

**PENERAPAN SANKSI ADMINISTRASI TERHADAP PENYIMPANGAN
PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA MALANG
BERDASARKAN PERATURAN WALIKOTA MALANG NOMOR 19
TAHUN 2013**

JURNAL ILMIAH

Untuk memenuhi sebagian syarat-syarat

Untuk memenuhi gelar kesarjanaan

Dalam ilmu hukum

Oleh :

RISMA WULAN SARI

NIM. 0810113337



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2014**

ABSTRAK

RISMA WULAN SARI, NIM. 0810113337, Hukum Administrasi Negara, Fakultas Hukum, Universitas Brawijaya Malang, Juni 2014, “*Penerapan Sanksi Administrasi Terhadap Penyimpangan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Malang Berdasarkan Pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013*”, Dr. Istislam, SH.MH, Dr. Shinta Hadiyantina, SH.MH.

Kata kunci: Penerapan, Sanksi Administrasi, Penyelenggaraan Reklame.

Jika perusahaan benar-benar tidak ingin ketinggalan dalam dunia bisnis, perusahaan perlu melakukan inovasi-inovasi produk baru dengan tepat dan menyelaraskan dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya dengan baik. salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis adalah Reklame, karena dengan pemasangan Reklame, suatu perusahaan dapat mengenalkan sekaligus memasarkan produknya kepada masyarakat luas secara tidak langsung, hal ini dapat meningkatkan hasil produksi suatu perusahaan. Tetapi di kota Malang banyak terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam bidang perizinan khususnya izin pemasangan Reklame sehingga mengakibatkan dibongkarnya secara paksa papan Reklame oleh pihak Pemerintah Kota karena dinilai mengganggu estetika lingkungan, dapat membahayakan masyarakat sekitar dan pengguna jalan, serta merugikan Negara.

Metode pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis yaitu suatu maksud dari penelitian yuridis yaitu berusaha melihat dan memahami permasalahan-permasalahan yang timbul dikaitkan dengan pelaksanaan ketentuan Peraturan Walikota Nomor 22 Tahun 2008 dan secara sosiologis yaitu peraturan hukum yang berlaku itu ditaati dan dipatuhi oleh masyarakat.

Hasil dari penelitian ini diketahui Implementasi Pasal 25 Perda Nomor 10 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan Sampah Terhadap Pengelolaan Sampah Berbasis Masyarakat adalah 1) Sanksi-sanksi administrasi sudah di terapkan pada pelanggaran penyelenggaraan reklame pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 berupa pencabutan Izin Reklame dan sanksi Denda terhadap Penyelenggara Reklame yang melakukan Pelanggaran Izin Reklame. 2) Penerapan sanksi jika terjadi kesalahan dalam proses penyelenggaraan reklame terhadap pemohon dan pemerintah Kota Malang apabila yaitu: a) Apabila dikemudian hari terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh staff Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang semisal ada kesalahan prosedur (*dismissal procedure*) atau maladministrasi dalam pemberian ijin penyelenggaraan reklame, maka Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) akan memberikan sanksi disiplin PNS terhadap staff tersebut. b) Apabila penyelenggara reklame melakukan pelanggaran yang dilakukan bersama-sama staff Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T), maka Ijin penyelenggaraan reklame akan dicabut, dan dikenakan tindak pidana ringan. 2) Kendala-Kendala Dalam Penerapan Sanksi-Sanksi Administrasi Terhadap Penyelenggaraan

Reklame yaitu Pemanggilan terhadap pemohon terkait pelanggaran Izin yang telah dilakukan oleh Penyelenggara Reklame namun tidak ditanggapi oleh Penyelenggara Reklame tersebut. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah mengeluarkan Surat Keputusan Pencabutan Izin Reklame kepada Penyelenggara Reklame dan membuat surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan pelanggaran izin reklame untuk di lakukan penindakan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Latar Belakang

Siapa ataupun tidak siapa mau atau tidak mau, globalisasi hadir dihadapan dan telah memaksa kita untuk terjun dalam arena percaturan dunia tanpa batas antar negara (*borderless*). Batas antar negara yang semakin bias di picu oleh derasnya arus informasi yang di dukung teknologi canggih dan diantaranya menjamurnya jaringan internet yang memberikan kemudahan untuk mengakses informasi secara tepat dan mudah dari penjuru dunia.

Bila kita tinjau dari sudut pandang perekonomian tentu saja hal ini berdampak pada laju pertumbuhan perekonomian suatu negara dalam hubungan multilateral dalam skala internasional maupun regional yang sangat baik. Kemajuan teknologi tersebut selain membawa dampak yang sangat baik bagi perekonomian juga dapat berdampak pada bertambahnya usaha dalam berbagai bidang. Akan tetapi dengan adanya kemajuan teknologi yang dirasakan semakin pesat, membuat tingkat persaingan yang terjadi dalam dunia perdagangan semakin ketat pula, sehingga perusahaan di tuntut pula untuk selalu tanggap, peka dan dapat menyusun strategi bisnis yang tepat sehingga mampu mengantisipasi segala perubahan lingkungan baik itu yang timbul dari ranah eksternal maupun lingkungan internal sehingga tetap dapat hidup dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Oleh karena itu jika perusahaan benar-benar tidak ingin ketinggalan dalam dunia bisnis, perusahaan perlu melakukan inovasi-inovasi produk baru dengan tepat dan menyelaraskan dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya dengan baik. salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis adalah Reklame, karena dengan pemasangan Reklame, suatu perusahaan dapat mengenalkan sekaligus memasarkan produknya kepada masyarakat luas secara tidak langsung, hal ini dapat meningkatkan hasil produksi suatu perusahaan.

