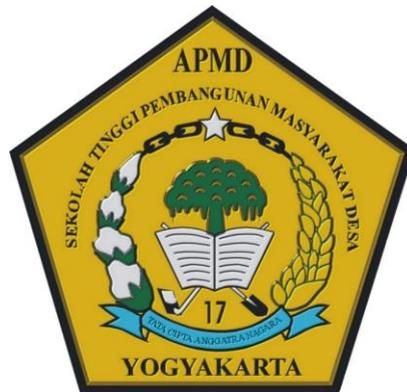


**PENYELENGGARAAN REKLAME PADA MASA PANDEMI  
COVID-19 DI KABUPATEN SLEMAN**

**(Implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020  
tentang Penyelenggaraan Reklame)**

**TESIS**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Magister  
pada Program Studi Ilmu Pemerintahan  
Konsentrasi Pemerintahan Daerah**



**Diajukan oleh :  
SRI MADU RAKYANTO  
NIM 20610036**

**PROGRAM MAGISTER ILMU PEMERINTAHAN  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA  
2022**

PENGESAHAN  
TESIS

PENYELENGGARAAN REKLAME PADA MASA PANDEMI COVID-19  
DI KABUPATEN SLEMAN  
(Implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang  
Penyelenggaraan Reklame)

Disusun oleh :

SRI MADU RAKYANTO  
NIM 20610036

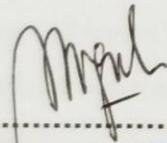
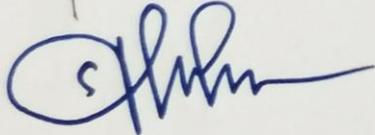
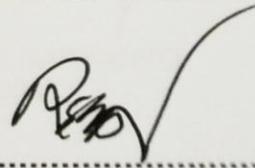
Disahkan oleh Tim Penguji  
Pada tanggal 31 Maret 2022

Susunan Tim Penguji

Pembimbing (Ketua Tim Penguji)  
Dr. E.W. Tri Nugroho

Penguji I  
Dr. Supardal, M.Si.

Penguji II  
Dr. Rijel Samaloisa

Yogyakarta, 31 Maret 2022  
Mengetahui  
Direktur Program Magister  
Program Studi Ilmu Pemerintahan

  
  
Dr. Supardal, M.Si.

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Sri Madu Rakyanto

Nomor Mahasiswa : 20610036

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul **“Penyelenggaraan Reklame pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman (Implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame)”** adalah karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya sendiri dalam tesis ini telah disebutkan dalam teks dan telah tercantum dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tesis dan gelar yang saya peroleh dari tesis tersebut.

Yogyakarta, 17 Maret 2022

Yang membuat pernyataan

A photograph of a 10,000 Rupiah Indonesian banknote. The note is yellow and green, with the number '10000' printed vertically on the left side. The text 'METRIS TRANS' and the serial number '32AJX158034871' are visible. A black ink signature is written across the center of the note.

SRI MADU RAKYANTO  
NIM 20610036

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tesis ini, penulis persembahkan, pertama kepada Allah SWT karena atas segala Bimbingan dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Program Magister Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.

Kedua kepada Istri, Fera Dewi Kurniasih dan anak-anak, Yudhistira Wicaksana, Sekar Pramesti, Dian Prabandari, yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik

**Motto**

*Keterbatasan bukan penghalang bagi mereka yang ingin meraih harapan*

*Tidak ada kerja keras yang sia-sia*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“Penyelenggaraan Reklame pada Masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman (Implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame)”**. Tesis ini dibuat dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Magister pada Program Studi Ilmu Pemerintahan, Konsentrasi Pemerintahan Daerah Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.

Penyusunan tesis ini dapat diselesaikan dengan bantuan dan dukungan berbagai pihak sehingga memacu penulis untuk menyelesaikan tesis ini pada waktunya dan penulis berharap dapat memberikan manfaat. Atas dukungan, bimbingan dan bantuannya, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Supardal, M.Si., Direktur Program Magister Program Studi Ilmu Pemerintahan, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
2. Bapak Dr. E.W. Tri Nugroho, selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Tim Penguji yang telah dengan tulus, penuh perhatian dan penuh kesabaran berkenan membimbing penulis sampai dengan selesainya tesis ini.
3. Bapak Dr. Supardal, M.Si., selaku Penguji I yang telah mengkritisi dan memberikan masukan sehingga menjadikan tesis ini menjadi lebih berbobot.
4. Bapak Dr. Rijel Samaloisa, selaku Penguji II, yang telah memberikan masukan dan saran sehingga menjadikan tesis ini menjadi lebih berbobot.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta staf/karyawan Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan studi di Program Studi Magister Ilmu Pemerintahan.
6. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTP), Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman (DPUPKP), Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman yang telah memberikan dukungan data dan informasi terkait penyelenggaraan reklame.

7. Para informan yang telah membantu memberikan keterangan terkait penyelenggaraan reklame.
8. Seluruh rekan Angkatan-26 Magister Ilmu Pemerintahan Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta yang telah saling *support* untuk berupaya “lulus bareng” di tahun 2022.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan bimbingan dan perlindungan untuk kita semua, *amin*.

Yogyakarta, 17 Maret 2022

SRI MADU RAKYANTO  
NIM 20610036

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>INTISARI</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	13
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	14
E. Kerangka Konseptual .....	15
1. Kebijakan .....	15
2. Kebijakan Publik .....	16
3. Implementasi Kebijakan Publik .....	20
4. Penyelenggaraan Reklame menurut Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 .....	27
F. Metode Penelitian .....	32
1. Jenis Penelitian .....	32
2. Obyek Penelitian .....	33
3. Lokasi Penelitian .....	33
4. Teknik Pemilihan Informan .....	33
5. Teknik Pengumpulan Data .....	35
6. Teknik Analisis Data .....	36

<b>BAB II. PROFIL DAERAH DAN PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN</b> .....	38
A. Kondisi Geografis .....	38
1. Letak dan Luas Wilayah .....	38
2. Karakter Wilayah .....	38
3. Pembagian Wilayah Administrasi di Kabupaten Sleman .....	41
B. Kondisi Demografis Kabupaten Sleman .....	42
1. Jumlah Penduduk Menurut Wilayah Kapanewon .....	42
2. Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan yang Ditamatkan .....	44
C. Visi dan Misi Bupati dan Wakil Bupati Sleman Tahun 2021-2026 .....	45
D. Profil Dinas-Dinas sebagai <i>Implementors</i> Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sleman .....	46
1. Profil Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Sleman .....	46
2. Profil Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman Kabupaten Sleman .....	51
3. Profil Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman .....	56
<b>BAB III. ANALISIS TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN SLEMAN</b> .....	64
A. Implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame .....	64
1. Komunikasi <i>Implementors</i> .....	64
2. Sumber Daya ( <i>Resources</i> ) .....	71
3. Disposisi/Kecenderungan Sikap <i>Implementors</i> .....	85
4. Struktur Birokrasi .....	90
B. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Implementasi .....	101
1. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi <i>Implementors</i> .....	101
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Sumber Daya .....	103
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Disposisi/Sikap <i>Implementors</i> .....	105
4. Faktor Pendukung dan Penghambat Struktur Birokrasi .....	108

<b>BAB IV. PENUTUP</b> .....	110
A. Kesimpulan .....	110
B. Saran .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	114
<b>LAMPIRAN</b> .....	116

## DAFTAR TABEL

<b>No.</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Hal.</b>
Tabel 1.1	Informan/Subyek Penelitian	34
Tabel 2.1	Pembagian Wilayah Administrasi di Kabupaten Sleman	41
Tabel 2.2	Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman Menurut Wilayah Kapanewon	43
Tabel 2.3	Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman Usia 15 Tahun ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	44
Tabel 2.4	Jumlah Pegawai Bidang Pendaftaran, Informasi dan Pengaduan DPMPTSP	51
Tabel 2.5	Jumlah Pegawai Seksi Pengawasan Bangunan DPUPKP	56
Tabel 2.6	Jumlah Pegawai Bidang Penegakan Peraturan dan Seksi Operasional Trantib Satpol PP	61
Tabel 2.7	Pendapatan Pajak Reklame Kabupaten Sleman Tahun 2019-2020	63

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Hal.
Gambar 1.1	Reklame Dipasang Secara Melintang ( <i>Landscape</i> ) di Atas Jalan Laksda Adi Sutjipto, Depok Sleman	8
Gambar 1.2	Reklame Dipasang pada Tiang Listrik dan Telepon	9
Gambar 1.3	Proses Implementasi Kebijakan Publik	26
Gambar 2.1	Peta Administratif Wilayah Kabupaten Sleman	42
Gambar 2.2	Bagan Susunan Organisasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu	50
Gambar 2.3	Bagan Susunan Organisasi Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan, dan Kawasan Pemukiman	55
Gambar 2.4	Bagan Susunan Organisasi Satuan Polisi Pamong Praja	60
Gambar 3.1	Alur Kewenangan Penyelenggaraan Reklame Berkonstruksi di Kabupaten Sleman sesuai Perbup Sleman Nomor 50 Tahun 2020	84
Gambar 3.2	SOP Perizinan Reklame	91
Gambar 3.3	SOP Pengawasan Reklame Berkonstruksi	93
Gambar 3.4	SOP Penertiban Reklame Berkonstruksi	95

## INTISARI

Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) memberikan dampak yang sangat besar pada sektor ekonomi dan sosial di dunia, termasuk Indonesia. Jalannya pemerintahan di daerah dalam pelayanan kepada masyarakat juga mengalami dampak akibat Pandemi Covid-19. Setelah setahun lebih pandemi Covid-19 berlangsung, perlu upaya pemulihan ekonomi yang mendorong kegiatan ekonomi masyarakat, khususnya di daerah yang nantinya diharapkan dapat menjadi solusi/alternatif penambahan PAD. Pajak reklame diharapkan dapat menjadi alternatif solusi penambahan PAD pada masa pandemi Covid-19. Fakta di lapangan bahwa selama pandemi Covid-19 pemasangan reklame walaupun menjadi lebih sedikit, namun masih tidak teratur, tidak tertib yang menjadikan Kabupaten Sleman menjadi tidak indah. **Permasalahan** adalah Bagaimana Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sleman pada masa Pandemi Covid-19 dan apa kendala-kendala yang dihadapi?

