

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Reklame di Indonesia memainkan peran sentral dalam pemandangan sehari-hari, berfungsi sebagai medium utama untuk mempromosikan berbagai bisnis, menyampaikan pemberitahuan penting, dan mengkomunikasikan berbagai informasi sebagai bagian dari agenda publik. Secara harfiah, reklame didefinisikan sebagai alat untuk memberikan informasi tentang barang, definisi, gambar, dan elemen lainnya dengan tujuan meningkatkan penjualan (kutipan). Namun demikian, di balik kemanan dan keefektifan periklanan, terdapat kompleksitas dan tantangan, terutama di kota-kota seperti Malang, di mana keberadaan reklame cenderung tidak selaras dengan konsep perancangan kota yang baik.

Hal ini dikarenakan penempatan reklame yang tidak mematuhi aturan dan lokasi yang telah ditetapkan, yang pada gilirannya dapat mengurangi keindahan lingkungan dan kawasan sekitarnya (Kutipan). Permasalahan semakin rumit dengan munculnya reklame tanpa izin resmi, sementara perolehan izin tersebut sebenarnya dapat memberikan kontribusi signifikan pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) (kutipan). Ini menciptakan ketegangan antara aspirasi memajukan usaha dan kebutuhan untuk menjaga integritas visual dan estetika kota.

Penting untuk memahami bahwa reklame bukan sekadar fenomena komersial, melainkan juga bentuk komunikasi visual yang memainkan peran penting dalam membentuk identitas kota. Namun, paradoks muncul karena keberadaan reklame seringkali tidak sejalan dengan upaya perancangan kota yang baik. Penempatan yang sembarangan dan tanpa izin dapat menciptakan kesan kota yang tidak teratur dan merusak kualitas visual.

Melalui pengaturan dan pengawasan reklame, pemerintah daerah berusaha menemukan keseimbangan antara memberikan ruang untuk aktivitas bisnis dan menjaga kualitas lingkungan. Misalnya melalui produk kebijakan (Hermawan, Y. (2020). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(7), 404-411.), (Siregar, W., & Suri, D. M. (2018). Analisis Pelaksanaan Kebijakan Penertiban penataan Pemasangan Reklame Luar Ruangan di Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(1), 176-190.). namun demikian upaya kebijakan tersebut gagal setidaknya di sebabkan oleh ebebrapa hal seperti reklame masih dianggap sebagai sumber PAD (Bastaman, K. (2019). Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kabupaten Subang. *The World of Public Administration Journal*, 42-62.) (Nugraha, A. A. (2017). Pengaruh Implementasi Kebijakan Tentang Pajak Daerah Terhadap Pencapaian Target Pajak Reklame Tahun 2014 Oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Tasikmalaya. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 3(1), 33-48.) dibandingkan sebagai upaya penertiban penataan tata ruang kota.

Penertiban penataan reklame di Kota Malang sesungguhnya telah diatur dalam Perwali no 27 tahun 2022 namun demikian pada tahun 2022 tercatat terdapat 1.694 buah reklame tanpa izin padahal penertiban penataan reklame telah diatur dalam Peraturan Wali Kota Nomor 27 mengenai penertiban penataan reklame

Tidak berbeda dengan kota-kota besar lainnya, pelanggaran pemasangan reklame , baik itu dari segi salah penempatan atau penempatan maupun reklame yang tidak berijin menunjukkan bahwa kebijakan tidak akan berjalan baik tanpa adanya implementasi yang baik. berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin melihat bagai mana implimentasi kebijakan penertiban penataan reklame di Kota Malang sebagai upaya penertiban penataan tata tuang kota.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian dapat merumuskan masalah pokok yang akan dibahas berdasarkan penjelasan latar belakang sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi kebijakan penertiban penataan reklame di Kota Malang?

