

Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Izin Reklame di Kota Surabaya

Albar Prastya Nugraha

(SI Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

Albarnugraha@mhs.unesa.ac.id

Hananto Widodo

(S1 Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya)

Hanantowidodo@unesa.ac.id

Abstrak

Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame pada pasal 4 ayat (1) menjelaskan bahwa setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memperoleh izin penyelenggaraan reklame dari Walikota. Namun pada kenyataannya, masih banyak orang yang tidak melakukan izin dan melakukan pelanggaran penyelenggaraan reklame di Kota Surabaya. Hal tersebut berdampak pada Pendapatan Asli Daerah Kota Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa yang menjadi kendala penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya sehingga sampai saat ini pelanggaran mengenai izin reklame masih tetap ada serta untuk mengetahui apa upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengoptimalkan penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis sosiologis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya tidak berjalan efektif. Terdapat kendala dalam proses penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya yaitu minimnya personil Satuan Polisi Pamong Praja sebagai penegak hukum, dan ketidaktaatan masyarakat Kota Surabaya terhadap peraturan yang berlaku.

Kata kunci : izin, penegakan hukum, reklame, kendala

Abstract

Surabaya Mayor Regulation No. 21 of 2018 on Procedure for Managing Advertisements in Article 4 paragraph (1) explains that every individual or agency that will conduct advertisement in the Region must obtain the advertisement permit from the Mayor. But in reality, there are still many people who do not permit and violate the advertisement in Surabaya. This has an impact on the Original Revenue of the City of Surabaya. The purpose of this study is to find out what are the obstacles to law enforcement for violations of advertisement license violations in the city of Surabaya so that until now violations regarding advertisement licenses still exist and to find out what efforts have been made by the Surabaya City Government to optimize law enforcement against violations of advertisement license violations in the city of Surabaya. This research uses sociological juridical research type. Data collection is done by interview and documentation. The data analysis technique used is descriptive qualitative. The results showed that law enforcement against advertisement license violations in Surabaya City was not effective. There are obstacles in the process of law enforcement on violations of advertisement license violations in Surabaya, namely the lack of personnel from the Civil Service Police Unit as law enforcers, and the disobedience of the people of Surabaya City against the applicable regulations.

Keywords: permit, law enforcement, advertisement, obstacles

PENDAHULUAN

Kota Surabaya termasuk kota terbesar nomor dua di Indonesia setelah Ibu Kota Jakarta, yang memiliki tingkat kepadatan penduduk, laju perekonomian dan bisnis yang

sangat padat kondisinya sama seperti di Ibu Kota Jakarta (Mahvido, 2016:4). Dalam rangka perkembangan dan pertumbuhan perekonomian daerah, pemerintah daerah memerlukan peraturan untuk mengatur, mengawasi dan mengendalikan suatu daerah agar pembangunan dapat

terlaksana dengan baik. Pengendalian dan pengawasan pemerintah dapat dilaksanakan melalui mekanisme instrumen salah satu bentuknya yakni perizinan (Hadjon, 1993:1).

Perizinan memiliki pengertian yakni, suatu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan yang bersifat pemeliharaan pengawasan dan ketertiban. Bentuk pemeliharaan pengawasan dan ketertiban memiliki guna untuk memberikan suatu izin terhadap kegiatan tertentu agar kegiatan tersebut tetap berjalan dengan baik dan kondusif serta terhindarkan dari hal-hal yang tidak diinginkan dan yang memiliki dampak negatif dan tidak terpuji (kegiatan yang dilarang). Kegiatan yang dilarang tersebut apabila terjadi akan mengakibatkan fungsi peraturan dari pemerintah menjadi terganggu dan tidak dapat berjalan dengan baik, maka oleh karena itu perlu adanya aturan atau mekanisme perizinan/izin untuk mencegah terjadinya sesuatu hal yang tidak dikehendaki.

Dalam Pasal 4 ayat (1) Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame dijelaskan bahwa :

“Setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memperoleh izin penyelenggaraan reklame dari Walikota.”