**Metode penelitian yang digunakan** deskriptif kualitatif, dengan obyek penelitian pada Penyelenggaraan Reklame pada masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman berdasarkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame. Teknik pemilihan informan yang digunakan adalah teknik *purposive*, dengan tujuh informan. Teknik pengumpulan data: observasi dan wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data : teknik analisis interaktif yang meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

**Hasil penelitian** bahwa implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman pada masa Pandemi Covid-19 tidak berjalan optimal. Implementasinya sebagai berikut: komunikasi *implementors* sudah terjalin secara intens, sumber daya manusia di DPMPTSP dan Satpol PP sudah memadai, sumber daya anggaran belum memadai, sumber daya peralatan di DPUPKP dan Satpol PP belum memadai, sumber daya informasi belum memadai, disposisi pada tahap perizinan sudah memadai sedangkan pada tahap pengawasan tidak sebanding dengan tumbuhnya reklame, struktur birokrasi sudah didukung *Standard Operating Procedure* (SOP) namun dipengaruhi adanya fragmentasi dari pihak di luar struktur birokrasi. Faktor pendukung dan penghambat penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 sebagai berikut: faktor pendukung komunikasi adalah komunikasi dan kerjasama yang sudah terjalin intens, faktor penghambat komunikasi adalah kebijakan pusat yang sering berubah, faktor pendukung sumber daya manusia di DPMPTSP dan Satpol PP sudah memadai, sumber daya kewenangan sudah memadai, faktor penghambat sumber daya manusia di DPUPKP belum memadai, sumber daya anggaran belum memadai, faktor pendukung disposisi adalah motivasi kerja di DPMPTSP dan Satpol PP sudah memadai, faktor pendukung struktur birokrasi adalah adanya SOP dan faktor penghambatnya adalah fragmentasi berupa tekanan dari luar unit birokrasi.

**Kata-kata kunci** : penyelenggaraan reklame, implementasi kebijakan.

## ABSTRACT

The Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) pandemic has had a huge impact on the economic and social sectors in the world, including Indonesia. The course of government in the region in service to the community has also been affected by the Covid-19 Pandemic. After more than a year of the Covid-19 pandemic, economic recovery efforts are needed that encourage people's economic activities, especially in areas that will be expected to be a solution to the addition of regional income (PAD). The advertisement taxes are expected to be an alternative solution to add PAD during the Covid-19 pandemic. The fact that during the Covid-19 pandemic the installation of advertisement even though it became less, but still irregular, was disorderly which made Sleman Regency become unspoilt. **The problem** is how to implement advertisements in Sleman Regency during the Covid-19 Pandemic and what are the obstacles faced?

**The research method** used is qualitatively descriptive, with research objects on the Implementation of advertisements during the Covid-19 Pandemic in Sleman Regency based on Sleman Regent Regulation Number 50 of 2020 (Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020) concerning the Implementation of advertisements. The informant selection technique used is a purposive technique, with eight informants. Data collection techniques: observation and interview, documentation. Data analysis techniques: interactive analysis techniques that include data collection, data condensation, data presentation and inference.

**The results of the study** that the implementation of the advertisements implementation policy in Sleman Regency during the Covid-19 Pandemic did not run optimally. The implementation is as follows: implementors communication has been established intensely, human resources in DPMPTSP and Satpol PP are adequate, budget resources are inadequate, equipment resources in DPUPKP and Satpol PP have not been adequate, information resources are inadequate, disposition at the licensing stage is adequate while at the supervision stage is not comparable to the growth of billboards, bureaucratic structures have been supported by Standard Operating Procedure (SOP) but are affected by the existence of fragmentation of parties outside the bureaucratic structure. Supporting factors and inhibiting the implementation of billboards during the Covid-19 pandemic are as follows: communication supporting factors are communication and cooperation that have been established intensely, communication inhibition factors are central policies that often change, human resource support factors in DPMPTSP and Satpol PP are adequate, authority resources are adequate, human resource inhibition factors in DPUPKP are inadequate, Budget resources are not adequate, the supporting factors for disposition are the motivation for work in DPMPTSP and Satpol PP is adequate, the supporting factor of bureaucratic structure is the existence of SOPs and the inhibitory factor is fragmentation in the form of pressure from outside the bureaucratic unit.

**Key words:** the implementation of advertisements, the implementation of policies.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah.

Pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) yang sedang terjadi memberikan dampak yang sangat besar pada sektor ekonomi dan sosial di dunia, termasuk Indonesia. Menurut Saiful, pengamat kebijakan publik dan pelaku bisnis, ada tiga dampak besar pandemi Covid-19 ini bagi perekonomian nasional yaitu:

Dampak yang pertama adalah melemahnya konsumsi rumah tangga atau melemahnya daya beli. Dampak kedua bahwa pandemi Covid-19 ini menimbulkan adanya ketidakpastian, kapan akan berakhir, sehingga di bidang investasi juga ikut melemah dan berimplikasi terhadap berhentinya sebuah usaha. Sedangkan dampak yang ketiga yakni pelemahan ekonomi sehingga menyebabkan harga komoditas turun (*beritasatu.com/ekonomi, 2021*).

Ketiga dampak tersebut juga berpengaruh pada jalannya roda pemerintahan di daerah dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat. Pada triwulan kedua tahun 2020, rencana anggaran yang telah disusun oleh pemerintah daerah harus dilakukan *re-scheduling* (penyusunan kembali) dan *re-focusing* (pemusatan kembali) anggaran untuk kegiatan mengatasi penyebaran dan penularan Covid-19. Pembatasan-pembatasan kegiatan usaha dalam konteks pembatasan kerumunan yang dilaksanakan dalam upaya memutus penyebaran Covid-19 berpengaruh pada usaha ekonomi masyarakat (usaha restoran, rumah makan dan usaha kuliner lainnya), kunjungan wisatawan luar daerah yang dibatasi mengakibatkan menurunnya angka okupansi hotel dan melemahnya

kegiatan ekonomi mengakibatkan juga jumlah investasi menurun. Hal tersebut berpengaruh pula pada pendapatan asli daerah (PAD) yang merupakan modal bagi daerah dalam melaksanakan program pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat.

Setelah setahun lebih pandemi Covid-19 berlangsung, tentunya perlu adanya upaya pemulihan ekonomi yang mendorong kegiatan ekonomi masyarakat, khususnya di daerah yang nantinya diharapkan dapat menjadi solusi/alternatif penambahan PAD. Pemerintah daerah sebagai daerah otonom dituntut untuk lebih jeli dalam mengambil kebijakan guna menjalani masa pandemi ini.

Mengenai otonomi daerah, Ferizaldi (2016:67) mengatakan:

Otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pelaksanaan otonomi daerah merupakan peluang yang penting dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi pemerintah daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah. Maju mundurnya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan dalam menyelenggarakan pemerintah daerah. Pemerintah daerah bebas berkreasi dan berekspresi dalam rangka membangun daerahnya, tetapi tetap dalam kerangka kegiatan yang tidak melanggar ketentuan perundang-undangan. Dengan otonomi daerah, diharapkan pemerintah daerah lebih mandiri dengan mengoptimalkan potensi-potensi wilayah sebagai salah satu sumber pendapatan dalam mengurus pemerintahan dan melayani kepentingan masyarakat.

Pemberian otonomi daerah diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan akuntabilitas sektor publik di Indonesia. Dengan otonomi daerah, daerah dituntut untuk mencari alternatif sumber pembiayaan pembangunan tanpa mengurangi harapan masih adanya bantuan dan bagian (*sharing*) dari pemerintah pusat dan menggunakan dana publik sesuai dengan prioritas dan aspirasi masyarakat. Dengan kondisi seperti ini, peranan investasi swasta dan perusahaan milik daerah sangat diharapkan sebagai pemacu utama pertumbuhan dan pembangunan ekonomi daerah (*engine of growth*) (Christia, 2019, 150).

Pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, disebutkan tiga jenis sumber pendapatan daerah: Pendapatan Asli Daerah, Pendapatan Transfer dan Lain-Lain Pendapatan Daerah Yang Sah. Pendapatan Asli Daerah bersumber dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah (UU No. 23 Tahun 2014, Pasal 285).

Salah satu sumber pajak daerah adalah pajak reklame. Pajak reklame diharapkan dapat menjadi alternatif solusi penambahan PAD pada masa pandemi Covid-19 di saat sumber-sumber penghasilan lain mengalami penurunan. Pajak reklame memberikan sumbangan yang cukup besar bagi daerah, apalagi jika di daerah tersebut memiliki potensi untuk pemasangan reklame yang dilandasi dengan adanya izin dan kepastian hukum dari pemerintah daerah tersebut.

Reklame merupakan media yang disusun dan dibentuk untuk tujuan komersial yang digunakan untuk mengenalkan dan menarik

perhatian kalayak umum terhadap suatu barang atau produk. Reklame ini biasanya dipasang di tempat yang diharapkan diperhatikan oleh banyak orang.

Perkembangan dunia usaha yang semakin maju merupakan salah satu hal yang mendukung perkembangan reklame. Pusat perbelanjaan, *mall*, mini market ataupun super market, hotel, tempat hiburan pasti memerlukan media promosi. Begitu juga maraknya *event* dan kegiatan yang hampir dapat dikatakan setiap hari ada. Kegiatan-kegiatan tersebut tentunya juga memerlukan media promosi. Media promosi yang digunakan sebagian besar adalah media luar ruangan. Pemilihan media luar ruangan ini dikarenakan obyek promosi adalah masyarakat sekitar dan masyarakat yang kebetulan melintas di daerah tersebut. Pemasangan reklame berupa baliho, *videotron*, spanduk, umbul-umbul sebagai media promosi yang dipasang sebagai media luar ruangan diyakini efektif dalam membangun citra perusahaan atau produk maupun promo suatu kegiatan.

Efektifitas suatu reklame media luar ruangan selama ini diukur dengan indikator berapa banyaknya masyarakat/kendaraan yang melintas di area tempat dipasangnya media tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jalan besar yang banyak dilalui kendaraan selama ini dianggap paling efektif untuk beriklan. Wilayah Kabupaten Sleman yang dilalui jalan kabupaten, jalan propinsi dan jalan nasional menjadi kaya akan titik lokasi yang dapat menjadi media pemasangan reklame.