Berbicara mengenai 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 menariakkan dan memanggil secara berulang-ulang agar menarik perhatian audiencenya, tetapi yang membedakannya adalah peralatan atau sarana media Reklame sekarang lebih

canggih dan lebih luas jangkauannya, baik menggunakan media massa elektronik maupun media cetak.¹

Di dalam upaya menyampaikan informasi atau pesannya kepada konsumen yang tersebar luas diberbagai tempat, serta untuk menjamin agar pesan atau informasi mengenai produk yang akan disampaikan melalui teknik pemasangan Reklame, agar tidak dipergunakan untuk tujuan yang tidak benar atau tidak dapat dipertanggungjawabkan, maka pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasangan Reklame diwajibkan memenuhi peraturan-peraturan yang sudah ditetapkan. Tetapi di kota Malang banyak terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam bidang perizinan khususnya izin pemasangan Reklame sehingga mengakibatkan dibongkarnya secara paksa papan Reklame oleh pihak Pemerintah Kota karena dinilai mengganggu estetika lingkungan, dapat membahayakan masyarakat sekitar dan pengguna jalan, serta merugikan Negara.

Selama ini banyak sekali reklame-reklame liar alias tak berizin yang terpasang di teritori administrasi Pemkot Malang. Terutama pada reklame yang bersifat insidental atau reklame kecil yang berupa pamflet, spanduk, umbul-umbul dan stiker. Dengan jumlah yang banyak dan beragam serta tersebar secara acak di wilayah Kota Malang, tentu menjadi tugas yang tidak mudah bagi jajaran Satpol PP. Dalam kurun waktu sehari selalu ada saja yang reklame liar tanpa Izin yang terjaring dalam penertiban melalui patroli rutin. Ibaratnya, jajaran Polisi Pamong Praja seakan selalu tertinggal selangkah dari para pemasang reklame liar. Sekalipun upaya represif terus digalakkan, tapi selalu ada saja yang melakukan pelanggaran.²

Izin pemasangan Reklame di Kota Malang diatur di dalam Peraturan Walikota Nomor 22 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perijinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame di Kota Malang yang di gantikan Peraturan Walikota Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perijinan Reklame. Mengenai pajak Reklame diatur di dalam Peraturan Walikota Malang Nomor 4 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame. Peraturan demi peraturan telah ditetapkan sedemikian rupa, namun masih juga timbul masalah, sehingga sebagai syarat demi menjamin berfungsinya rencana atau tujuan Peraturan Walikota Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame, di dalam pelaksanaannya perlu dukungan dari instansi-instansi yang terkait maupun partisipasi masyarakat di dalam pananganannya.

Dengan ditetapkannya Keputusan Walikota mengenai Reklame, baik Peraturan Walikota Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame di di Kota Malang dan Peraturan Walikota Malang No. 4 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perhitungan Pajak Reklame, inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti tentang penerapan sanksi administrasi terhadap pelanggaran penyelenggaraan

¹ Rosady Ruslan, *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktivitas Public Relations Kehumasan*, Jakarta, hlm. 86.

² Penertiban Reklame, Satpol PP Serba Salah, (<http://www.malang-post.com/tribunngalam/75055-penertiban-reklamesatpol-pp-serba-salah->), diakses tanggal 22 Oktober 2013

reklame di Kota Malang yang penulisannya difokuskan pada pelaksanaan Peraturan Walikota Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame.

Rumusan Masalah

1. Apakah sanksi-sanksi administrasi sudah di terapkan pada pelanggaran penyelenggaraan reklame pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013?
2. Bagaimanakah penerapan sanksinya jika terjadi kesalahan dalam proses penyelenggaraan Reklame terhadap Pemohon dan Pemerintah Kota?
3. Apa saja kendala-kendala dalam penerapan sanksi-sanksi administrasi terhadap penyelenggaraan reklame dan solusi yang di tawarkan oleh Pemerintah Kota?

Metode Penelitian

Metode pendekatan yuridis sosiologis. Pendekatan yuridis sosiologis ini mengkaji permasalahan dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, dalam hal ini Penerapan sanksi-sanksi administrasi pada pelanggaran penyelenggaraan reklame pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 dikaitkan dengan realita yang ada.

Pembahasan

A. Penerapan Sanksi-Sanksi Administrasi Pada Pelanggaran Penyelenggaraan Reklame pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013

Penyelenggaraan Reklame merupakan salah satu sektor dalam penerimaan keuangan daerah, sehingga perlu dilakukan pengaturan agar penerimaan keuangan daerah menjadi optimal. Namun walau sudah ada peraturan di daerah yang mengatur tetapi penyelenggaraan reklame seringkali melanggar aturan yang ditetapkan. Di Kota Malang sendiri penyelenggaraan reklame di atur dalam Peraturan Walikota Nomor 22 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Pemasangan, Perizinan, Pencabutan Izin Reklame di Kota Malang disamping itu sekarang ada Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame, yang menggantikan Peraturan Walikota Nomor 22 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Pemasangan, Perizinan, Pencabutan Izin Reklame di Kota Malang. Dengan adanya Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame, maka semua perizinan reklame di

Kota Malang mengacu pada Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame tersebut.