Salah satu syarat formal dari sebuah izin adalah dituangkan dalam format Keputusan Tata Usaha Negara (KTUN) sehingga prosedur pembentukan, pemberlakuan, pengujian, dan pencabutan KTUN juga berlaku atas pembentukan, pemberlakuan, pengujian, dan pencabutan izin (Haykal, 2016:147). Pemerintah menggunakan izin sebagai sarana yuridis mengemudikan tingkah laku warga (Mardhatillah, 2018:145). Secara teoritis, perizinan memiliki beberapa fungsi, yaitu (Astriani and Adharani, 2007:114-115):

1. Izin sebagai instrumen rekayasa pembangunan Pemerintah dapat membuat regulasi dan keputusan yang memberikan insentif bagi pertumbuhan sosial ekonomi.
2. Izin sebagai fungsi keuangan (budgetering) Yaitu izin menjadi sumber pendapatan bagi negara.
3. Izin sebagai fungsi pengaturan (reguleren) Yaitu menjadi instrumen pengaturan tindakan dan perilaku masyarakat.
4. Izin sebagai fungsi pengendalian Pemerintah melakukan pengendalian terhadap kegiatan masyarakat dengan menggunakan instrumen perizinan.

Berkaitan dengan iklan atau reklame, pada era globalisasi sekarang ini tentunya manusia di tuntutan untuk

mengikuti perkembangan teknologi demi terciptanya kesejahteraan hidup umat manusia. Perusahaan pasti bersaing dengan perusahaan lainnya, maka sebuah perusahaan memerlukan sebuah inovasi-inovasi yang baru dan fresh sehingga dapat menarik minat konsumen. Salah satu hal yang terpenting agar suatu produk barang/jasa suatu perusahaan dapat dilirik oleh konsumen adalah iklan. Iklan adalah sistem tontonan yang utama di dalam sistem produksi konsumsi masyarakat consumer (Piliang, 2004:70).

Sebuah iklan suatu produk dari sebuah perusahaan dapat disebarkan melalui berbagai media seperti diantaranya media cetak, media elektronik dan media online. Biasanya produk tersebut disebarluaskan dan dikenalkan kepada masyarakat secara tidak langsung melalui reklame. Reclame berasal dari bahasa Belanda dan di ambil atau dikutip dari bahasa Perancis, yaitu reclamire yang berarti berteriak berulang-ulang, mungkin pada masa lalu seorang pejabat atau pengusaha ingin memperkenalkan suatu pengumuman atau peluncuran produk baru maka dipergunakan alat mirip corong untuk meneriakkan dan memanggil secara berulang-ulang agar menarik perhatian penggemarnya, tetapi yang membedakannya adalah peralatan atau sarana media Reklame sekarang lebih canggih dan lebih luas jangkauannya, baik menggunakan media massa elektronik maupun media cetak (Ruslan, 2004:86). Pemasangan reklame harus memenuhi peraturan perundang-undangan agar tidak dipersalahgunakan untuk tujuan yang tidak baik, tetapi di Kota Surabaya masih ada oknum-oknum yang tidak taat aturan hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Masih terdapat reklame yang terpasang tidak memenuhi izin pemasangan reklame dan tergolong dalam reklame ilegal. Selain permasalahan reklame liar juga terdapat permasalahan lain mengenai reklame yakni terdapat reklame yang telah habis masa izinnnya tapi belum diperpanjang perizinannya.

Pada 5 (lima) tahun terakhir, reklame di Kota Surabaya mengalami peningkatan yang cukup pesat, tetapi pada tahun 2015 mengalami penurunan realisasi pajak. Data tersebut dapat dibuktikan melalui meningkatnya target pajak dan realisasi pajak setiap tahunnya. Berikut ini merupakan data target dan realisasi pajak objek reklame selama 5 (lima) tahun terakhir di Kota Surabaya:

Tahun	Target	Realisasi
2014	Rp. 122.000.000.000	Rp. 124.300.629.650
2015	Rp. 135.000.000.000	Rp. 115.749.218.725
2016	Rp. 129.020.000.000	Rp. 132.291.866.992
2017	Rp. 131.161.200.000	Rp. 131.297.144.500
2018	Rp. 133.730.872.000	Rp. 139.057.010.250