1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai, maka berdasarkan penjelasan rumusan masalah sebelumnya dapat diuraikan menjadi:

1. Mengetahui bagaimana implementasi kebijakan penertiban penataan reklame di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademik

- a. Di harapkan penelitian yang dilakukan penulis dapat memberikan sebuah pemahaman akan pelaksanaan kebijakan dan penertiban penataan reklame di malang.
- b. Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan kajian pada studi kebijakan publik terutama yang berkaitan dengan implementasi penertiban pelanggaran reklame di malang.
- c. Merupakan bahan untuk referensi serta bacaan bagi penelitian yang akan datang jika tertarik mengambil tema yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Mengembangkan perseptif dan sikap kritis peneliti mengenai pelaksanaan kebijakan dan penertiban penataan reklame di kota malang Dapat dijadikan bahan

kajian oleh pihak terkait dalam pengambilan kebijakan terkait pengelolaan reklame.

1.5 Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan definisi yang berupa makna dan konsep yang terbilang masih sangat abstrak, meskipun demikian bisa diartikan secara intuitif. istilah yang peneliti gunakan yaitu kualitatif dimana peneliti gunakan buat mendeskripsikan serta menganalisis penelitian. Pentingnya penelitian ini, maka perlu adanya penjelasan dari definisi konsep yang dapat mendefinisikan arah serta ruang lingkup agar lebih memudahkan penelitian



1.5.1 Implementasi Kebijakan

Pelaksanaan suatu kebijakan hakekatnya merupakan sarana untuk mencapai tujuannya, tidak kurang juga tidak lebih. Implementasi suatu kebijakan public dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui implementasi langsung berupa program, dan melalui pedoman kebijakan derivasi atau turunan dari kebijakan publik. Penerapan kebijakan yang berbeda terlihat jelas, mulai dari program hingga proyek serta kegiatan. Model ini mengambil mekanisme manajemen tipikal, terutama administrasi sektor publik.

Kebijakan berawal dari program kemudian dijadikan ke dalam proyek, yang berwujud dalam kegiatan kolaboratif yang dilaksanakan oleh pemerintah terhadap masyarakat. Berkelanjutan guna mencapai perubahan kecil maupun besar. Kemudian disahkan.

Daniel A. Mazmanian dan Paul Sabatier (1979) mengutip terkait pentingnya implementasi, pada buku Solihin Abdul Wahab (2008: 65) menjelaskan: pelaksanaan berarti pemahaman terkait apa yang sebenarnya terjadi setelah pengesahan suatu program atau focus pada kebijakan, yaitu peristiwa atau kegiatan yang terjadi setelah pengesahan suatu program atau focus pada kebijaksanaan Negara. Mencakup upaya dalam mengadministrasikannya, mengelola, dan memiliki konsekuensi.