Persyarata dari Penyelenggaraan reklame yang diatur di dalam Pasal 5 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame adalah sebagai berikut:

1. Keindahan;
2. Kepribadian;
3. Budaya bangsa;
4. Tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, keselamatan, kesusilaan, kesehatan
5. Harus sesuai dengan rencana tata ruang kota.

Menurut Kepala Badan Penyelenggaraan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang³ setiap penyelenggaraan reklame diwajibkan memiliki Izin Penyelenggaraan Reklame dari BP2T Kota Malang. Dengan persyaratan administrasi sebagai berikut:

1. Mengisi formulir pengajuan Izin pemasangan reklame tetap bermaterai cukup;
2. Foto copy KTP yang masih berlaku rangkap 2 (dua) dengan menunjukkan aslinya;
3. Gambar rencana reklame dengan skala sesuai kebutuhan (1:50, 1:100, 1:200) disertai dengan gambar titik lokasi dengan skala sesuai kebutuhan (1:100 sampai 1:1000) rangkap 3 (tiga) lembar;
4. Foto copy Izin Tempat Usaha atau Izin Gangguan untuk Reklame Tetap yang materi atau temanya menyebutkan perusahaan atau jenis usaha yang berada di Kota Malang;
5. Surat Pernyataan tidak keberatan dari pemilik lahan (persil) bermaterai cukup untuk reklame yang dipasang pada tanah milik orang lain;
6. Untuk pemasangan reklame tetap yang melintang di dalam RUMIJA existing dengan status jalan propinsi atau jalan nasional yang berada di wilayah Kota Malang persyaratan administrasi mengikuti ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
7. Surat pernyataan kesanggupan bermaterai cukup (asli dan foto copy rangkap 1(satu)) dengan ketentuan:
 - a. Melaksanakan Izin Pemasangan Reklame Tetap sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan sanggup menerima sanksi apabila terjadi penyalahgunaan Izin;
 - b. Melepas reklame/menanggung kerugian/kerusakan yang diakibatkan, apabila ada gugatan/keberatan dari warga masyarakat yang menurut ukuran normatif/obyektif dapat diterima kebenarannya;

³ Hasil wawancara dengan Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang, tanggal 17 Desember 2013

- c. Sanggup membayar biaya jaminan bongkar reklame tetap berdasarkan nilai konstruksi bangunan reklame tetap, dengan ketentuan:
 1. Untuk ketentuan besarnya nilai konstruksi ditentukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
 2. Besarnya nilai biaya jaminan bongkar dibuat oleh Dinas PerIzinan melalui Bidang Penetapan dan Pembukuan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
 3. Pembayaran jaminan bongkar dilakukan bersamaan dengan pembayaran pajak reklame;
 4. Untuk pembayaran jaminan bongkar akan diberi tanda terima pembayaran di Loker Pembayaran Retribusi/Pajak;
 5. Apabila masa berlakunya habis dan tidak dilakukan pembaharuan Izin, maka biaya jaminan bongkar dapat diambil kembali dengan menyerahkan asli tanda terima pembayaran jaminan bongkar beserta bukti lainnya yang dianggap perlu;
 6. Besarnya biaya konstruksi ditentukan/dihitung dan ditandatangani oleh Tim Pertimbangan Izin Pemasangan Reklame Tetap
 - d. Sanggup membayar biaya sewa tanah kepada Pemerintah Kota Malang atau Pemerintah Propinsi Jawa Timur, apabila lokasi pemasangan reklame berada pada RUMJA existing yang status kepemilikan tanahnya sebagai aset atau milik Pemerintah Kota Malang atau Pemerintah Propinsi Jawa Timur.
8. Surat pernyataan kesanggupan untuk mengurus atau memiliki IMB reklame bermaterai cukup (asli dan foto copy rangkap 1(satu)) untuk reklame tetap dengan ukuran diatas 8 m² yang tidak menyatu dengan bangunan apabila dalam pengajuan reklame tetap dimaksud mendapat persetujuan Tim Pertimbangan Izin Pemasangan Reklame Tetap;
 9. Ketentuan pembaharuan Izin Reklame yang habis masa berlakunya, yaitu selain ketentuan yang dimaksud pada angka 1, angka 2, angka 3, angka 4, angka 5, angka 6 dan angka 7 adalah:
 - a. Foto copy IMB reklame tetap rangkap 2 (dua) yang telah dilegalisir oleh Dinas PerIzinan atau dengan memperlihatkan aslinya untuk ukuran reklame tetap diatas 8 m² yang tidak menyatu dengan bangunan gedung;
 - b. Foto copy rangkap 2 (dua) Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD).
 10. Mendapatkan rekomendasi persetujuan dari Walikota dengan melampirkan hasil laporan Tim Pertimbangan Izin Pemasangan Reklame Tetap Kota Malang untuk jenis-jenis reklame sebagai berikut:
 - a. Reklame yang pengelolaannya dikerjasamakan dengan pihak lain;
 - b. Reklame bando jalan;
 - c. Reklame display board;
 - d. Reklame Jembatan Penyeberangan Orang (JPO);
 - e. Reklame di area Taman Kota;
 - f. Reklame yang dipasang pada pagar pengaman fly over (jalan layang);
 - g. Reklame yang dipasang pada tempat yang berurutan yang jumlahnya di atas 10 (sepuluh) buah dengan reklame yang sama.

