastika, and I. Nyoman Suprapta. "Implementasi Kebijakan Dana Desa dalam Pengembangan Potensi Desa Di Desa Pegadungan Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng." *Locus* 11, no. 2 (2019).

Utrecht, Ernest, and S. D. Mohammad. *Pengantar dalam Hukum Indonesia*, Cet.23. (Ichtiar, Jakarta, 2011).

Jurnal Ilmiah

- Aditya, Zaka Firma. "Romantisme Sistem Hukum Di Indonesia: Kajian Atas Kontribusi Hukum Adat Dan Hukum Islam Terhadap Pembangunan Hukum Di Indonesia." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 8, no. 1 (2019).
- Andrian, Muhamad. "Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Produk Kecap Abc Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Di Pasar Pamarayan Serang)." Phd Diss., Universitas Islam Negeri " Sultan Maulana Hasanuddin" Banten, 2018.
- Arliman, Laurensius. "Peranan Metodologi Penelitian Hukum Di Dalam Perkembangan Ilmu Hukum Di Indonesia." *Soumatara Law Review* 1, no. 1 (2018).
- Asmika, I. Gusti Ayu Agung Jennie, I. Nyoman Suyatna, and I. Ketut Suardita. "Upaya Penertiban Penyelenggaraan Reklame Di Kota Denpasar." *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana, Kertha Negara OJS Unud, Denpasar* (2016).
- Barlian, Aristo Evandy A. "Konsistensi Pembentukan Peraturan Daerah Berdasarkan Hierarki Perundang-undangan dalam Prespektif Politik Hukum." *FIAT JUSTISIA: Jurnal Ilmu Hukum* 10, no. 4 (2016).
- Barus, Zulfadli. "Analisis Filosofis Tentang Peta Konseptual Penelitian Hukum Normatif Dan Penelitian Hukum Sosiologis." *Jurnal Dinamika Hukum* 13, no. 2 (2013).
- Dana, Putu Mastika, and I. Nyoman Suprpta. "Implementasi Kebijakan Dana Desa dalam Pengembangan Potensi Desa Di Desa Pegadungan Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng." *Locus* 11, no. 2 (2019).
- Fachruddin, Andi. *Dasar-dasar produksi televisi: Produksi berita, feature, laporan investigasi, dokumenter dan teknik editing*. Kencana, 2017.
- Hasanah, Rofiqoh. "Pengaruh Penerimaan Pajak Reklame dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Pesawaran Perspektif Ekonomi Islam Periode 2012-2018." PhD diss., UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- Jatiningrum, M. and Resen, M.G.S.K., "Pembatasan Titik Pemasangan Reklame Di Kota Denpasar". *Journal Kertha Negara* 6, No. 5, (2018),
- Kesuma, Koko Indra, and Muaz Zul. "Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Penanganan Gelandangan Dan Pengemis Di Kota Medan Pada Dinas Kesejahteraan Sosial Provinsi Sumatera Utara." *Jurnal Administrasi Publik: Public Administration Journal* 4, no. 1 (2014).
- Kusumo, Wisnu Dani. "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Pemasangan Alat Peraga Kampanye Pemilu Legislatif Tahun 2014 Di Kota Yogyakarta." PhD diss., Universitas Islam Indonesia, 2015.
- Michael, Tomy. "Permasalahan Hukum Dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame." *DiH Jurnal Ilmu Hukum* 15 (2019).

- Nasution, Bahder Johan. "Penerapan Sanksi Administratif Sebagai Sarana Pengendali Pembatasan Terhadap Kebebasan Bertindak Bagi Notaris." *Recital Review* 2, no. 1 (2020).
- Nisak, Elok Choirun. "Perlindungan Hukum Bagi Wajib Pajak Reklame Terhadap Pemungutan Jaminan Biaya Bongkar Dan Titipan Uang Pajak Di Kota Surabaya." PhD diss., UNIVERSITAS AIRLANGGA, 2014.
- Nugroho, Lanugranto Adi. "Konsumen Dan Jasa Transportasi (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Pada Konsumen Fasilitas Publik Transportasi Darat Dan Pelayanan Jasa Transportasi Perusahaan Otobus Di Kabupaten Wonogiri)." PhD diss., Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008.
- Nugroho, Tri Cahyo. "Implementasi Kebijakan Program Gerakan "Mappadeceng" Dalam Bidang Pendidikan Di Kabupaten Soppeng." PhD diss., Universitas Hasanuddin, 2021.
- Pesik, Vera Fransisca. "Faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pajak reklame di Kota Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 3 (2013).
- Saragih, Bambang Dipa. "Analisis Yuridis Berlakunya Pp No. 11 Tahun 2010 Tentang Penertiban dan Pendayagunaan Tanah Terlantar dan Permasalahan yang Ditimbulkan." *Premise Law Journal* 11 (2016).
- Solichin, Mujianto. "Implementasi Kebijakan Pendidikan Dan Peran Birokrasi." *Religi: Jurnal Studi Islam* 6, no. 2 (2015).
- Syukri, Muhammad. "Analisis Potensi Penerimaan Pajak Reklame di Kota Jambi Periode 2014-2016." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 4, no. 1 (2020).
- Ujang Charda, S. "Potensi Penyalahgunaan Kewenangan Oleh Pejabat Administrasi Negara Dalam Pengambilan dan Pelaksanaan Kebijakan Publik." *Jurnal Wawasan Hukum* 27, no. 02 (2012).
- Wijaya, I. Ketut Kasta Arya, and Luh Putu Suryani. "Implementasi Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame." *Jurnal Konstruksi Hukum* 2, no. 2 (2021).

Peraturan Perundang-Undangan

- Peraturan Daerah Kota Denpasar Nomor 11 tahun 2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame, Lembaran Daerah Kota Denpasar Tahun 2012 Nomor 11, Tambahan Lembaran Daerah Kota Denpasar Nomor 11.
- Peraturan Daerah Kota Denpasar nomor 14 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perizinan Reklame Lembaran Daerah Kota Denpasar Tahun 2008 Nomor 14, Tambahan Lembaran Daerah Kota Denpasar Nomor 14.
- Peraturan Walikota Nomor 3 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Denpasar, Berita Daerah Kota Denpasar Tahun 2013 Nomor 3.