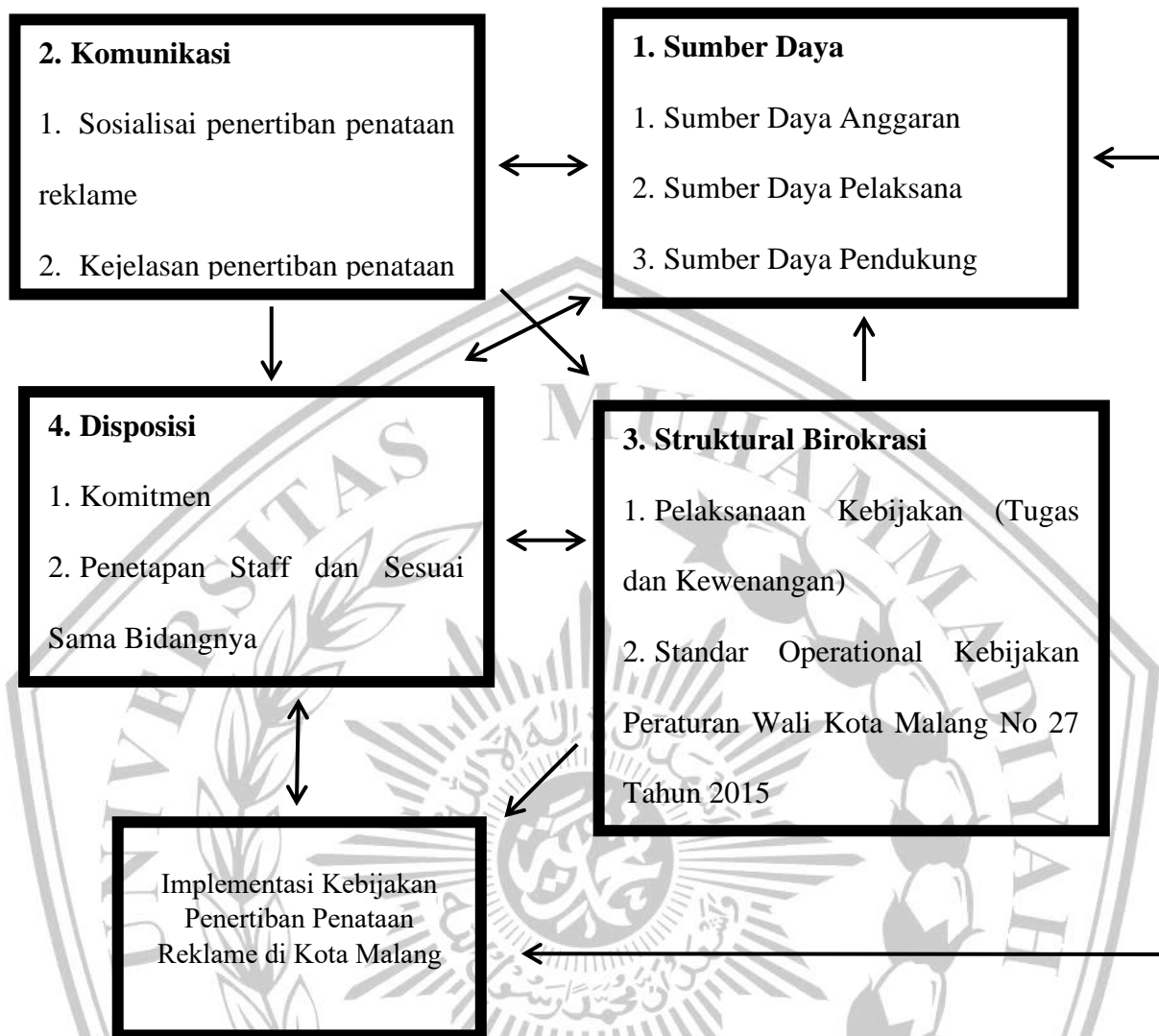
Dapat disimpulkan, berdasarkan penjelasan tersebut kebijakan bisa dimulai ketika sasaran dan tujuan sudah teridentifikasi serta ditetapkan dalam sebuah keputusan kebijakan. Dengan demikian, merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh banyak aktor yang berbeda agar hasil akhirnya konsisten dan sejalan dengan sasaran maupun tujuan kebijakan. George C. Edward, memiliki teori kebijakan yakni:

- a) Teori George C. Edward

Edward III memiliki pandangan (dalam Subarsono, 2011: 90-92), empat variable yang sangat mempengaruhi penerapan kebijakan yaitu :

1. Komunikasi, salah satu variable yang menjadi syarat dalam keberhasilan pelaksanaan kebijakan. Dengan adanya komunikasi yang jelas, maka para implementor mudah mengetahui mengenai hal yang harus dilakukan. Kemudian terkait tujuan serta sasaran kebijakan yang perlu dikomunikasikan terhadap kelompok target guna mengurangi gangguan penerapan. Pengintegrasian tersebut disebut juga dengan koordinasi.
2. Sumber daya, walaupun isi kebijakan sudah dijelaskan secara jelas dan konsisten, kebijakan tetap tidak akan berjalan efektif. Jika tidak memiliki variable sumber daya untuk melaksanakannya maka penerapan tidak bisa berjalan dengan efektif. Sumber daya ini bisa berupa sumber daya manusia, seperti keterampilan kinerja hingga sumber daya keuangan.
3. Disposisi, seorang implementor harus memiliki karakter melaksanakan perintah dengan baik, maka pelaksana dapat mengimplementasikan kebijakan secara baik seperti yang diharapkan oleh pembuat kebijakan.
4. Struktur Birokrasi, merupakan struktur organisasi yang bertanggung jawab atas kebijakan yang berpengaruh signifikan dengan penerapan kebijakan. Aspek struktur organisasi meliputi fragmentasi dan (SOP).