- h. Reklame dengan ukuran 12 m² atau lebih besar yang tidak menyatu dengan bangunan gedung.

Jangka waktu masa berlakunya Izin Reklame Tetap adalah 1 (satu) tahun dan dapat dilakukan pembaharuan Izin untuk tahun berikutnya, hal ini diatur di dalam Pasal 11 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Perizinan Reklame. Apabila dalam pembaharuan Izin reklame dimaksud lokasi reklame tersebut terdapat 3 (tiga) atau lebih Pemohon untuk memasang reklame dilokasi yang sama, maka lokasi dimaksud dapat ditenderkan.⁴

Mekanisme pengawasan Perizinan penyelenggaraan di Kota Malang selama ini adalah BP2T memberikan informasi kepada satpol pp untuk penertiban IMB terkait Perizinan Reklame dan juga menulis surat kepada satpol pp terkait dengan pelanggaran Izin reklame yang dilakukan oleh pemohon reklame.⁵ Hal ini juga dibenarkan oleh Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang⁶ dengan melihat secara fisik pemasangan reklame atau dengan cara *random sampling* beberapa reklame khususnya reklame tetap mengklarifikasi ke dinas perizinan.

Model Pengawasan yang selama ini dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang terhadap perizinan penyelenggaraan reklame terkait dengan penegakan peraturan daerah khususnya terkait Izin reklame satpol pp secara rutin selalu mengawasi secara berkala terhadap proses Izin reklame maupun terhadap reklame yang sudah terpasang baik masa Izinnya yang sudah habis maupun tidak memiliki Izin. Model pengawasan dengan melakukan patroli wilayah dengan melihat dimana ada spanduk yang terpasang, khusus reklame insidental tertera di fisik reklame (porporasi dari Pemerintah Kota Malang).⁷

Pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh Penyelenggara Reklame dan biasanya ditemukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja adalah dalam bentuk sebagai berikut:⁸

1. Melanggar batas waktu pemasangan reklame,
2. Penambahan ukuran reklame dari yang telah ditetapkan

Ditambahkan oleh Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang bahwa dalam tahun 2013 yang lalu terjadi 8 (delapan) pelanggaran yang dilakukan oleh penyelenggara reklame. Pelanggaran-pelanggaran tersebut dapat dilihat dalam Tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1

⁴*Ibid.*

⁵*Ibid.*

⁶ Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 18 Desember 2013

⁷*Ibid.*

⁸*Ibid.*

Data Rekapitulasi Sidang Tipiring Pelanggaran Reklame 2013

No.	Tanggal	No.register	Lokasi Pelanggaran	Jenis Pelanggaran	Sanksi (Rp)
1	18 Februari 2013	182/38/35.73.501/2013	Reklame"Yoga Motor" Jln.A.Yani no 113,Malang	Penyelenggaraa n Reklame	150.000
2	18 Februari 2013	182/39/35.73.501/2013	PasangTiangReklame Jln.A.Yanino.143,Malang	Penyelenggaraa n Reklame	200.000
3	21 Februari 2013	182/42/35.73.501/2013	ReklameOptikIjen Jln.M.Panjitan no 91G	Penyelenggaraa n Reklame	250.000
4	16 Mei 2013	182/135/35.73.501/2013	Distributor Air Mineral Jln.Pasuruan no 10,Malang	IzinPenyelengga araanRelame	Verstek
5	5 Juli 2013	182/188/35.73.501/2013	Rek.STIKE SWidyaGama Jln.LA.Sucipto&Jln. Let.Sutoyo, Malang	TidakMemiliki SuratIzinPenyel enggaraanRekl ame	100.000
6	5 Juli 2013	182/189/35.73.501/2013	Pengecatan Mobil Jln.PanjiSuroso no 8,Malang	Penyelenggaraa n Reklame	400.000
7	12 November 2013	182/335/35.73.501/2013	Toko Baby Shop Jln. BasukiRachmad no 50, Malang	Penyelengaraan Reklame	400.000
8	19 November 2013	182/351/35.73.501/2013	Rek.AJBButmi Putra Jln. BasukiRachmad No 14C, Malang	Penyelengaraan Reklame	Verstek

Sumber: **Data Sekunder Satuan Polisi Pamong Praja** (diolah)

Dari tabel 4.1 diatas dapat diketahui pelanggaran terbanyak ada pada penyelenggaraan reklame sebanyak 6 (enam) pelanggaran, 2 (dua) pelanggaran reklame dalam bentuk Izin penyelenggaraan reklame, dari 2 (dua) pelanggaran Izin Reklame yang 1 (satu) berupa pelanggaran batas waktu Izin reklame yang diberikan dan 1 (satu) lagi karena tidak mempunyai Izin reklame. 6 (enam) pelanggaran penyelenggaraan reklame yang dimaksud menurut Kepala Satuan Polisi Pamong Praja⁹ adalah berkaitan dengan ukuran dan letak tempat reklame terpasang.