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan melalui web resmi Satpol PP Kota Surabaya, artikel pada tanggal 18 Juni 2019 menyatakan bahwa Satpol PP menindak tegas reklame-reklame liar yang berdiri tanpa izin dengan cara membongkar reklame tersebut. Diketahui bahwa sebanyak 4.837 reklame liar ditertibkan Satpol PP Kota Surabaya dari bulan Januari hingga Mei 2019. Adapun 4837 reklame yang dibongkar, diantaranya 101 reklame tetap dan 4736 reklame insidentil (Satpol PP Kota Surabaya, 2019). Adapun titik reklame yang siap dibongkar, terdapat 338 titik reklame yang siap dibongkar di Kota Surabaya dikarenakan SIPR (Surat Izin Penyelenggaraan Reklame) telah habis masa belakunya.

Tabel 1.1

Titik Pelanggaran Reklame di Kota Surabaya

NO.	Pelanggaran	Jumlah Pelanggaran		
		2017	2018	2019
1	SIPR habis	52	22	29
2	Tidak Berizin	147	83	1
3	Reklame Ditolak			2

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa tingkat kesadaran oknum – oknum pemilik reklame masih rendah. Hal tersebut tidak dapat dibiarkan begitu saja mengingat bahwa dengan banyaknya reklame liar yang beredar dapat merugikan negara, khususnya bagi Kota Surabaya. Izin pemasangan reklame telah diatur dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame yang telah diubah dan diperbaharui menjadi Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame dan untuk nilai sewa reklame diatur dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 56 Tahun 2010 tentang Nilai Sewa Reklame.

Pemasangan reklame juga tidak terlepas dari izin penggunaan jalan yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006 tentang Jalan. Jika terdapat reklame yang tidak mentaati peraturan perundang – undangan yang berlaku maka aparat penegak hukum dapat melakukan penegakan hukum. Melalui peraturan – peraturan yang telah ditetapkan, maka ada akibat hukum apabila terdapat ketentuan yang dilanggar. Akibat hukum atas pelanggaran terhadap izin reklame tersebut selain pembongkaran juga terdapat sanksi administratif yang harus tetap dilaksanakan dan juga ditegakkan demi keadilan. Pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya haruslah ditangani dengan cepat dan selanjutnya diberikan sanksi administrasi bagi siapapun yang melanggar. Tetapi di dalam kenyataannya masih banyak pelanggaran izin

reklame khususnya untuk reklame insidentil di Kota Surabaya.

Berdasarkan permasalahan terkait pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya, penulis merumuskan dua permasalahan yaitu: pertama, apa kendala dalam melaksanakan penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya; kedua, apa upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengoptimalkan penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kendala penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya sehingga sampai saat ini masih tetap ada pelanggaran reklame di Kota Surabaya dan juga untuk mengetahui apa upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengoptimalkan penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya.

METODE

Berdasarkan isu hukum yang telah diuraikan diatas maka penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis sosiologis (Fajar and Achmad, 2010:153-154). Yuridis Sosiologis merujuk pada studi spesifik tentang situasi, aturan hukum beroperasi, dan tingkah laku yang dihasilkannya (Anwar and Adang, 2008:128)

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan dua bahan hukum, yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi (Rianto, 2010:61). Teknik pengolahan data yang telah dikumpulkan akan diolah melalui langkah – langkah *editing*, *classifying*, *analyzing*, dan *concluding* (Muhammad, 2004:126). Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan cara menganalisis, kemudian memaparkan data yang diperoleh dari hasil pengamatan di lapangan, kemudian dianalisis dengan memberi kesimpulan (Ali, 2013:107).