Maraknya pemasangan reklame ini mengindikasikan akan besarnya potensi pajak/retribusi yang dapat diperoleh. Banyaknya reklame yang terpasang bahkan dianggap sebagai salah satu indikator kemajuan

pembangunan suatu daerah. Jumlah reklame yang terpasang berbanding lurus dengan meningkatnya potensi perekonomian di suatu daerah.

Menilik Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Badan Keuangan dan Aset Daerah (LKjIP BKAD) Kabupaten Sleman pada tahun 2019 (bkad/slemankab.go.id, 2020:34): tertulis bahwa target pajak reklame sebesar Rp.9.500.000.000,- terealisasi sebesar Rp.10.401.434.884,- (109,49%), menunjukkan betapa besar potensi pajak reklame dalam menyumbang pendapatan asli daerah Kabupaten Sleman. Keberadaan reklame sebagai potensi sumber pendapatan asli daerah, apabila dikelola dengan optimal tentunya akan memberikan kontribusi yang signifikan bagi pelaksanaan pembangunan daerah, khususnya dalam masa pandemi Covid-19 saat ini.

Pengaturan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman mengalami perubahan yang disesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Pengaturan ini menjadi pijakan instansi teknis dalam menjalankan fungsinya memberikan pelayanan kepada masyarakat dan memberikan kepastian hukum pada penyelenggaraan reklame dengan memperhatikan prinsip keadilan, estetika, ketertiban, melindungi kepentingan masyarakat dan potensi daerah sehingga Pemerintah Kabupaten Sleman menetapkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame yang sekaligus mencabut Peraturan Bupati Sleman Nomor 31.1 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Keberadaan reklame di Kabupaten Sleman di satu sisi menjadi potensi penambahan pendapatan asli daerah (PAD), namun apabila tidak

diatur dan diawasi tentu akan terjadi kebocoran potensi PAD dan yang paling penting adalah membahayakan masyarakat apabila konstruksi reklame yang terpasang tidak sesuai dengan ketentuan yang disyaratkan. Pemerintah Kabupaten Sleman mencatat dalam lima tahun terakhir, hanya 556 baliho yang mendapatkan izin, 316 diminta untuk melengkapi persyaratan dan 267 baliho ditolak karena tidak memenuhi syarat perizinan. Sekretaris Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (DPMPPT) Sleman, Triana Wahyuningsih menyatakan dalam lima tahun terakhir (2015-2020) Pemkab Sleman hanya menerima permohonan izin pemasangan baliho sebanyak 1.139 permohonan. Dari jumlah tersebut hanya 556 berkas permohonan disetujui. "Berkas yang disetujui karena memenuhi persyaratan, mereka membayar retribusi dan ada SK-nya" kata Triana pada saat dihubungi harian Jogja, Senin (5/4/2021) (*harianjogja.com*, 2021).

Melihat apa yang disampaikan Sekretaris DPMPPT dapat diasumsikan bahwa kemungkinan beberapa konstruksi reklame yang kita temui saat ini bisa jadi tidak berizin yang berarti tidak memberikan kontribusi apa-apa bagi Pemerintah Kabupaten Sleman. Hal ini menjadi menarik untuk dilakukan penelitian terhadap penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman, khususnya penerapan Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020.

Pada implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame sebelumnya terlihat lebih nyata hasilnya, beberapa reklame berkonstruksi yang tidak sesuai dengan ketentuan dapat segera dieksekusi baik ditutup materinya atau bahkan dirobohkan karena implementasi kebijakan tersebut

berjalan pada masa normal, dukungan-dukungan dalam kondisi stabil sehingga kegiatan implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame dapat berjalan sesuai dengan rencana. Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame yang baru yangmana diharapkan lebih baik dengan beberapa perubahan dari kebijakan sebelumnya yang antara lain kepastian hukum, kemudahan dalam penyelenggaraan reklame, dan penambahan titik penempatan reklame, namun pada implementasinya kebijakan penyelenggaran reklame yang baru tidak dapat dilksanakan secara optimal karena adanya pandemi Covid-19 sehingga banyak reklame yang tidak teratur pemasangannya.

Hasil observasi di lapangan menggambarkan masih adanya pelanggaran pemasangan reklame yang tidak sesuai ketentuan Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame, antara lain sebagai berikut :

1. Melanggar ketentuan pemasangan dan penempatan reklame berkonstruksi.

Menurut ketentuan pemasangan dan penempatan reklame berkontruksi yang diatur pada lampiran Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame di halaman 2, d. (Peletakan), poin 2) diatur bahwa “Pemasangan bidang reklame ukuran sedang dan besar, pada konstruksi reklame yang dibangun di bahu jalan/ perkerasan jalan harus dengan posisi vertikal” dan di halaman 4, poin 5) diatur bahwa “Konstruksi reklame tidak boleh berupa portal dan atau jenis konstruksi lainnya yang melintang di atas jalan”. Realita di

lapangan masih terdapat reklame berkonstruksi yang melanggar.

Sebagai contoh pelanggaran tersebut sebagai berikut :

Gambar 1.1



Keterangan : Reklame dipasang secara melintang (*landscape*) di atas Jalan Laksda Adi Sutjipto, Depok Sleman.

## 2. Melanggar larangan.

Pada Pasal 7, ayat (1) dalam Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame disebutkan bahwa “Setiap orang pribadi dan atau badan dilarang melakukan penyelenggaraan reklame menempel di tempat yang menghalangi lampu pengatur isyarat lalu lintas, menempel di pohon, tiang listrik, tiang telepon, dan tiang alat pengatur isyarat lalu lintas, dan/atau jembatan dan jembatan layang kecuali jembatan penyeberangan orang dan di tiang jembatan layang untuk reklame jenis *neonbox* dan mendapat rekomendasi dari pihak yang berwenang”. Contoh pelanggaran terhadap larangan tersebut sebagai berikut :

Gambar 1.2



Keterangan : Reklame dipasang pada tiang listrik dan telepon.

Penelitian tentang penyelenggaraan reklame ini bukanlah satu-satunya penelitian tentang hal itu. Ada Beberapa penelitian terdahulu yang membahas topik yang mirip tentang reklame antara lain sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Azka Abdi Amrubby Tahun 2021 dengan judul "*Problematika Sampah Visual Media Luar Ruang: Tinjauan Regulasi Kampanye Pemilu dan Pilkada*", peneliti yang juga merupakan anggota Komite Independen Sadar Pemilu yang beralamat di Jalan Randu RT 4 RW 5 Padukuhan Mejing Wetan, Gamping Sleman. Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu observasi yang dilakukan di dua kabupaten, di Kabupaten Bogor pada Pemilu 2019 dan di Kabupaten Sleman pada Pilkada 2020 serta mencari data tambahan melalui studi pustaka guna melengkapi data penelitian. Hasil penelitian menyatakan bahwa pertama. Penggunaan reklame/media luar ruangan seperti poster, banner, baliho dalam kampanye konvensional yang tidak sesuai aturan akan menimbulkan sampah visual yang mengganggu keindahan dan lingkungan. Kedua, penggunaan reklame/media luar ruangan dalam

kampanye telah diatur dalam Peraturan KPU dan Peraturan Bawaslu, namun peraturan tersebut belum menciptakan ketaatan para kandidat dalam berkampanye, banyak materi kampanye berupa poster, banner, dan baliho yang dipasang secara sembarangan dan berlebihan sehingga dilakukan penertiban oleh Satuan Polisi Pamong Praja bersama Bawaslu. Ketiga, peneliti menawarkan konsep *green election*, yaitu konsep penyelenggaraan Pemilu/Pilkada yang tidak mencemari lingkungan, konsep ini dapat diterapkan dalam kampanye yang menggunakan media baru melalui pemanfaatan teknologi seperti internet dan penggunaan alat peraga kampanye yang ramah lingkungan serta mudah diurai dalam kampanye dengan media luar ruangan.

<https://doi.org/10.55108/jap.v4i2.50> Diunduh pada 22 Februari 2022.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Geri Andre Setyawan Tahun 2020 dengan judul "*Analisis Distorsi Visual Sebagai Faktor Penentu Titik Lokasi Penempatan Reklame di Jalan Seturan Raya Yogyakarta*", Tesis, Program Studi Magister Arsitektur, Program Pascasarjana Universitas Atmajaya Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini memberikan jawaban mengenai lokasi pemasangan reklame berkonstruksi yang berpengaruh terhadap penyimpangan visual bagi pengendara, jenis pelanggaran reklame berkonstruksi apa saja yang ditemui di Jalan Seturan Raya berdasarkan teori dan regulasi dan memberikan jawaban di mana titik penempatan reklame berkonstruksi yang tepat di jalan Seturan Raya.

<http://e-journal.uajy.ac.id/22629/1/5402557%200.pdf> Diunduh pada 15 Juni 2021

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Kunto Nurkukuh Tahun 2019 yang berjudul: *“Konsep Penataan Reklame Koridor Jalan Affandi Yogyakarta Berdasarkan Persepsi Masyarakat”*, Dosen di Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menyatakan bahwa penataan reklame yang sudah baik dan memenuhi aspek keindahan, keselamatan, kenyamanan, dan efektivitas terdapat pada segmen 3. Pada segmen 1, 2, dan 4 masih terdapat kriteria penataan reklame yang belum terpenuhi. Penataan reklame di segmen 3 dapat memenuhi kriteria karena salah satunya didukung adanya larangan pemasangan reklame liar yang tidak sesuai tempatnya dan adanya penertiban reklame liar di sekitar kampus Universitas Negeri Yogyakarta.