Dilihat dari tabel 4.1 diatas maka sanksi yang diterapkan sebagian besar berupa sanksi denda terhadap pelanggaran yang terjadi sepanjang tahun 2013. Denda terbesar adalah Rp. 400.000,- yang terjadi pada pelanggaran dengan Nomor perkara 182/189/35.73.501/2013 dan 182/335/35.73.501/2013, bentuk pelanggaran dari pelanggaran dengan Nomor perkara 182/189/35.73.501/2013 dan 182/335/35.73.501/2013 adalah pelanggaran penyelenggaraan reklame dan sanksi denda terendah ialah sebesar Rp. 100.000,- dijatuhkan pada tidak adanya Izin penyelenggaraan reklame dengan nomor perkara 182/188/35.73.501/2013.

Menurut Penulis penerapan sanksi denda pada pelanggaran perizinan penyelenggaraan reklame adalah sebagai bentuk dari sanksi administrasi yang dilakukan aparatur pemerintah dalam fungsinya sebagai pemberi izin dikarenakan penyelenggara reklame dalam hal ini pelaku usaha tidak memberikan laporan tentang perkembangan penyelenggaraan reklame yang mereka lakukan, hal itu juga sesuai dengan yang dikemukakan oleh Siti Kurnia Rahayu dan Ely Suhayati¹⁰ berkaitan dengan salah satu bentuk sanksi administrasi yaitu sanksi denda yang dijelaskan sebagai berikut:

“Denda adalah sanksi administrasi yang dikenakan terhadap pelanggaran yang berkaitan dengan kewajiban pelaporan.”

Sanksi-sanksi diatas juga merupakan salah satu cara yang dapat memaksakan aturan tentang perizinan reklame di Kota Malang dapat dipaksakan oleh tata usaha negara, hal ini senada dengan Philipus M. Hadjon¹¹ mengemukakan bahwa

“Tidak ada gunanya memasukkan kewajiban, larangan-larangan bagi warga ke dalam suatu peraturan ketika aturan itu tidak dapat

⁹ Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 25 Februari 2014

¹⁰ Siti Kurnia Rahayu dan Ely Suhayati. 2010. Perpajakan Indonesia Teori dan Teknis Perhitungan. Yogyakarta: Graha Ilmu. hlm. 87

¹¹ Damang, Sanksi Dalam Hukum Administrasi Negara. (<http://www.negarahukum.com/hukum/sanksi-dalam-hukum-administrasi-negara.html>), diakses tanggal 20 Januari 2014

dipaksakan oleh tata usaha negara, maka salah satu cara yang dapat memaksakan adalah sanksi.”

Faktor yang menjadi penyebab adanya pelanggaran penyelenggaraan reklame menurut Kepala Satuan Polisi Pamong Praja¹² adalah kurang kedisiplinan dan tidak taat terhadap tata tertib yang sudah ditetapkan baik dalam Peraturan Walikota Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame maupun dari Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame dari si penyelenggara atau pemohon reklame.

Ditambahkan oleh Kepala Satuan Polisi Pamong Praja¹³ sanksi yang biasa dikenakan di dalam penanganan pada pelanggaran penyelenggaraan reklame berdasarkan pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame adalah berupa sanksi Denda dan juga pencabutan Izin Penyelenggaraan Reklame, hal itu juga sesuai dengan Pasal 27 Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Namun sebelum melakukan pencabutan Izin Penyelenggaraan Izin Reklame menurut Kepala BP2TKota Malang¹⁴ melalui Satuan Polisi Pamong Praja terlebih dahulu memberikan Surat Peringatan kepada Penyelenggara Reklame dan/atau Pemegang Izin sebanyak 3 (tiga) kali yang masing-masing berjangka waktu 7 (tujuh) hari kalender terhitung sejak tanggal terkirimnya surat dimaksud, mekanisme ini sudah diatur di dalam Pasal 34 ayat (2) Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame.

Apabila ternyata Surat Peringatan yang dikeluarkan oleh Kepala BP2T tidak diindahkan oleh para penyeleggara reklame, maka Kepala BP2T mengeluarkan Surat Keputusan Pencabutan Izin Reklame kepada Penyelenggara Reklame dan membuat surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan pelanggaran ijin reklame untuk di lakukan penindakan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pembuatan Surat Keputusan Pencabutan Izin itu sudah sesuai dengan Pasal 34 ayat (3) Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame.¹⁵

Menurut penulis adanya pelanggaran penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh pelaku usaha membuktikan bahwa adanya ketidak efektifan substansi Peraturan Walokota Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perizinan Reklame maupun dari Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame dikarenakan dari kedua aturan tersebut sifat imperatifnya masih kurang dikarenakan ketidaktegasan dari sanksi yang ada baik administratif maupun sanksi pidananya. Sebuah peraturan dan ataupun

¹²Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 18 Desember 2013

¹³Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 25 Februari 2014

¹⁴Hasil wawancara dengan Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang, tanggal 17 Desember 2013