1.6 kerangka Berfikir



Kerangka berfikir penelitian diatas berdasarkan dari teori implementasi menurut Edward III yang menjadi dasar dari analisis implementasi suatu kebijakan dan penertiban penataan dari papan reklame di kota malang. Dalam melakukan analisis, terdapat 4 indikator yang saling terkait satu sama lain yaitu disposisi, struktur birokrasi, komunikasi, dan Sumber daya. Indicator pertama ialah komunikasi yang dapat di lakukan melalui sosialisasi kepada kelompok – kelompok pengusaha.Selain itu, pada indikator ini juga dapat dilakukan dengan cara koordinasi antara BP2D dengan Satpol PP.

Kedua yaitu Struktur birokrasi menjadi indikator kedua dalam melihat baik atau buruknya program kebijakan nreklame di Kota Malang. Indikator dapat didorong melalui pelaksana

kebijakan (tugas dan kewenangan bidang ketentraman dan ketertiban umum), dan SOP. Selain itu, item SOP dari Satpol PP harus sesuai dengan Perwal Malang Nomor 27 Tahun 2015

Selanjutnya yaitu Sumber daya, Adapun hal-hal yang dapat membantu Satpol PP dalam menjalankan kebijakan pemasangan reklame di Kota Malang dengan cara melihat aspek dari Sumber Daya Manusia di bidang ketertiban umum dan ketentraman yang memiliki kuantitas dan kualitas yang baik. Kemudian di Sumber daya pendukung dapat dilihat dari sisi alat, seperti ketersediaan kendaraan serta alat – alat yang dibutuhkan untuk menurunkan reklame yang bermasalah.

1.6 Definisi Operasional

1.6.1 Kebijakan Reklame di Kota Malang

1. Komunikasi Penertiban penataan Reklame Di kota Malang
 - a. Sosialisasi penertiban penataan reklame
 - b. Kejelasan penertiban penataan reklame
 - c. Konsistensi penertiban penataan reklame
- 2 . Sumber daya penertiban penataan reklame di kota malang
 - a. Sumber daya manusia dalam penertiban penataan reklame
 - b. Sumber daya anggaran penertiban penataan reklame
 - c. Sarana dan prasarana penertiban penataan reklame
3. Sikap Pelaksanaan Penertiban penataan Reklame Dikota Malang
 - a. Komitmen pelaksanaan dalam penertiban penataan reklame
 - b. Kapabilitas kompetensi pelaksana dalam penertiban penataan
4. Struktual Birokrasi Penertiban penataan Reklame Dikota Malang
 - a. Kewenangan penertiban penataan reklame

- b. SOP penertiban penataan reklame

1.6.2 Pemasalahan yang dihadapi dalam reklame yang dilakukan oleh Pemerintah wilayah Kota Malang berdasarkan Perwali Malang Nomor 27 Tahun 2015

- 1) Prapenindakan reklame yang dilaksanakan oleh satpol pp
- 2) Penindakan satpol pp dalam penertiban pelanggaran reklame
- 3) Pasca penindakan penertiban reklame yang dilanggar oleh masyarakat

1.7 Metode Penelitian

Metode kualitatif digunakan penulis di dalam penelitian ini, Penelitian kualitatif ialah pendekatan penelitian dengan cara mengumpulkan data serta berinteraksi langsung dengan orang di bidang penelitian. Metode ini bertujuan untuk menginterpretasikan makna dan memahami peristiwa interaksi terhadap perilaku dari sudut pandang peneliti.

metode kualitati memiliki focus tujuan yaitu untuk menilai partisipasi masyarakat terhadap penertiban pelanggaran terhadap papan reklame di kota malang yang didasarkan dengan peraturan wali kota malang pada no 27 di tahun 2015 mengenai penertiban penataan reklame.

1.7.1 Jenis Penelitian

Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang digunakan dalam jenis Penelitian ini. Penelitian deskriptif dianggap lebih luas dan detail karena tidak hanya meneliti serta melihat masalah tetapi juga variabel lain yang terkait dengan masalah tersebut. Penelitian deskriptif kualitatif lebih tertuju dalam menjelaskan dan menggambarkan serta member jawaban atas masalah yang diteliti secara mendetail. Tujuan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk mengetahui kebijakan pemasangan reklame di kota malang.

Dengan harapan hasil penelitian nanti, mampu menyajikan data serta memberikan gambaran nyata terkait kondisi lapangan.