<https://journal.itny.ac.id/index.php/rekaruang/article/view/1166> Diunduh pada 15 Juni 2021

Apabila melihat tiga penelitian di atas, maka penelitian ini mempunyai kesamaan dan perbedaan sebagai berikut:

1. Persamaannya dalam penggunaan metode penelitian, yaitu metode penelitian kualitatif.
2. Perbedaan dan kekhasan sebagai berikut :
  - a. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh A.A. Amrubby fokus pada persoalan penggunaan reklame/media luar ruang sebagai media kampanye dalam Pemilu/Pilkada yang berlebihan dan tidak taat aturan akan menimbulkan sampah visual yang mengganggu kenyamanan dan lingkungan. Setyawan dan Nurkukuh lebih fokus

pada penataan/penempatan reklame yang tepat, sedangkan pada penelitian ini lebih pada implementasi kebijakan dengan fokus pada komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi.

- b. Penelitian yang akan dilaksanakan mengambil lokasi di Kabupaten Sleman, sedangkan penelitian yang dilakukan A.A. Amrubby selain dilakukan di Kabupaten Sleman pada Pilkada 2020 juga dilakukan di Kabupaten Bogor pada Pemilu 2019.
- c. Dasar aturan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame, sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyawan dan Nurkukuh selain dari segi teknis, mereka mendasarkan pada Peraturan Bupati Sleman Nomor 31.1. Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame. Penelitian A.A. Amrubby menggunakan Peraturan KPU Nomor 23 tahun 2018 dan Nomor 11 Tahun 2020 dan Peraturan Bawaslu Nomor 28 Tahun 2018.

Pada masa pandemi Covid-19, pemasangan reklame walaupun menjadi lebih sedikit, namun masih tidak teratur, tidak tertib yang menjadikan Kabupaten Sleman menjadi tidak indah, sehingga penulis tertarik mengangkat tema penelitian: "Penyelenggaraan Reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman" (Implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame).

## **B. Fokus Penelitian.**

Fokus penelitian adalah hal-hal yang dijadikan sebagai pusat perhatian dalam penelitian sebagai pembatasan masalah yang akan diteliti sehingga memudahkan dalam menentukan data yang diperlukan.

Menurut Sugiyono (2020:57) : “Dalam penelitian kualitatif, penentuan fokus dalam proposal lebih didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan)”.

Dalam penelitian ini yang berangkat dari topik kebijakan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman, maka fokus penelitiannya sebagai berikut :

1. Penyelenggaraan Reklame pada masa Pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman dengan menggunakan pendekatan Model Implementasi Kebijakan George C. Edwards III, yang berfokus pada :
  - a. Komunikasi
  - b. Sumber Daya
  - c. Disposisi/Kecenderungan sikap *implementors*
  - d. Struktur Birokrasi
2. Faktor penunjang dan penghambat dalam kegiatan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.

## **C. Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman?
2. Apa faktor penunjang dan penghambat dalam penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman?

**D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian :

- a. Untuk mendeskripsikan penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman.
- b. Untuk mengetahui faktor penunjang dan penghambat dalam penyelenggaraan reklame pada pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman.

2. Manfaat Penelitian.

a. Manfaat Akademis.

Memperkaya khasanah Ilmu Pemerintahan yang berkaitan dengan kebijakan publik, dalam hal ini kebijakan pemerintah daerah dalam penyelenggaraan reklame.

b. Manfaat Praktis.

1) Bagi Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di Kabupaten Sleman.

Memberikan masukan guna menyempurnakan mekanisme penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.

## 2) Bagi Masyarakat.

- a) Memberikan informasi tentang mekanisme penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.
- b) Memberikan pembelajaran dan pemahaman serta kesadaran hukum bagi masyarakat dalam berperan serta membantu penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.

## E. Kerangka Konseptual.

### 1. Kebijakan.

Ada beberapa teori tentang kebijakan, diantaranya menurut Ealau dan Pewit, kebijakan adalah sebuah ketetapan yang berlaku, dicirikan oleh perilaku yang konsisten dan berulang, baik dari yang membuat maupun yang melaksanakan kebijakan tersebut. Titmuss, mendefinisikan kebijakan sebagai prinsip-prinsip yang mengatur tindakan dan diarahkan pada tujuan tertentu. Menurut Edi Suharto, kebijakan adalah suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara bertindak yang dibuat secara berencana dan konsisten dalam mencapai tujuan tertentu (B. Sore, 2017:3).

Selain tiga teori di atas, kebijakan dapat didefinisikan sesuai dengan teori yang mengikutinya, antara lain :

- a. Teori Kelembagaan, memandang kebijakan sebagai aktivitas kelembagaan, di mana struktur dan lembaga pemerintah merupakan pusat kegiatan politik.
- b. Teori Kelompok, yang memandang kebijakan sebagai keseimbangan kelompok, yang tercapai dalam perjuangan kelompok pada suatu saat tertentu. Kebijakan pemerintah dapat juga dipandang sebagai nilai-nilai kelompok elit yang memerintah.

- c. Teori Elit, memandang kebijakan pemerintah sebagai nilai-nilai kelompok elit yang memerintah.
- d. Teori Rasional, memandang kebijakan sebagai pencapaian tujuan secara efisien melalui sistem pengambilan keputusan yang tetap.
- e. Teori Inkremental, kebijakan dipandang sebagai variasi terhadap kebijakan masa lampau, atau dengan kata lain kebijakan pemerintah yang ada sekarang ini merupakan kelanjutan kebijakan pemerintah pada waktu yang lalu yang disertai modifikasi bertahap. (B.Sore, 2017:4).

Memahami pengertian kebijakan dari uraian di atas apabila dikaitkan dengan topik penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa kebijakan penyelenggaraan reklame sebagai rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis besar dan dasar rencana dalam penyelenggaraan reklame, meliputi regulasi dan implementasinya dalam rangka mencapai penyelenggaraan reklame yang lebih baik dan menguntungkan berbagai pihak, pemerintah, pengusaha dan masyarakat.

## 2. Kebijakan Publik.

Beberapa definisi *public Policy*, sebagai Kebijakan pemerintah, kebijaksanaan negara, kebijakan publik (dalam Abdoellah, 2016:17) antara lain:

Charles O. Jones, dalam "*An introduction to the study of Public Policy*", mengemukakan bahwa *public policy* adalah antar hubungan di antara unit pemerintahan tertentu dengan lingkungannya.

W.I. Jenkins, dalam "*Policy Analysis*", mengemukakan bahwa kebijakan pemerintah itu adalah serangkaian keputusan yang saling berkaitan yang diambil oleh seorang/sekelompok aktor politik berkenaan dengan tujuan yang telah dipilih beserta cara-cara untuk mencapainya dalam suatu situasi di mana keputusan-keputusan itu pada prinsipnya masih berada dalam batas kewenangan kekuasaan dari aktor-aktor tersebut.

Chief J.O. Udoji, mendefinisikan *Public policy* sebagai suatu tindakan bersanksi yang mengarah pada suatu masalah atau

sekelompok masalah tertentu yang saling berkaitan yang mempengaruhi sebagian besar warga masyarakat.

Tugas pemerintah adalah mengurus, mengelola, dan melayani masyarakat. Guna melaksanakan tugas tersebut maka langkah pertama yang ditetapkan adalah kebijakan, yaitu kebijakan publik. Kebijakan publik ini merupakan landasan atau pemberi arah bagi pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kebijakan publik harus dilihat mulai dari proses perumusan kebijakan, proses pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan tersebut.

Proses kebijakan publik/pemerintah melalui tahap-tahap perumusan, implementasi dan evaluasi/penilaian. Sebelum masuk perumusan kebijakan dilakukan dahulu tahap penyusunan agenda (*agenda setting*), sesudah tahap perumusan kebijakan sebelum implementasi didahului dengan kegiatan adopsi kebijakan (*policy adoption*) (Abdoellah, 2016:37).

a. Tahap penyusunan agenda (*agenda setting*).

Sebelum perumusan kebijakan (*policy formulation*) terlebih dahulu dilakukan penetapan agenda kebijakan untuk menentukan masalah publik yang akan dipecahkan. Makna terpenting dari penyusunan agenda adalah menemukan masalah yang akan disepakati menjadi masalah publik. Selanjutnya penemuan masalah ini menurut Dunn (dalam Abdoellah 2016:39) adalah melalui *problem structuring* yang memiliki empat fase, yaitu:

- Pencarian masalah (*problem search*);
  - Pendefinisian masalah (*problem definition*);
  - Spesifikasi masalah (*problem spesification*);
  - Pengenalan masalah (*problem setting*)
- b. Tahap Perumusan Kebijakan (*policy formulation*).

Tahap perumusan masalah merupakan proses politik yang amat kompleks.

Chief J.O. Udoji, merumuskan secara rinci bahwa pembuatan/perumusan kebijakan pemerintah sebagai keseluruhan proses yang menyangkut pengartikulasian dan pendefinisian masalah, perumusan kemungkinan-kemungkinan pemecahan masalah dalam bentuk tuntutan-tuntutan politik, penyaluran tuntutan tersebut ke dalam bentuk tuntutan-tuntutan politik, pengupayaan pemberian sanksi-sanksi atau legitimasi dari arah tindakan yang dipilih, pengesahan dan pelaksanaan/implementasi, monitoring dan peninjauan kembali/umpan balik (Abdoellah, 2016:42).

Kebijakan publik dalam proses perumusannya harus dirumuskan secara bersama antara pemerintah dan masyarakat, sehingga dalam perumusan peraturan daerah sebagai wujud kebijakan publik di daerah, pemerintah daerah dalam hal ini Bupati bersama Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sebagai wakil rakyat. Konsep atau rancangan peraturan daerah ini juga dibawa oleh DPRD kepada konstituennya dalam bentuk dengar pendapat atau dikenal sebagai *public hearing*.

- c. Tahap Adopsi Kebijakan (*policy adoption*).

Adopsi kebijakan merupakan tahap untuk menentukan pilihan kebijakan melalui dukungan para *stakeholder* (pelaku yang terlibat/pihak-pihak yang berkepentingan).

Tahap ini dilakukan setelah melalui proses rekomendasi dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Mengidentifikasi alternatif kebijakan (*policy alternative*) yang dilakukan pemerintah untuk merealisasikan masa depan yang diharapkan dan merupakan langkah terbaik dalam upaya mencapai tujuan tertentu, untuk kemajuan masyarakat luas;
- 2) Pengidentifikasian kriteria-kriteria tertentu dan terpilih untuk menilai alternatif yang akan direkomendasikan;
- 3) Mengevaluasi alternatif-alternatif tersebut dengan menggunakan kriteria-kriteria relevan agar efek positif alternatif kebijakan lebih besar ketimbang efek negatif yang akan terjadi (Abdoellah, 2016:40).