¹⁵*Ibid.*

perundang-undangan bisa dikatakan berlaku efektif dalam implementasinya menurut Soerjono Soekanto¹⁶ ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, antara lain:

1. Faktor hukumnya sendiri
2. Faktor Penegak hukum
3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum
4. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku dan ditetapkan
5. Faktor kebudayaan yakni sebagai hasil, karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Faktor hukumnya sendiri itulah yang dimaksud dalam Friedman sebagai Faktor Substansi. Lawrence M. Friedman menyatakan bahwa sistem hukum yang beroperasi dapat di anggap sebagai suatu sistem yang terdiri atas tiga komponen, yaitu substansi, structural, cultural.¹⁷

Substansi mencakup isi norma-norma hukum beserta perumusannya maupun acara untuk menegakkannya yang berlaku bagi pelaksanaan hukum maupun pencari keadilan. Struktural mencakup wadah ataupun bentuk dari sistem tersebut yang umpamanya, mencakup tatanan lembaga-lembaga hukum formal, hubungan antara lembaga-lembaga tersebut, hak-hak dan kewajiban-kewajibannya. Kultural pada dasarnya mencakup nilai-nilai yang mendasari hukum yang berlaku, nilai-nilai yang merupakan konsepsi-konsepsi abstrak mengenai apa yang di anggap buruk.

Disamping Satuan Polisi Pamong Praja selama ini Pengawasan Izin Reklame yang dilakukan oleh BP2T juga bekerja sama dengan Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) terkait masa pajak reklame yang telah di lunasi atau belum. Terkait dengan hal-hal itu, maka mekanisme pengawasannya selama ini adalah dengan metode Satuan Polisi Pamong Praja membuat surat ke Dispenda terkait pajak reklame sudah di bayar atau belum, BP2T terkait dengan ijin reklame yang masih berlaku atau tidak serta reklame memenuhi syarat serta kriteria menurut peraturan yang berlaku.¹⁸

Faktor yang menjadi penyebab adanya pelanggaran penyelenggaraan reklame menurut Kepala Satuan Polisi Pamong Praja¹⁹ adalah kurang kedisiplinan dan tidak taat terhadap tata tertib yang sudah ditetapkan baik

¹⁶Soekanto, Soerjono. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada), 2011.

¹⁷Soerjono Sekanto, 1985, *Efektivitas Hukum dan Peranan Sanksi*, Remaja karya. Bandung . hlm.

21

¹⁸*Ibid.*

¹⁹Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 18 Desember 2013

dalam Peraturan Walikota Nomor 22 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perijinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame maupun dari Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame dari si penyelenggara atau pemohon reklame.

Ditambahkan oleh Kepala Satuan Polisi Pamong Praja²⁰ sanksi yang biasa dikenakan di dalam penanganan pada pelanggaran penyelenggaraan reklame berdasarkan pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 tentang Tata Cara Perijinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame adalah berupa sanksi Denda dan juga pencabutan Ijin Penyelenggaraan Reklame, hal itu juga sesuai dengan Pasal 27 Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Namun sebelum melakukan pencabutan Ijin Penyelenggaraan Ijin Reklame menurut Kepala BP2TKota Malang²¹ melalui Satuan Polisi Pamong Praja terlebih dahulu memberikan Surat Peringatan kepada Penyelenggara Reklame dan/atau Pemegang Ijin sebanyak 3 (tiga) kali yang masing-masing berjangka waktu 7 (tujuh) hari kalender terhitung sejak tanggal terkirimnya surat dimaksud, mekanisme ini sudah diatur di dalam Pasal 34 ayat (2) Peraturan Walikota Malang Nomor 22 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perijinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame.

Apabila ternyata Surat Peringatan yang dikeluarkan oleh Kepala BP2T tidak diindahkan oleh para penyelenggara reklame, maka Kepala BP2T mengeluarkan Surat Keputusan Pencabutan Ijin Reklame kepada Penyelenggara Reklame dan membuat surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan pelanggaran ijin reklame untuk di lakukan penindakan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pembuatan Surat Keputusan Pencabutan Ijin itu sudah sesuai dengan Pasal 34 ayat (3) Peraturan Walikota Malang Nomor 22 Tahun 2008 tentang Tata Cara Perijinan, Pemasangan dan Pencabutan Ijin Reklame.²²

Disamping Satuan Polisi Pamong Praja selama ini Pengawasan Ijin Reklame yang dilakukan oleh BP2T juga bekerja sama dengan Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) terkait masa pajak reklame yang telah di lunasi atau belum. Terkait dengan hal-hal itu, maka mekanisme pengawasannya selama ini adalah dengan metode Satuan Polisi Pamong Praja membuat surat ke Dispenda terkait pajak reklame sudah di bayar atau belum, BP2T terkait dengan ijin reklame yang masih berlaku atau tidak serta reklame memenuhi syarat serta kriteria menurut peraturan yang berlaku.²³

B. Penerapan Sanksi Terhadap Pelanggaran Penyelenggaraan Reklame

²⁰ Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 25 Februari 2014

²¹ Hasil wawancara dengan Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang, tanggal 17 Desember 2013