Analisis data yang digunakan adalah suatu analisis data yang dapat memberikan suatu gambaran secara jelas dan konkrit terhadap suatu objek yang dapat dibahas secara kualitatif dan selanjutnya data tersebut akan disajikan secara deskriptif, yaitu menjelaskan, menguraikan, dan menggambarkan sesuai dengan suatu permasalahan yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kendala penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya

Penegakan hukum merupakan proses penyelenggaraan hukum yang dilakukan oleh penegak hukum atau setiap orang yang mempunyai kewenangan melakukannya sesuai dengan aturan yang berlaku. Penegak hukum sendiri adalah golongan panutan dalam masyarakat, yang hendaknya mempunyai kemampuan sesuai dengan aspirasi masyarakat. Penegak hukum harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan masyarakat dan mampu membawakan atau menjalankan sesuatu yang menjadi perannya.

Dalam proses penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya terdapat kendala yang menjadi penghambat proses penegakan hukum. Kendala tersebut dikaitkan dengan unsur – unsur yang mempengaruhi dalam penegakan hukum pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2

Unsur – unsur dalam penegakan hukum terhadap “Pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya”

No.	Unsur-unsur	Terpenuhi	Tidak Terpenuhi
1	Undang-undang	✓	-
2	Penegak Hukum	-	✓
3	Masyarakat dan Lingkungan	-	✓

Berdasarkan gambaran dari tabel diatas, kendala dalam penegakan hukum terhadap “Pelanggaran izin reklame” di Kota Surabaya yaitu :

1. Peraturan Perundang – undangan mengatur secara jelas

Penegakan hukum dimulai ketika peraturan hukum tersebut dibuat atau diciptakan. Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame adalah salah satu produk hukum yang dibuat oleh Walikota Surabaya. Penyelenggaraan reklame merupakan sebuah kewajiban daerah untuk memenuhi pajak daerah guna meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surabaya. Adanya Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame yaitu untuk mengatur mengenai izin, larangan, dan sanksi terhadap penyelenggaraan reklame di Kota Surabaya. Salah satu pasal yang mengatur pembahasan ini yaitu Pasal 4 ayat (1) Perwali Surabaya yang berbunyi :

“(1) Setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memperoleh izin penyelenggaraan reklame dari Walikota.”

Bunyi pasal diatas telah jelas mengatur bahwa setiap orang yang akan melakukan penyelenggaraan reklame wajib memperoleh izin dari Walikota. Peraturan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Surabaya sudah jelas mengatur mengenai tata cara penyelenggaraan reklame.

2. Minimnya personil Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya sebagai penegak hukum dan kurangnya koordinasi Satuan Polisi Pamong Praja dengan Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya

Satpol PP Kota Surabaya mengaku bahwa aparat yang ditugaskan untuk melakukan penegakan hukum terhadap pelanggaran reklame di Kota Surabaya tidak mencukupi. Jumlah aparat yang tersedia hanya 30 (tiga puluh) orang yang dibagi menjadi 3 (tiga) tim, beranggotakan 10 (sepuluh) orang. 30 (tiga puluh) orang tersebut harus menjangkau seluruh wilayah Kota Surabaya. Keterbatasan personil tersebut menyebabkan proses penegakan hukum menjadi tidak maksimal. Banyak sekali kawasan strategis bagi para pemasang reklame, baik dijalan maupun di kawasan pemukiman penduduk.

Walaupun dalam prosesnya Satpol PP Kota Surabaya telah melakukan patroli setiap hari, masih ada celah bagi masyarakat yang melakukan pelanggaran reklame di Kota Surabaya. Meskipun jumlah pelanggaran reklame di Kota Surabaya menurun, upaya penertiban harus tetap berjalan. Dalam upaya penertiban tersebut diperlukan jumlah aparat Satpol PP Kota Surabaya yang lebih banyak, mengingat jumlah pelanggaran reklame di Kota Surabaya cukup tinggi. Kesigapan dan kecepatan dalam melaksanakan penertiban adalah poin utama bagi Satpol PP Kota Surabaya agar penegakan hukum menjadi efektif.

Peranan Satpol PP Kota Surabaya sangat dibutuhkan untuk melakukan penertiban pelanggaran reklame tersebut, bukan hanya untuk keindahan Kota Surabaya, melainkan juga sebagai bentuk penindakan hal yang merugikan Pemerintah Kota Surabaya atas pelanggaran izin reklame tersebut.