#### d. Tahap Implementasi Kebijakan

Implementasi atau pelaksanaan kebijakan publik merupakan rangkaian kegiatan setelah suatu kebijakan dirumuskan. Keberhasilan implementasi kebijakan ditentukan oleh faktor-faktor pendukung, pihak-pihak terkait, dan kondisi lingkungan.

#### e. Tahap Evaluasi Kebijakan Publik

Secara manajerial, evaluasi merupakan usaha untuk mengukur dan memberi nilai secara obyektif mengenai pencapaian hasil yang telah direncanakan dan ditetapkan sebelumnya. Oleh karena itu, melalui proses evaluasi diharapkan setiap program dilaksanakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dapat dibuktikan secara obyektif tingkat keberhasilannya, manfaat dan efisiensi pelaksanaannya (Abdoellah, 2016:71).

Kebijakan publik di daerah dalam bentuk peraturan daerah dan peraturan kepala daerah pada pelaksanaan dan pengawasannya harus secara terbuka dan partisipatif, artinya harus transparan dan melibatkan masyarakat sebagai *user*. Langkah ini sebagai upaya

untuk menghindari praktek-praktek penyalahgunaan kewenangan/ kekuasaan (*abuse of power*). Guna memantau pelaksanaan atau melakukan pengawasan kebijakan publik ini, beberapa pemerintah daerah bekerja sama dengan Forum Pemantau Independen (Forpi) dan membuka kanal-kanal aduan masyarakat terkait pelaksanaan pembangunan di daerah.

### 3. Implementasi kebijakan Publik.

Implementasi kebijakan publik merupakan langkah yang paling sulit, karena belum tentu kebijakan yang telah disusun dapat diterapkan atau diaplikasikan sesuai dengan yang diharapkan. Karena pelaksana dan tujuan dari kebijakan publik adalah manusia yang mempunyai perspektif yang berbeda tergantung cara pandang terhadap kebijakan publik tersebut.

Solichin Abdul Wahab, mengemukakan bahwa : “Implementasi kebijakan bukanlah sekedar bersangkut paut dengan mekanisme penjabaran-penjabaran keputusan politik ke dalam prosedur-prosedur rutin melalui saluran birokrasi, melainkan lebih dari itu, implementasi kebijakan menyangkut masalah konflik, keputusan dan menyangkut siapa yang memperoleh apa dari suatu kebijakan”. (Abdoellah, 2016:58)

Oleh karena itu, implementasi kebijakan merupakan kegiatan yang penting dari keseluruhan proses kebijakan, bahkan mungkin jauh lebih penting daripada perumusan kebijakan. Kebijakan publik hanya akan sekedar impian atau rencana yang bagus yang tersimpan rapi dalam arsip kalau tidak diimplementasikan.

Jones mengartikan implementasi sebagai *Getting the job done “and” doing it*. Pengertian tersebut merupakan pengertian yang sangat sederhana, tetapi dengan kesederhanaan rumusan seperti itu tidak

berarti implementasi kebijakan merupakan suatu proses yang mudah. Menurut Jones, pelaksanaannya menuntut adanya beberapa syarat, antara lain adanya orang atau pelaksana, uang, dan kemampuan organisasional, yang dalam hal ini sering disebut *resources*. Selanjutnya Jones merumuskan batasan implementasi sebagai "*a process of getting additional resources so as to figure out what is to be done*" (Widodo, 2021:86).

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa implementasi kebijakan sebagai sejumlah kegiatan yang dijalankan oleh beberapa aktor, dalam hal ini birokrat dalam rangka menjamin terlaksananya kebijakan tersebut.

Kebijakan publik pada pemerintah daerah yang diwujudkan dalam peraturan daerah, biasanya menunjuk pelaksana kebijakan tersebut dan mengamanatkan pembentukan peraturan kepala daerah sebagai implementasi dan petunjuk teknis dari peraturan daerah.

Dalam studi kebijakan publik terdapat banyak model implementasi, diantaranya model implementasi kebijakan publik Van Mater dan Van Horn, Edward III, Grindle, dan Mazmanian dan Sabatier (Widodo, 2021:96).

Guna keperluan analisis/penelitian terkait implementasi kebijakan, peneliti menggunakan model implementasi kebijakan model Edward III yang mengajukan empat variabel atau faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan atau kegagalan implementasi kebijakan. Empat variabel atau faktor tersebut yaitu faktor

*communication, resources, disposition, dan bureucratic structure* (dalam Widodo, 2021, 97-110) sebagai berikut :

a. Faktor Komunikasi (*Communication*).

Dalam proses komunikasi kebijakan memiliki beberapa macam dimensi, antara lain dimensi transmisi (*transmission*), kejelasan (*clarity*), dan konsistensi (*consistency*). Dimensi transmisi menghendaki agar kebijakan publik disampaikan tidak hanya kepada pelaksana (*implementors*) kebijakan, tetapi juga disampaikan kepada kelompok sasaran kebijakan dan pihak lain yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap kebijakan publik tadi. Dimensi kejelasan (*clarity*) dan konsistensi (*consistency*) menghendaki agar kebijakan yang ditransmisikan kepada para pelaksana, *target group*, dan pihak lain yang berkepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap kebijakan dapat diterima dengan jelas sehingga di antara mereka mengetahui apa yang menjadi maksud, tujuan, dan sasaran serta substansi dari kebijakan publik tersebut sehingga tujuan kebijakan dapat dicapai secara efektif dan efisien.

b. Sumber Daya (*Resources*).

Agar implementasi kebijakan efektif, maka sumber daya merupakan faktor yang penting dalam melaksanakan kebijakan publik, meliputi sumber daya manusia, sumber daya keuangan, sumber daya peralatan yang diperlukan dalam melaksanakan kebijakan serta sumber daya informasi dan kewenangan.

### 1) Sumber Daya Manusia.

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan pelaksanaan kebijakan. Efektivitas pelaksanaan kebijakan sangat tergantung kepada sumber daya manusia yang cukup (jumlah), cakap (keahlian dan kemampuan), dan bertanggung jawab melaksanakan kebijakan. Oleh karena itu, sumber daya manusia harus ada ketepatan dan kelayakan antara jumlah staf yang dibutuhkan dan keahlian yang dimiliki sesuai tugas pekerjaan yang ditangani.

### 2) Sumber Daya Anggaran.

Sumber daya anggaran diperlukan untuk membiayai operasionalisasi pelaksanaan kebijakan. Terbatasnya anggaran yang tersedia akan menyebabkan kualitas pelayanan kepada masyarakat juga terbatas. Kondisi tersebut juga menyebabkan para pelaku kebijakan tidak dapat melaksanakan tugas dan fungsinya secara optimal dan mereka tidak mendapatkan *incentive* sesuai dengan yang diharapkan sehingga menyebabkan gagalnya pelaksanaan program. Wujud *incentive* ini dapat berupa *reward and punishment*.

### 3) Sumber Daya Peralatan (*Facility*).

Sumber daya peralatan merupakan sarana yang digunakan untuk operasionalisasi implementasi suatu kebijakan yang meliputi gedung, tanah, sarana yang semuanya akan

memudahkan dalam memberikan pelayanan dalam implementasi kebijakan.

#### 4) Sumber Daya Informasi dan Kewenangan.

Sumber daya informasi menjadi faktor penting dalam implementasi kebijakan, terutama informasi yang relevan dan cukup terkait implementasi kebijakan tersebut, informasi terkait kerelaan dan kesanggupan pihak-pihak yang terlibat dalam implementasi kebijakan sehingga tidak terjadi kesalahan dalam menginterpretasikan pelaksanaan kebijakan tersebut.

Kewenangan juga merupakan sumber daya lain yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan kebijakan. Kewenangan yang cukup untuk membuat keputusan sendiri yang dimiliki suatu lembaga akan memengaruhi lembaga itu dalam melaksanakan suatu kebijakan. Kewenangan menjadi penting ketika mereka dihadapkan suatu masalah dan mengharuskan untuk segera diselesaikan dengan keputusan.

#### c. Disposisi (*Disposition*).

Kecenderungan dari para pelaksana kebijakan merupakan faktor ketiga yang mempunyai konsekuensi penting bagi implementasi kebijakan yang efektif. Apabila para pelaksana bersikap baik terhadap suatu kebijakan tertentu berarti adanya dukungan terhadap kebijakan tersebut dan berarti mereka melaksanakan kebijakan sebagaimana yang diharapkan para pembuat kebijakan. Intensitas disposisi para pelaksana (*implementors*) dapat

memengaruhi pelaksanaan (*performance*) kebijakan. Kurangnya atau terbatasnya intensitas disposisi ini akan dapat menyebabkan gagalnya implementasi kebijakan.

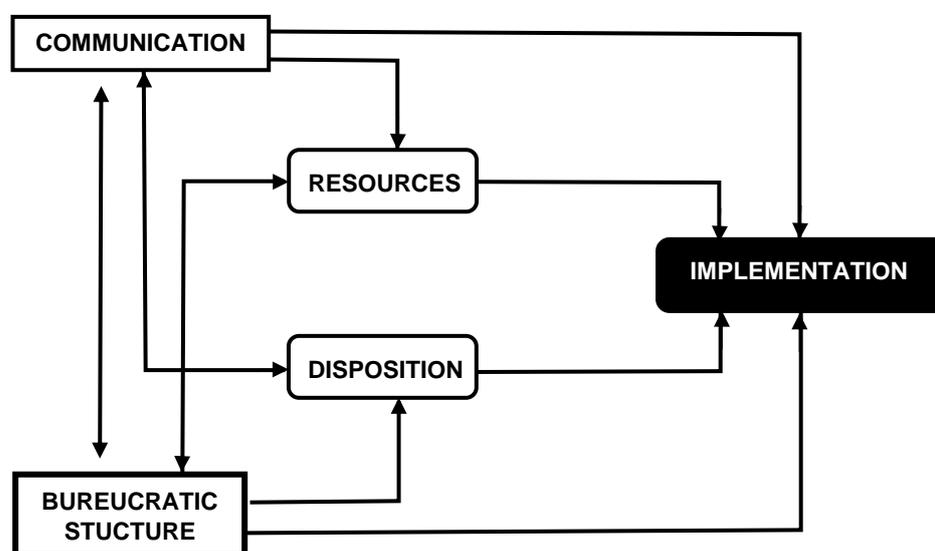
d. Struktur Birokrasi (*Bureaucratic Structure*).