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

Selama ini Pemerintah Kota dalam hal ini Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang dalam memberikan Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota sudah sesuai Peraturan yang berlaku dalam hal ini adalah sudah sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 22 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Pemasangan, Perizinan, Pencabutan ijin Reklame di Kota Malang dan juga Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perijinan Reklame, namun apabila dikemudian hari terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh staff Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang semisal ada kesalahan prosedur (*dismissal procedure*) atau maladministrasi dalam pemberian ijin penyelenggaraan reklame, maka Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) akan memberikan sanksi disiplin PNS terhadap staff tersebut.²⁴

Dan kepada penyelenggara reklame dalam hal ini pelaku usahanya maka jika dijumpai ada pelanggaran yang dilakukan bersama-sama staff Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T), maka ijin penyelenggaraan reklame akan dicabut, dan dikenakan tindak pidana ringan. Dan penindakan tersebut akan ditangani langsung oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang. Hal ini dilakukan agar ada kepastian hukum bagi para penyelenggara reklame dan untuk mewujudkan prinsip *good governance*.²⁵

Dalam konteks *good governance* maka menurut penulis apa yang dilakukan oleh BP2T dalam melakukan penindakan ketika adanya pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha bersama-sama dengan staff BP2T sudah sesuai dengan yang dikatakan Sutedi mengatakan bahwa:

“Regulasi dan deregulasi perizinan di Indonesia ke depan yang menjunjung tinggi *good governance*, harus diwujudkan dengan adanya mekanisme komplain dan penyelesaian sengketa karena adanya berbagai pihak yang terlibat. Berikut ini yang harus diperhatikan dalam hal tersebut:

- a. prosedur sederhana dibuka (dapat diakses) secara luas;
- b. menjaga kerahasiaan pihak yang melakukan komplain;
- c. menggunakan berbagai media;
- d. dilakukan penyelesaian sesegera mungkin;
- e. membuka akses penyelesaian sengketa melalui jalur pengadilan atau non pengadilan.”

Sementara itu menurut Kepala Satuan Polisi Pamong Praja²⁶ apabila dimana terjadi kesalahan dalam proses penyelenggaraan reklame yang dilakukan pemohon yang mana pemohon dalam perijinannya ukuran maupun letak tempatnya berbeda dengan pelaksanaannya maka BP2T akan bertindak yang mana telah di beritahukan kepada satpol pp untuk melaksanakan eksekusi.

²⁴ Hasil wawancara dengan Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang, tanggal 17 Desember 2013

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Hasil wawancara dengan Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Malang, tanggal 25 Februari 2014

C. Kendala-Kendala dalam Penerapan Sanksi-Sanksi Administrasi Terhadap Penyelenggaraan Reklame

Kendala yang dialami Pemanggilan terhadap pemohon terkait pelanggaran Izin yang telah dilakukan oleh Penyelenggara Reklame namun tidak ditanggapi oleh Penyelenggara Reklame tersebut. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah mengeluarkan Surat Keputusan Pencabutan Izin Reklame kepada Penyelenggara Reklame dan membuat surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan pelanggaran izin reklame untuk di lakukan penindakan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Adanya kendala dalam penerapan sanksi-sanksi administrasi terhadap penyelenggaraan reklame tentu saja tak lepas dari tidak berfungsinya salah satu komponen-komponen model sistem implementasi sanksi administrasi yaitu ada pada unsur pelaksana (*implementator*) yaitu BP2T dan Satuan Polisi Pamong Praja yang menurut penulis belum ada ketegasan terhadap para pelaku usaha agar mereka mau untuk hadir pada saat dilakukannya pemanggilan. Keberhasilan Implementasi Kebijakan itu tergantung dari terlaksananya komponen-komponen model sistem implementasi kebijakan publik. Komponen-komponen model sistem implementasi kebijakan public menurut Tachjan²⁷, terdiri atas : (1) program (kebijakan) yang dilaksanakan; (2) *target groups*, yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran, dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut, perubahan atau peningkatan; (3) unsur pelaksana (*implementor*), baik organisasi atau perorangan, yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan dan pengawasan dari proses implementasi tersebut; dan (4) faktor lingkungan (fisik, sosial, budaya dan politik).

Disamping itu adanya kendala pada dalam penerapan sanksi-sanksi administrasi terhadap penyelenggaraan reklame terletak pada kegagalan faktor sistem organisasi pelaksana karena ketidakjelasan jaringan sistem, model monitoring yang biasa dipakai, serta evaluasi yang dipilih antara BP2T dan Satuan Polisi Pamong Praja. Ada beberapa faktor yang dapat menentukan kegagalan dan keberhasilan dalam implementasi kebijakan menurut Arif Rohman²⁸ yaitu:

1. Faktor yang terletak pada rumusan kebijakan yang telah dibuat oleh para pengambil keputusan, menyangkut kalimatnya jelas atau tidak, sasarannya tepat atau tidak, mudah dipahami atau tidak, mudah diinterpretasikan atau tidak, dan terlalu sulit dilaksanakan atau tidak;
2. Faktor yang terletak pada personil pelaksana, yakni yang menyangkut tingkat pendidikan, pengalaman, motivasi, komitmen, kesetiaan, kinerja,

²⁷Tachjan. *Op.Cit.* hlm. 37

²⁸Arif Rohman. 2009. *Politik Ideologi Pendidikan*. Laks Bank Mediatama. Yogyakarta. hlm. 147

kepercayaan diri, kebiasaan-kebiasaan, serta kemampuan kerjasama dari para pelaku pelaksana kebijakan. Termasuk dalam personil pelaksana adalah latar belakang budaya, bahasa, serta ideologi kepertaian 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.