1.7.2 Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan dalam Penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Akan di jelaskan secara rinci sebagai berikut

a) Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung di tempat dan umumnya didapatkan saat melakukan penelitian. Data ini diperoleh secara langsung tanpa perantara, dari orang-orang yang terlibat dalam permasalahan, Satpol PP menjadi sumber data utama dalam penelitian ini, dimulai dari Kepala Seksi Operasi, Kepala Bidang Ketentraman dan Ketertiban Umum, serta Komandan Pleton dan Analis Keamanan.

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Penjelasan menurut Sugiyono (2016:137), Data yang diperoleh melalui dokumen ataupun orang lain. Sumber dari data sekunder sebagai pelengkap data yang diperlukan dari data sebelumnya. Pendukung terkait data penelitian sekunder meliputi dokumen-dokumen yang terkait mengenai penelitian, juga arsip maupun lampiran yang diperlukan dalam penelitian. Ada pula dokumen yang di temukan pada saat penelitian yaitu salinan dari peraturan walikota Malang tahun 2015 nomor 27 tentang penertiban penataan papan reklame. Selain itu terdapat pula dokumen tugas pokok dan fungsi Satpol PP, serta Data personil.



1.7.3 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti memilih jenis yang digunakan dalam penelitian ialah penelitian kualitatif, dimana harus membutuhkan data yang spesifik dan jelas. pengumpulan data di lakukan secara observasi, wawancara dan dokumentasi dijelaskan menurut Sugiyono (2018:224). Teknik ini, dapat dipandang sebagai langkah strategis yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data dalam pemecah permasalahan. Dalam penelitian kualitatif, teknik ini memungkinkan data dapat diperoleh dengan jangka waktu yang relative lama. Oleh karena itu, peneliti memutuskan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi, wawancara, dan observasi.

a. Dokumentasi

Dokumentasi yang dipakai untuk mengumpulkan data berupa Dokumen Peraturan Wali Kota Malang, dokumen mengenai jumlah pemasangan reklame pada tahun 2022 dan laporan kegiatan lainnya yang relevan akan kebijakan penertiban penataan reklame di Kota Malang. Dokumen tersebut berasal dari Satpol PP Kota Malang. Dokumen-dokumen yang didapat pada saat penelitian yakni salinan Perwali Kota Malang mengenai penertiban penataan reklame. Selain itu terdapat pula dokumen tugas pokok dan fungsi, data personil, data laporan penertiban reklame insidentil tahun 2022, dan jenis reklame. Dokumen tersebut digunakan untuk melengkapi analisis penulis terhadap fakta yang terjadi dilapangan. Dokumen tugas pokok dan fungsi digunakan peneliti untuk mensinkronkan antara criteria tugas yang dijalankan oleh Satpol PP sebagai upaya untuk melakukan penertiban dan penertiban penataan di kota malang. Disamping itu, data personil digunakan oleh peneliti untuk mempertimbangkan ketersediaan atau kecukupan sumber daya manusia Satpol PP di dalam menjalankan tugas pokok dan

fungsinya. Sedangkan laporan terkait penertiban penataan reklame tahun 2022 digunakan peneliti untuk menghubungkan antara peran Satpol PP dan keterkaitannya dengan peraturan Walikota nomor 27 tahun 2015. Dan juga jenis reklame digunakan oleh peneliti untuk menganalisis peran penindakan dengan ketersediaan sumber daya manusia yang ada

b. Wawancara

Teknik dengan mengumpulkan data, kemudian menemukan permasalahan yang harus diteliti dan apabila peneliti ingin mengetahui hal lainnya dari responden dengan lebih lebih mendalam maka dapat menggunakan teknik wawancara. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada Bapak Basori, SH selaku komandan platoon dan coordinator penertiban reklame pada Satpol PP Kota Malang Wawancara ini dilakukan kepada objek penelitian yang dirasa sudah memenuhi kriteria narasumber serta paham dan mengerti terkait permasalahan mengenai penertiban pelanggaran papan reklame di kota Malang berdasarkan peraturan Walikota tahun 2015 pada no 27 tentang penertiban penataan reklame.