Meskipun sumber-sumber untuk mengimplementasikan kebijakan cukup dan para pelaksana (*implementors*) mengetahui apa dan bagaimana cara melakukannya, serta mereka mempunyai keinginan untuk melakukannya, namun implementasi kebijakan bisa jadi tidak efektif karena ketidak efisienan struktur birokrasi. Birokrasi merupakan salah satu badan yang paling sering bahkan secara keseluruhan menjadi pelaksana kebijakan. Birokrasi baik secara sadar atau tidak sadar memilih bentuk-bentuk organisasi untuk kesepakatan kolektif, dalam rangka memecahkan masalah-masalah sosial dan kehidupan modern. Oleh karena itu struktur birokrasi merupakan faktor yang fundamental untuk mengkaji implementasi kebijakan. Faktor struktur birokrasi dalam pelaksanaannya menghadapi dua faktor yang memungkinkan terhambatnya fungsi struktur organisasi, yang pertama faktor internal, yaitu prosedur-prosedur kerja ukuran-ukuran dasar (*Standard Operating Procedures-SOP*) dan kedua faktor eksternal yaitu fragmentasi. Fragmentasi dapat berupa tekanan-tekanan dari luar unit birokrasi, komite dalam legislatif, *interest group*, pejabat-pejabat eksekutif dan faktor eksternal lainnya yang menjadikan birokrasi terpecah.

Faktor tujuan dan sasaran, komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi sebagaimana telah disebutkan akan

memengaruhi tingkat keberhasilan dan kegagalan implementasi suatu kebijakan publik. Secara skematis model proses implementasi kebijakan publik (dampak langsung dan tidak langsung terhadap implementasi) dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar 1.3  
Proses Implementasi Kebijakan Publik



(sumber: Widodo, 2021:107)

Alasan menggunakan teori George C. Edwards III yaitu memudahkan peneliti dalam memperoleh informasi terkait implementasi Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame dengan fokus pada komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur birokrasi.

Fokus pada komunikasi akan memudahkan peneliti dalam mengetahui pemahaman dan proses serta kolerasi *implementors* sehingga melalui hal tersebut peneliti mengetahui arah kejelasan tujuan dan sasaran kebijakan yang telah dipahami oleh informan.

Fokus pada sumber daya yang antara lain terdiri atas staf yang memadai dan memiliki keahlian yang baik untuk melaksanakan tugas-tugas mereka, wewenang serta fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam melaksanakan pelayanan publik akan membantu peneliti memberikan kejelasan informasi terkait kinerja dan kemampuan *implementors* yang telah diberikan kewenangan sebagai pelaksana sehingga implementasi kebijakan dapat berjalan dengan semestinya.

Fokus pada disposisi/sikap pelaksana (kecenderungan-kecenderungan sikap perilaku) akan memberikan gambaran terkait perilaku atau sikap *implementors* sebagai pelaksana kebijakan, sehingga dalam hal ini peneliti dapat mengetahui langkah-langkah tindakan yang diambil oleh pelaksana kebijakan sesuai kebijakan yang ditetapkan.

Fokus pada struktur birokrasi akan memudahkan peneliti dalam mengetahui efektifitas dan efesiensi struktur birokrasi pelaksana dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan SOP yang berlaku, mengetahui faktor penghambat internal dan eksternal dalam implementasi kebijakan.

#### **4. Penyelenggaraan Reklame menurut Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020.**

Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan reklame merupakan pengganti peraturan sebelumnya, yaitu Peraturan Bupati Sleman Nomor 13.1 Tahun 2018 tentang

Penyelenggaraan Reklame yang telah dicabut. Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame ini dimaksudkan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, khususnya kepastian hukum dalam penyelenggaraan reklame dengan memperhatikan prinsip-prinsip keadilan, estetika, ketertiban, melindungi kepentingan masyarakat dan potensi daerah. Regulasi dalam Peraturan Bupati ini juga disesuaikan dengan perkembangan potensi-potensi ekonomi yang terkait penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman ke depan.

Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame antara lain mengatur tentang jenis reklame pada Pasal 2 sebagai berikut :

Jenis reklame terdiri atas:

- a. reklame berkonstruksi, terdiri atas konstruksi reklame mandiri dan konstruksi reklame yang menempel pada bangunan gedung, antara lain: *billboard*, *neonbox*, baliho, papan nama; dan videotron/megatron.
- b. reklame tidak berkonstruksi, antara lain: spanduk, rontek, *banner*, reklame kain, stiker/selebaran, mural/*paint wall*, balon udara, reklame berjalan pada kendaraan, dan umbul-umbul.

Mengatur pula tentang naskah reklame, kewajiban reklame-reklame berukuran besar tidak hanya memuat layanan komersial tetapi harus memuat nilai kearifan lokal atau unsur layanan masyarakat, dan mengatur reklame yang bertema rokok paling sedikit berjarak 100

(seratus) meter dari Kawasan Tanpa Rokok. Naskah reklame wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut: bentuk huruf atau simbol yang digunakan pada iklan dan media informasi tidak boleh sama atau menyerupai bentuk huruf dan simbol rambu-rambu lalu lintas, kombinasi warna yang digunakan tidak boleh sama atau menyerupai warna yang digunakan untuk rambu-rambu lalu lintas, kombinasi warna yang digunakan tidak boleh sama atau menyerupai warna yang digunakan untuk simbol negara, ukuran huruf harus proporsional sehingga memudahkan pembaca dan terhindar dari kecelakaan lalu lintas; tidak bersifat suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA); tidak bersifat pornografi; tidak melanggar etika moral; tidak melanggar ketenteraman dan ketertiban umum; dan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Lokasi pemasangan, khususnya reklame berkonstruksi diatur lebih rinci dibandingkan peraturan sebelumnya, bahwa pemasangan reklame berkonstruksi hanya dilakukan di: bagian jalan, tanah persil/halaman, di atas atap bangunan, menempel bangunan (selain bangunan cagar budaya dan fasilitas umum), simpul jalan, jalan tol, atau *rest area*. Pemasangan reklame tidak berkonstruksi dilakukan dengan jarak reklame tidak berkonstruksi minimal 5 (lima) meter sedangkan pemasangan reklame tidak berkonstruksi di lapangan hanya dilakukan untuk kegiatan yang bersifat sementara.

Dalam peraturan ini juga diatur bahwa setiap orang pribadi atau badan dilarang melakukan penyelenggaraan reklame di: tempat yang menghalangi lampu pengatur isyarat lalu lintas, menempel di pohon,

tiang listrik, tiang telepon, dan tiang alat pengatur isyarat lalu lintas, dan/atau jembatan dan jembatan layang kecuali jembatan penyeberangan orang dan di tiang jembatan layang untuk reklame jenis neonbox dan mendapat rekomendasi dari pihak yang berwenang.

Terkait dengan perizinan, dalam peraturan ini diatur sebagai berikut: Setiap orang pribadi atau badan yang mempunyai reklame wajib memiliki izin reklame dari Kepala DPMPTSP, Izin reklame diterbitkan untuk pemasangan materi reklame, izin reklame untuk jenis reklame berkonstruksi diterbitkan setelah konstruksi memiliki Izin Mendirikan Bangunan prasarana bangunan konstruksi reklame, pemilik Izin Mendirikan Bangunan prasarana bangunan konstruksi reklame di Jalan Nasional wajib mengajukan rekomendasi ke instansi yang berwenang, setiap orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame tidak memiliki izin reklame akan dikenakan sanksi administratif berupa penutupan atau pelepasan materi reklame.

Menilik pada uraian di atas, regulasi penyelenggaraan reklame yang diatur dalam Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 memuat aturan terkait jenis, naskah, lokasi pemasangan, larangan-larangan, kewajiban perizinan sampai dengan sanksi administratif terhadap palanggaran peraturan ini.

Secara substansial, Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame dibandingkan dengan peraturan sebelumnya, yaitu Peraturan Bupati Sleman Nomor 13.1 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai berikut:

**PERBANDINGAN SUBSTANSIAL PERATURAN BUPATI SLEMAN NOMOR  
13.1 TAHUN 2018 DENGAN NOMOR 50 TAHUN 2020**

NO.	PERBUP 13.1 TAHUN 2018	PERBUP 50 TAHUN 2020
1.	Pasal 5, Pemasangan reklame berkonstruksi hanya dilakukan di: bagian jalan, tanah persil/ halaman, di atas atap bangunan, atau menempel bangunan, selain bangunan cagar budaya dan fasilitas umum	Pasal 5, Pemasangan reklame berkonstruksi selain yang disebut pada aturan sebelumnya ditambahkan lokasi: <b>simpul jalan, jalan tol, dan rest area.</b>
2.	Pasal 6, Penentuan luas bidang reklame belum ditentukan.	Pasal 6 luas bidang reklame: 1. sampai dengan 50 (lima puluh) meter persegi antara lain sepanjang koridor jalan, 2. paling sedikit 50 (lima puluh) meter antara lain di simpul strategis; atau 3. paling sedikit 128 (seratus dua puluh delapan) meter persegi antara lain di jalan tol dan tempat istirahat pelayanan jalan tol (rest area).
3.	Pasal 8, larangan penyelenggaraan reklame di: kantor pemerintahan, sarana peribadatan, sarana pendidikan, median/jalur pemisah, jalan dengan melintang jalan, tempat yang menghalangi lampu pengatur isyarat lalu lintas, menempel di pohon, gapura, tiang listrik, tiang telepon, tiang alat pengatur isyarat lalu lintas, menara, dan fasilitas umum lainnya, jembatan dan jembatan layang, dan/atau taman kota, kecuali oleh taman yang dibangun atas dana <i>corporate social responsibility</i> (CSR).	Pasal 7, (1) larangan penyelenggaraan reklame di: tempat yang menghalangi lampu pengatur isyarat lalu lintas, menempel di pohon, tiang listrik, tiang telepon, dan tiang alat pengatur isyarat lalu lintas; dan/atau jembatan dan jembatan layang kecuali jembatan penyeberangan orang dan di tiang jembatan layang untuk reklame jenis neonbox dan mendapat rekomendasi dari pihak yang berwenang.  (2) diperbolehkan penyelenggaraan reklame di:kantor pemerintahan, sarana peribadatan, sarana pendidikan; dan/atau taman kota, kecuali oleh taman yang dibangun atas dana <i>corporate social responsibility</i> (CSR).
4.	Nomenklatur dinas perizinan, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu (DPMPTSP)	Nomenklatur dinas perizinan, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP)
5.	Pada ketentuan perizinan reklame di jalan nasional belum diatur secara eksplisit	Pemilik Izin Mendirikan Bangunan prasarana bangunan konstruksi reklame di Jalan Nasional wajib mengajukan rekomendasi ke instansi yang berwenang.