Penutup

A. Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sanksi-sanksi administrasi sudah di terapkan pada pelanggaran penyelenggaraan reklame pasal 34 Peraturan Walikota Malang Nomor 19 Tahun 2013 berupa pencabutan Izin Reklame dan sanksi Denda terhadap Penyelenggara Reklame yang melakukan Pelanggaran Izin Reklame.
2. Penerapan sanksi jika terjadi kesalahan dalam proses penyelenggaraan reklame terhadap pemohon dan pemerintah Kota Malang yaitu:
 - a. Apabila dikemudian hari terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh staff Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) Kota Malang semisal ada kesalahan prosedur (*dismissal procedure*) atau maladministrasi dalam pemberian ijin penyelenggaraan reklame, maka Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T) akan memberikan sanksi disiplin PNS terhadap staff tersebut.
 - b. Apabila penyelenggara reklame melakukan pelanggaran yang dilakukan bersama-sama staff Badan Pelayanan Perizinan Terpadu (BP2T), maka Ijin penyelenggaraan reklame akan dicabut, dan dikenakan tindak pidana ringan.
3. Kendala-Kendala Dalam Penerapan Sanksi-Sanksi Administrasi Terhadap Penyelenggaraan Reklame yaitu Pemanggilan terhadap pemohon terkait pelanggaran Izin yang telah dilakukan oleh Penyelenggara Reklame namun tidak ditanggapi oleh Penyelenggara Reklame tersebut. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut adalah mengeluarkan Surat Keputusan Pencabutan Izin Reklame kepada Penyelenggara Reklame dan membuat surat kepada Satuan Polisi Pamong Praja terkait dengan pelanggaran ijin reklame untuk di lakukan penindakan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan peraturan yang berlaku.

B. Saran

Saran yang bisa penulis berikan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya sinersitas antara BP2T dan Polisi Pamongpraja dalam melakukan eksekusi terhadap sanksi administrasi di dalam menerapkan peraturan berkaitan dengan izin reklame yang ada, sehingga kedepannya tidak ada pelanggaran lagi berkaitan dengan izin reklame yang sudah diterbitkan bagi para penyelenggara izin reklame.
2. Hendaknya sosialisasi tentang peraturan-peraturan yang berkaitan dengan Izin Reklame lebih ditingkatkan agar tidak terjadi pelanggaran-pelanggaran Perizinan Penyelenggaraan Reklame.
3. Penyelenggara Reklame hendaknya selalu berkoordinasi dengan BP2T dan mentaati ketentuan yang berlaku terkait Izin Reklame.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

Andi Hamzah, 1989. *Kamus Hukum, Liberty* :Yogyakarta

Arif Rohman. 2009. *Politik Ideologi Pendidikan*. LaksBank Mediatama, Yogyakarta

Bambang Prasetyo, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Denis Mcquail, 1994. *Teori Komunikasi Massa Edisi II*, Penerbit Salemba. Jakarta,

Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2003. *Kebijakan Publik yang Membumi*. Yogyakarta: Lukman Offset

Jokie MS.Siahaan, 2009. *Perilaku Menyimpang Pendekatan sosiologis*. Jakarta: Indeks.

Lutfi Effendi, 2010. *Pokok-Pokok Hukum Pajak*, Bayumedia, Malang,

R. Santoso Brotodihardjo, 2008. *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*, Refika Aditama, Bandung,

Rosady Ruslan, 2000. *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktivitas Public Relations Kehumasan*, Ghalia, Jakarta.

Siti Kurnia Rahayu dan Ely Suhayati. 2010. *Perpajakan Indonesia Teori dan Teknis Perhitungan*. Yogyakarta, Graha Ilmu.

Soerjono Soekanto dan Srimamudji, 2001. *Penelitian Hukum Normatif*, Cet. V, Rajawali press, Jakarta.

Soetomo. 2008. *Masalah Sosial dan Upaya*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Tunggul Anshari Setia Negara, 2008. *Pengantar Hukum Pajak*, Bayumedia, Malang,

B. Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah

Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Peraturan Walikota Malang Nomor 4 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Penghitungan Pajak Reklame

Peraturan Walikota Malang Nomor 22 Tahun 2008 Tentang Perizinan Reklame

C. Jurnal

Ensiklopedia Indonesia No. 3 (Han-Kol), Ichtiar Baru-Van Hoevg dan Elsevier Publishing Projects, Jakarta, 1987

D. Internet

Penertiban Reklame, Satpol PP Serba Salah, (<http://www.malang-post.com/tribunngalam/75055-penertiban-reklamesatpol-pp-serba-salah->), diakses tanggal 22 Oktober 2013

<http://id.shvoong.com/business-management/marketing/2197387-pengertian-advertising-menurut-ahli/#ixzz2hliMPMnO>, diakses tanggal 4 September 2013