Dalam menjalankan tugasnya, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya juga mempunyai kendala yang menghambat proses penegakan hukum pelanggaran reklame. Berikut ini merupakan kendala yang dihadapi oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya :

1. Penertiban reklame yang dilakukan malam hari, dikarenakan jika dilakukan pada siang hari mendapat banyak protes dari masyarakat karena menyebabkan kemacetan dan mengganggu arus lalu lintas Kota Surabaya.

2. Reklame yang diberi kabel, menyebabkan proses penertiban menjadi agak lama, karena harus

membongkar kabel – kabel yang dipasang terlebih dahulu.

3. Reklame yang dipasang di gedung yang tinggi

Dalam proses penegakan hukumnya, terkadang koordinasi antara Satpol PP dengan BPKPD Kota Surabaya mengalami miskomunikasi yang mengakibatkan kerugian bagi penyelenggara reklame. Hal tersebut terjadi dikarenakan sistem yang dikelola oleh BPKPD terkadang mengalami delay, akibatnya data tidak tersampaikan ke Satpol PP. BPKPD pun mengakui jika hal tersebut terjadi dikarenakan human error. Dalam hal ini, BPKPD juga berupaya untuk meningkatkan kinerja sistem tersebut agar tidak terjadi kejadian yang berdampak merugikan penyelenggara reklame.

3. Masyarakat yang tidak taat aturan dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame

Penegakan hukum adalah upaya untuk mengatasi masalah sosial. Dalam hal ini masyarakat sebagai pihak yang menjadi sasaran peraturan. Masyarakat mempunyai kesempatan untuk melakukan pelanggaran. Kesadaran masyarakat Kota Surabaya terhadap peraturan penyelenggaraan reklame yang berlaku masih tergolong rendah. Rendahnya kesadaran tersebut lebih kepada ketidaktaatan terhadap Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Dalam hal ini, sikap dan perilaku masyarakat (pemilik reklame) sebagai pelanggar perwali menunjukkan akan sikap tidak taat mengenai aturan yang berlaku.

Ketidaktaatan masyarakat terhadap peraturan tersebut menyebabkan banyaknya reklame yang tidak mempunyai izin terpasang di wilayah Kota Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sodara Gopal yang menyatakan bahwa dia mengetahui tentang adanya peraturan mengenai reklame, namun dalam perpanjangan pajak reklame sodara Gopal tidak melakukannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa ketidaktaatan pemilik reklame terhadap peraturan yang berlaku masih tergolong rendah.

Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai aturan yang berlaku, membuat pelanggaran reklame di Kota Surabaya terus terjadi. Dalam hal ini, terdapat perbedaan persepsi mengenai reklame, banyak yang menganggap bahwa izin reklame hanya dilakukan di awal saja, sedangkan pajak reklame berlaku jika reklame tersebut masih terpasang. Respon dari masyarakat luas juga tergolong rendah, mereka bersikap mengabaikan pelanggaran reklame yang terjadi di Kota Surabaya. hal

tersebut mengakibatkan penegakan hukum reklame di Kota Surabaya menjadi tidak efektif.

B. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengoptimalisasi proses penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya

1. Melakukan sosialisasi

Dalam proses penertiban reklame di Kota Surabaya. Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya juga melakukan sosialisasi secara langsung kepada pemilik reklame. Sosialisasi tersebut mengenai berubahnya Peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tahun 2012 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame yang telah diubah menjadi Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame. Peraturan yang baru tersebut dibuat lebih detail, mulai dari pengaturan jarak reklame, jenis reklame yang boleh dipasang, hingga penataan lokasi reklame. Sosialisasi tersebut rutin dilaksanakan. Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya mengungkapkan bahwa tindakan sosialisasi tersebut berjalan efektif. Warung – warung di Kota Surabaya mulai memperhatikan pentingnya izin reklame.