c. Observasi

Teknik dengan cara pengolahan data dan mempunyai karakteristik tertentu dibandingkan dengan teknik yang lainnya yaitu teknik Observasi. Teknik ini melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian. Selain itu, observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung dapat memberikan informasi atau data kepada peneliti. Sehingga peneliti dapat memahami dengan baik obyek dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pengamatan langsung dilakukan dalam penelitian ini terkait kegiatan-kegiatan yang ada di Satpol PP Kota Malang dalam penertiban pelanggaran reklame. Objek penelitian tersebut digunakan oleh peneliti sebagai upaya

untuk mensinkronkan data dan fakta sesuai dengan tema penelitian yang dikaji. Observasi lain juga dilakukan di tempat- tempat pemasangan reklame untuk melihat fakta terkait dengan penertiban dan penertiban penataan objek-objek reklame tersebut sehingga dari fakta yang ada peneliti dapat mengetahui bahwa masih belum adanya keteraturan dalam pemasangan objek-objek reklame.

1.7.4 Subjek penelitian

Subyek penelitian merupakan orang maupun pelaku yang menguasai kemudian terlibat langsung terkait permasalahan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan subyek penelitian kepada Satpol PP. Dari hasil wawancara diharapkan subyek penelitian dapat memberikan data serta informasi yang diperlukan, terkait penertiban terhadap pelanggaran papan reklame di Malang berdasarkan perwal nomor 27 tahun 2015 tentang penertiban penataan reklame. Selain hal tersebut, diharapkan subyek penelitian dapat membantu peneliti untuk memperoleh dan mengumpulkan data dalam pengambilan sample.

1.7.5 Teknik analisis data

data empiris yang telah didapatkan merupakan data kualitatif, seperti kumpulan kata-kata, daftar angka, dan digolongkan dalam kategori atau struktur kategori, maka dapat dilakukan dengan analisis data kualitatif. Secara kualitatif terdapat tiga model analisis data yang peneliti gunakan yaitu

a. Reduksi data

Reduksi data ialah upaya untuk menganalisis data untuk dijadikan sebagai rangkuman, pengolongan tema dan penyeleksian informasi dan data yang perlu sehingga dapat menjawab keterhubungan antara penertiban penataan reklame,

tugas satpol pp serta peraturan dari walikota pada tahun 2015 nomor 27. Analisis data juga didapat melalui wawancara dengan pihak terlibat seperti komandan pleton dan coordinator penertiban reklame, kepala bidang ketentraman dan ketertiban umum, kepala dari seksi operasi,serta komandan pleton dan analisis keamanan. Dari hasil wawancara tersebut, reduksi data dilakukan peneliti untuk mentranskrip hasil wawancara dengan mengambil inti dari informasi yang disesuaikan dengan konteks penelitian. Sehingga secara sederhana dari ringkasan uraian yang ada kemudian akan digolongkan dan dilakukan penyeleksian.

b. Penyajian data

Pada saat penyajian data, peneliti mengumpulkan, merangkum serta mensintesis semua data yang diperoleh dan dianggap relevan sehingga dapat ditarik kesimpulan dengan menghubungkan dengan fenomena yang terjadi, regulasi yang mengatur, pihak yang terkait tujuan untuk mengetahui permasalahan yang dapat ditindak lanjuti sehingga bisa memperoleh kevalidan data berdasarkan data yang ada. Tahap ini juga di mungkinkan untuk di tambahkan sumber-sumber data lain seperti penelitian terdahulu, jurnal-jurnal yang terkait dan disesuaikan dengan fakta yang ditemukan oleh peneliti dilapangan.

c. Kesimpulan

Bagian terakhir dalam analisis suatu data yaitu kesimpulan, berdasarkan verifikasi hasil penelitian yang menghubungkan antara fakta yang ditemukan terkait penertiban penataan reklame, peraturan walikota yang mengatur tentang reklame dan satpol pp yang menjalankan tugas pengawasan dan penertiban

penataan. Data tersebut adalah hasil validasi dengan mencocokkan data serta pengamatan peneliti sehingga memenuhi unsur penarikan kesimpulan, selain itu penarikan kesimpulan ini disesuaikan juga dengan aspek teoritis juga fakta yang ditemukan oleh peneliti di lapangan.