Secara substansi pada kedua peraturan terdapat lima perbedaan tersebut sedangkan substansi lainnya sama, namun pada Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame lebih lengkap disesuaikan dengan perkembangan pertumbuhan Kabupaten Sleman ke depan.

#### **F. Metode Penelitian.**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan alasan bahwa penelitian yang akan dilakukan meneliti pada kondisi obyek yang alamiah di lapangan yang terkait dengan implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.

Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2020:9) sebagai berikut:

“... digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif ...”

##### **1. Jenis Penelitian.**

Mengacu pada tujuan penelitian, yaitu untuk mendeskripsikan penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman dan untuk mengetahui faktor penunjang dan penghambat dalam penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman, maka penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif.

Penelitian deskriptif menurut Lubis dkk (2019:52) mengatakan bahwa:

“Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan karakteristik dari obyek, orang, kelompok orang, organisasi, lingkungan, peristiwa, atau situasi secara menyeluruh dan terperinci”.

Dengan jenis penelitian deskriptif ini diharapkan dapat dijelaskan penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman secara menyeluruh dan terperinci.

## **2. Obyek Penelitian.**

Obyek dalam penelitian ini adalah penyelenggaraan reklame pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sleman berdasarkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame.

## **3. Lokasi Penelitian.**

Lokasi penelitian di Kabupaten Sleman, khususnya dinas terkait kegiatan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.

## **4. Teknik Pemilihan Informan**

Dalam penentuan informan, peneliti akan memilih subyek-subyek yang dianggap terkait erat dengan topik dalam penelitian ini. Peneliti dalam menentukan subyek penelitian menggunakan metode *purposive*, seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2020:95) sebagai berikut:

*Purposive* adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.

Pada penelitian ini yang akan menjadi informan/subyek penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Informan/Subyek Penelitian**

No.	Nama	L/P	Usia (th)	Pendidikan	Jabatan
1.	Agus Puguh Santoso	L	57	Strata-1	Kasi Informasi dan Data DPMPSTSP
2.	Raden Andhi Wibawa	L	47	Strata-1	Kasi Pengawasan Bangunan DPUPKP
3.	Bondan Yudho B.	L	43	Strata-2	Kasi Pembinaan dan Pengawasan Satpol PP
4.	Pambudi Pramudita	L	46	Strata-2	Kasi Penegakan Satpol PP
5.	Sura Priyambada	L	43	Strata-1	Pol PP Pelaksana Lanjutan
6.	Sulistyo Handoko	L	57	Starata-1	Divisi Periklanan/reklame PT Lendis Jaya
7.	Tofan Setyawan	L	37	Strata-1	Divisi Lapangan CV Sisi Barat Advertising
8.	Reno Candra Sangaji	L	43	Strata-1	Lurah Condong Catur, Depok

Alasan memilih para informan di atas didasari pada kegiatan penyelenggaraan reklame yang meliputi kegiatan perizinan, pengawasan dan penertiban, yangmana kegiatan perizinan diampu oleh Bidang Pendaftaran, Informasi dan Pengaduan dan dihimpun pada Seksi Data dan Informasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPSTSP), kegiatan pengawasan penyelenggaraan reklame, khususnya yang berkonstruksi dilaksanakan oleh Seksi Pengawasan Bangunan, Bidang Pendataan, Pembinaan dan Pengawasan Bangunan Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman (DPUPKP), sedangkan kegiatan penertiban dalam penyelenggaraan reklame dilaksanakan oleh Satpol PP, khususnya Seksi Operasional Trantib untuk reklame yang tidak

berkonstruksi dan Bidang Penegakan Peraturan untuk reklame yang berkonstruksi. Guna melihat sejauhmana regulasi penyelenggaraan reklame dipahami oleh masyarakat, dalam penelitian ini penulis menambahkan dua penyelenggara reklame yang sudah sering melakukan kegiatan penyelenggaraan reklame baik berkonstruksi maupun nonkonstruksi dan satu orang pengguna reklame, yang mana pengguna ini sering menggunakan media luar ruangan sebagai sarana promosi kegiatan.

#### **5. Teknik Pengumpulan Data.**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain sebagai berikut :

a. Wawancara secara mendalam (*In depth interview*).

Teknik yang digunakan untuk mendapatkan data atau memperoleh keterangan atau informasi dengan mewawancarai secara mendalam terhadap subyek penelitian dan orang yang terlibat langsung dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman. Wawancara akan dilakukan kepada para pengampu kebijakan penyelenggaraan reklame, pengampu kegiatan izin penyelenggaraan reklame (DPMPTSP), pengampu yang melakukan pengawasan penyelenggaraan reklame (DPUPKP) sampai dengan pelaku penegakan hukum terhadap pelanggaran reklame (Satpol PP) di Kabupaten Sleman serta perwakilan penyelenggara dan pengguna reklame sebagai penerima manfaat dari regulasi penyelenggaraan reklame.

Dalam wawancara, terkait dengan implementasi kebijakan, peneliti menggunakan model implementasi George C. Edwards III sebagai fokus bahasan.

b. Observasi.

Teknik yang digunakan untuk mendapatkan data melalui pengamatan langsung di lapangan yang terkait langsung dengan masalah yang sedang diteliti, yang berfungsi sebagai pedoman mencari permasalahan yang terjadi.

c. Penelitian Dokumen.

Teknik pengumpulan data melalui penelitian peraturan-peraturan, dokumen-dokumen, arsip, dan lain-lain yang ada kaitannya dengan topik penyelenggaraan reklame di Kabupaten Sleman.

## 6. Teknik Analisis Data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman, yaitu analisis data secara interaktif.

Miles and Huberman seperti yang dikutip Sugiyono (2020:133) mengemukakan :

“bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*”.

Langkah-langkah analisis data menurut model Miles dan Huberman sebagai berikut :

a. *Data Collection* (Pengumpulan data).

Pengumpulan data dari hasil wawancara secara mendalam, observasi, dan pembacaan dokumen selama di lapangan dikumpulkan semua.

b. *Data Condensation* (Kondensasi data).

Kondensasi data merupakan langkah pengganti reduksi data, yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, membuat abstraksi data aksi dari catatan lapangan, interview, transkrip, berbagai dokumen dan catatan lapangan. Dengan menggunakan kondensasi data, maka data akan menjadi lebih mantap/kuat (Sugiyono, 2020:142).

c. *Data Display* (Penyajian data).

Penyajian data dilakukan setelah mereduksi/kondensasi data. Pada metode penelitian kualitatif, data disajikan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data akan memudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan hal-hal yang perlu berdasarkan penyajian data.

d. *Conclution Drawing/Verification*.

*Conclution Drawing/Verification* merupakan langkah penarikan kesimpulan dan verifikasi berdasarkan penyajian data yang telah dilakukan.

Hasil simpulan akan menjadi temuan baru yang berupa deskripsi dari sesuatu yang sebelumnya masih meragukan atau remang-remang menjadi sesuatu yang terang benderang atau jelas.

## BAB II

### PROFIL DAERAH DAN PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN

#### A. Kondisi Geografis.

##### 1. Letak dan Luas Wilayah.

Secara Geografis Kabupaten Sleman terletak diantara  $110^{\circ} 33' 00''$  dan  $110^{\circ} 13' 00''$  Bujur Timur,  $7^{\circ} 34' 51''$  dan  $7^{\circ} 47' 30''$  Lintang Selatan. Wilayah Kabupaten Sleman sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Boyolali, Propinsi Jawa Tengah, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Klaten, Propinsi Jawa Tengah, sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kulon Progo, D.I. Yogyakarta dan Kabupaten Magelang, Propinsi Jawa Tengah dan sebelah Selatan berbatasan dengan Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul dan Kabupaten Gunung Kidul, D.I. Yogyakarta.

Luas Wilayah Kabupaten Sleman adalah 57.482 Ha atau 574,82 Km<sup>2</sup> atau sekitar 18% dari luas Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu 3.185,80 Km<sup>2</sup>, dengan jarak terjauh Utara – Selatan 32 Km, Timur – Barat 35 Km. Secara administratif terdiri 17 wilayah Kapanewon, 86 Kalurahan, dan 1.212 Dusun. (sumber :<http://www.slemankab.go.id>)

##### 2. Karakteristik Wilayah.

Berdasarkan karakteristik sumberdaya yang ada, wilayah Kabupaten Sleman terbagi menjadi 4 wilayah, yaitu :

- a. Kawasan lereng Gunung Merapi, dimulai dari jalan yang menghubungkan Kapanewon Tempel, Turi, Pakem dan Cangkringan

(*ringbelt*) sampai dengan puncak gunung Merapi. Wilayah ini merupakan sumber daya air dan ekowisata yang berorientasi pada kegiatan gunung Merapi dan ekosistemnya;

- b. Kawasan Timur yang meliputi Kapanewon Prambanan, sebagian Kapanewon Kalasan dan Kapanewon Berbah. Wilayah ini merupakan tempat peninggalan purbakala (candi) yang merupakan pusat wisata budaya dan daerah lahan kering serta sumber bahan batu putih;
- c. Wilayah Tengah yaitu wilayah aglomerasi kota Yogyakarta yang meliputi Kapanewon Mlati, Sleman, Ngaglik, Ngemplak, Depok dan Gamping. Wilayah ini merupakan pusat pendidikan, perdagangan dan jasa;
- d. Wilayah Barat meliputi Kapanewon Godean, Minggir, Seyegan dan Moyudan merupakan daerah pertanian lahan basah yang tersedia cukup air dan sumber bahan baku kegiatan industri kerajinan mendong, bambu serta gerabah.