Dengan adanya sosialisasi yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya. Para wajib pajak sudah melek aturan. Jika para wajib pajak melek aturan, maka pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya menjadi berkurang. Keberadaan reklame di Kota Surabaya harus selaras dengan rencana Pemerintah Kota Surabaya untuk menata wilayah. Maka dari itu, izin reklame yang akan dikeluarkan harus mempertimbangkan aspek keindahan, keamanan, kenyamanan, dan ketertiban.

2. Memberikan kesempatan kepada para wajib pajak untuk beriktikad baik memenuhi kewajibannya

Dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya masih memberikan kesempatan kepada para pemilik reklame untuk memenuhi kewajibannya.

Pertama, memberikan surat pemberitahuan dan juga memberikan tanda silang. Jika dalam waktu tiga (3) hari kerja sejak pemberian tanda silang pada materi reklame tidak ada itikad baik dari pemilik reklame, maka akan dikenakan sanksi administrative berupa pembongkaran oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya. Dalam hal pembongkaran materi reklame, Satuan Polisi Pamong Praja menunggu bantuan penertiban (bantib) yang diberikan oleh Kepala Dinas pemberi izin.

Hal tersebut telah diatur dalam Pasal 37 ayat 1, 2, 3 dan 4 Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, bahwa :

Bagian Kedua

Tata Cara Pemberian Sanksi Administratif

Pasal 37

1. "Penerapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 dilaksanakan dengan mekanisme sebagai berikut :

- a. berdasarkan hasil pemeriksaan atau alat bukti lain yang dapat dipertanggungjawabkan sebagai tindak lanjut dari pengawasan dan/atau pengaduan, Kepala Dinas penerbit izin menyampaikan keputusan peringatan tertulis kepada orang atau badan untuk :
 - i. memenuhi kewajiban dalam penyelenggaraan reklame terhadap setiap pemegang SIPR yang melanggar Ketentuan Pasal 13 dan/atau Pasal 26 ayat (1);
 - ii. menghentikan pembangunan yang melanggar dan menyesuaikan bangunan reklame sesuai dengan ketentuan dalam SIPR terhadap setiap pemegang SIPR yang melanggar ketentuan Pasal 18, Pasal 19, dan/atau Pasal 20;
 - b. selain menyampaikan keputusan peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada huruf a, Kepala Dinas penerbit izin juga memberikan tanda pelanggaran pada reklame;
 - c. terhadap pelanggaran ketentuan Pasal 4 ayat (1), Kepala Dinas penerbit izin menerapkan sanksi administrasi berupa pemberian tanda silang pada materi reklame dan/atau mempublikasikan di media massa;
 - d. dalam jangka waktu 3 (tiga) hari kerja sejak Kepala Dinas penerbit izin menerapkan sanksi administrasi berupa pemberian tanda silang pada materi reklame dan/atau mempublikasikan di media massa pada bangunan reklame yang tidak memiliki SIPR sebagaimana dimaksud pada huruf c, Kepala Dinas penerbit izin juga menerapkan sanksi administratif yaitu pembongkaran reklame;
2. Dalam hal pengenaan sanksi administratif berupa penyegelan bangunan reklame atau pembongkaran reklame, Kepala Dinas penerbit izin mengajukan permohonan bantuan penertiban kepada Kepala Satpol PP.
3. Berdasarkan surat permohonan bantuan penertiban sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Kepala Satpol PP melakukan penyegelan bangunan reklame atau pembongkaran reklame.
4. Pelaksanaan penyegelan bangunan reklame atau pembongkaran reklame oleh Kepala Satpol PP sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan paling lambat 7 (tujuh) hari kalender sejak diterimanya surat permohonan bantuan penertiban oleh Kepala Dinas penerbit izin."

3. Dilakukan dengan humanis dan persuasive

Penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame di Kota Surabaya dilakukan secara humanis dan persuasive. Dalam proses penertiban reklame, Satuan Polisi Kota Surabaya melakukan penertiban dengan cara yang halus. Sebelum melakukan penertiban, Satpol PP selalu minta izin terlebih dahulu kepada pemilik reklame yang melanggar dan melakukan pendekatan kepada para pemilik reklame. Walaupun Satpol PP tahu mereka salah, tetapi sekarang sudah bukan jamannya grudak gruduk atau menertibkan dengan cara pemaksaan.

Dengan cara seperti itu, para pemilik reklame merasa dihormati, dan banyak yang beriktikad baik untuk memenuhi kewajibannya. Banyak juga yang membongkar reklamenya sendiri, dan itu sangat membantu Satpol PP dalam proses penegakan hukum tersebut. Dalam hal pembongkaran reklame yang dilakukan oleh para pemilik reklame, hal tersebut telah diatur dalam Pasal 40 ayat 1 Peraturan Walikota Surabaya Nomor 21 Tahun 2018 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame yang berbunyi "Paling lambat 7 (tujuh) hari kalender sejak izin reklame dicabut atau sudah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang, penyelenggara reklame wajib melaksanakan pembongkaran sendiri terhadap reklame yang dipasang."

PENUTUP

Simpulan

Koordinasi antara Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah (BPKPD) dengan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya kurang maksimal. Kurangnya koordinasi antara BPKPD dengan Satpol PP Kota Surabaya dikarenakan sistem atau program yang berisikan informasi mengenai reklame terkadang mengalami delay yang mengakibatkan data yang dikirim oleh BPKPD tidak tersampaikan ke Satpol PP. Akibatnya, penyelenggara reklame yang terkena imbasnya, dikarenakan perpanjangan izin sudah masuk BPKPD namun data belum masuk Satpol PP yang berujung pembongkaran reklame yang dapat merugikan penyelenggara reklame.

Saran

1. Kepada Badan Pengelolaan Keuangan dan Pajak Daerah Kota Surabaya, disarankan untuk memperbaiki sistem yang terkadang mengalami delay agar penyelenggara reklame tidak mengalami kerugian yang diakibatkan oleh kerusakan sistem tersebut
2. Kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya, disarankan untuk meningkatkan koordinasi dan komunikasi dengan BPKPD Kota Surabaya agar

penegakan hukum reklame di Kota Surabaya berjalan dengan baik dan mengurangi hal-hal yang dapat merugikan penyelenggara reklame.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zaenuddin. 2013. *Metodologi Penelitian Hukum*. 1st ed. Jakarta: Sinar Grafika.
- Anwar, Yesmil, and Adang. 2008. *Pengantar Sosiologi Hukum*. Jakarta: Grasindo.
- Astriani, Nadia, and Yulinda Adharani. 2007. "Fungsi Izin Dalam Pengendalian Pencemaran Lingkungan (Studi Kasus: Gugatan Perbitan Izin Pembuangan Limbah Cair Di Sungai Cikijing)." *Hukum Lingkungan Indonesia* 3(26):132.
- Fajar, Mukti, and Yulianto Achmad. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hadjon, Phillipus. M. 1993. *Pengantar Hukum Perizinan*. Surabaya: Yuridika.
- Haykal, Hassanain. 2016. "Aspek Hukum Kegiatan Bisnis Dan Fungsi Perizinan Di Indonesia Dalam Kerangka Masyarakat Ekonomi Asean 2015." *Veritas et Justitia* 2(1):135.
- Mahvido. 2016. "Efektivitas Pengawasan Hukum Terkait Izin Penyelenggaraan Reklame Di Kota Surabaya." Universitas Negeri Surabaya.
- Mardhatillah, Siti Ruhama. 2018. "Akibat Hukum Dikeluarkannya Izin Lingkungan Baru Melalui Surat Eputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor 660.1/30 Tahun 2016 Pasca Dibatalkannya Izin Lingkungan Nomor 660.1/17 Tahun 2012." *Jurnal Panorama Hukum* 3(2):154.
- Muhammad, Abdul Kadir. 2004. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. "Konteks Sosial Dan Kultural Iklan." *Mediator* 5(1):73.
- Rianto, Adi. 2010. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Ruslan, Rosady. 2004. *Aspek-Aspek Hukum Dan Etika Dalam Aktivitas Public Relations Kehumasan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Surabaya, Satpol PP Kota. 2019. "Menjelang Pertengahan Tahun 2019, Satpol PP Kota Surabaya Bongkar 4837 Reklame Liar."