Berdasar jalur lintas antar daerah, kondisi wilayah Kabupaten Sleman dilewati jalur jalan negara yang merupakan jalur ekonomi yang menghubungkan Sleman dengan kota pelabuhan (Semarang, Surabaya, Jakarta). Jalur ini melewati wilayah Kapanewon Prambanan, Kalasan, Depok, Mlati, dan Gamping. Selain itu, wilayah Kapanewon Depok, Mlati dan Gamping juga dilalui jalan lingkar yang merupakan jalan arteri primer sehingga menjadikan wilayah-wilayah kapanewon tersebut merupakan wilayah yang cepat berkembang, yaitu dari pertanian menjadi industri, perdagangan dan jasa.

Berdasarkan pusat-pusat pertumbuhan wilayah Kabupaten Sleman merupakan wilayah hulu kota Yogyakarta. Berdasar letak kota dan

mobilitas kegiatan masyarakat, dapat dibedakan fungsi kota sebagai berikut :

- a. Wilayah aglomerasi (perkembangan kota dalam kawasan tertentu).  
Karena perkembangan kota Yogyakarta, maka wilayah-wilayah yang berbatasan dengan kota Yogyakarta yaitu Kapanewon Depok, Gamping serta sebagian wilayah Kapanewon Ngaglik dan Mlati merupakan wilayah aglomerasi kota Yogyakarta;
- b. Wilayah sub urban (wilayah perbatasan antar desa dan kota).  
Kapanewon Godean, Sleman, dan Ngaglik terletak agak jauh dari kota Yogyakarta dan berkembang menjadi tujuan/arah kegiatan masyarakat di wilayah kapanewon sekitarnya, sehingga menjadi pusat pertumbuhan dan merupakan wilayah sub urban.
- c. Wilayah fungsi khusus/wilayah penyangga (*buffer zone*). Kapanewon Tempel, Pakem dan Prambanan merupakan pusat pertumbuhan bagi wilayah sekitarnya dan merupakan pendukung dan batas perkembangan kota ditinjau dari kota Yogyakarta.(sumber : <http://www.slemankab.go.id>)

Dari karakteristik wilayah Kabupaten Sleman, daerah-daerah yang potensial untuk penyelenggaraan reklame adalah pertama kawasan Timur yang merupakan kawasan pusat wisata yang sering dikunjungi wisatawan baik lokal dan luar daerah. Kedua kawasan tengah yang merupakan wilayah pusat pendidikan, perdagangan dan jasa yang potensial untuk pemasangan reklame/iklan luar ruang. Ketiga adanya jalur lintas antar daerah, yang dilewati jalur jalan negara yang merupakan jalur ekonomi yang menghubungkan Sleman dengan kota pelabuhan (Semarang,

Surabaya, Jakarta) dan adanya jalan lingkar (*ringroad*) yang merupakan jalan arteri primer kegiatan ekonomi khususnya industri, perdagangan dan jasa.

### 3. Pembagian Wilayah Administrasi di Kabupaten Sleman.

Wilayah administrasi di Kabupaten Sleman dibagi menjadi 17 Kapanewon, 86 Kalurahan, dan 1.212 Padukuhan/dusun dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Pembagian Wilayah Administrasi di Kabupaten Sleman**

No.	Kapanewon	Banyaknya		Luas (Ha)
		Kalurahan	Dusun	
1.	Moyudan	4	65	2.762
2.	Godean	7	57	2.684
3.	Minggir	5	68	2.727
4.	Gamping	5	59	2.925
5.	Seyegan	5	67	2.663
6.	Sleman	5	83	3.132
7.	Ngaglik	6	87	3.852
8.	Mlati	5	74	2.852
9.	Tempel	8	98	3.249
10.	Turi	4	54	4.309
11.	Prambanan	6	68	4.135
12.	Kalasan	4	80	3.584
13.	Berbah	4	58	2.299
14.	Ngemplak	5	82	3.571
15.	Pakem	5	61	4.384
16.	Depok	3	58	3.555
17.	Cangkringan	5	73	4.799
	JUMLAH	86	1.212	57.482

Sumber : <http://www.slemankab.go.id>

**Gambar 2.1**  
**Peta Administratif Wilayah Kabupaten Sleman**



Pembagian wilayah administratif ini, wilayah yang potensial untuk penyelenggaraan reklame adalah wilayah pintu masuk Kabupaten Sleman, yaitu sebelah Timur adalah wilayah Prambanan dan Kalasan, wilayah Barat adalah wilayah Gamping dan Tempel, wilayah Selatan adalah wilayah Mlati dan Depok.

## **B. Kondisi Demografis Kabupaten Sleman.**

### **1. Jumlah Penduduk Menurut Wilayah Kapanewon.**

Efektifitas reklame/media luar ruangan dapat diukur dengan indikator berapa banyaknya masyarakat yang melintas atau berada di area tempat dipasangnya reklame tersebut sehingga wilayah yang jumlah penduduknya lebih banyak tentu menjadi wilayah yang potensial untuk pemasangan reklame dibandingkan dengan wilayah yang jumlah

penduduknya lebih sedikit. Guna membandingkan wilayah tersebut, berikut disajikan data jumlah penduduk berdasarkan wilayah kapanewon hasil Sensus Penduduk Tahun 2020.

**Tabel 2.2**

**Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman Menurut Wilayah Kapanewon**

No.	Kapanewon	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah Total
1.	Moyudan	16.672	16.842	33.842
2.	Minggir	15.695	16.415	32.110
3.	Seyegan	25.431	25.800	51.231
4.	Godean	36.111	36.144	72.255
5.	Gamping	51.363	51.829	103.192
6.	Mlati	50.068	50.456	100.524
7.	Depok	65.019	65.986	131.005
8.	Berbah	29.336	29.668	59.004
9.	Prambanan	26.212	26.901	53.113
10.	Kalasan	42.860	43.303	86.163
11.	Ngemplak	33.674	33.881	67.555
12.	Ngaglik	52.552	53.060	105.612
13.	Sleman	35.751	36.137	71.888
14.	Tempel	26.633	26.995	53.628
15.	Turi	18.231	18.328	36.559
16.	Pakem	18.396	18.924	37.320
17.	Cangkringan	15.381	15.750	31.131
	Jumlah/Total	559.385	566.419	1.125.804

Sumber : Kabupaten Sleman Dalam Angka 2021-BPS Sleman hal 40

Berdasarkan data di atas, kapanewon yang paling banyak penduduknya adalah Kapanewon Depok berpenduduk 131.005 jiwa disusul Ngaglik 105.612 jiwa, Gamping 103.192 jiwa, dan Mlati 100.524 jiwa dan

fakta di lapangan di wilayah tersebut banyak reklame/media iklan luar ruangan yang dipasang.

## 2. Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan Yang Ditamatkan.

Berkaitan dengan penyelenggaraan reklame yang tujuan akhirnya adalah dibaca atau dinikmati oleh masyarakat yang paham akan baca tulis, maka dalam penelitian ini penulis menyajikan data jumlah penduduk Kabupaten Sleman berumur 15 tahun ke atas menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan pada tahun 2020 sebagaimana digambarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 2.3**  
**Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman Usia 15 Tahun Ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan**

No.	Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan	Bekerja	Pengangguran Terbuka	Jumlah	Bukan Angkatan Kerja
1.	Tidak/Belum Pernah Sekolah	40.148	-	40.148	23.099
2.	Sekolah Dasar	69.674	1.125	70.799	40.559
3.	Sekolah Menengah Pertama	91.850	4.553	96.403	71.089
4.	Sekolah Menengah Atas	145.643	4.351	149.994	84.980
5.	Sekolah Menengah Kejuruan	163.670	13.733	177.403	35.619
6.	Diploma I/II/III/Akademi	43.997	3.224	47.221	11.901
7.	Universitas	122.841	8.857	131.698	27.005
Kabupaten Sleman		677.823	35.843	713.666	294.252

Sumber : Kabupaten Sleman dalam Angka 2021-BPS Sleman, Hal 46

Dengan melihat data di atas, dapat disimpulkan bahwa penduduk Kabupaten Sleman usia 15 tahun ke atas menurut pendidikan tertinggi

yang ditamatkan pada tahun 2020 mulai dari tamatan Sekolah Dasar sampai dengan Perguruan Tinggi/Universitas menjadi pasar potensial iklan luar ruangan/reklame sebesar 673.518 jiwa.

### **C. Visi dan Misi Bupati dan Wakil Bupati Sleman Tahun 2021-2026**

Bupati dan Wakil Bupati Sleman periode tahun 2021-2026 merupakan hasil pemilihan umum kepala daerah (Pemilukada) serentak pada tanggal 9 Desember 2020. Pasangan ini dilantik oleh Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono X pada tanggal 26 Februari 2021 dan menetapkan visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi : “Terwujudnya masyarakat Sleman yang cerdas, sejahtera, berdaya saing, menghargai perbedaan, dan memiliki jiwa gotong royong”.
  - a. Cerdas : Pemerintah dan masyarakatnya dapat memecahkan setiap masalah yang timbul dengan mengoptimalkan segala sumberdaya yang dimiliki.
  - b. Sejahtera : Terciptanya masyarakat yang adil makmur ditandai dengan derajat pendidikan dan kesehatan serta kondisi ekonomi masyarakat yang lebih baik.
  - c. Berdaya saing : Masyarakat yang memiliki keunggulan kompetitif untuk menghadapi persaingan di masa yang akan datang.
2. Misi :
  - a. Membangun sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung terwujudnya kabupaten cerdas.
  - b. Meningkatkan ketahanan masyarakat dalam menghadapi berbagai macam ancaman dan bencana.

- c. Menciptakan tata kelola pemerintahan yang baik dengan dukungan teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.
- d. Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia melalui pelayanan pendidikan dan kesehatan yg berkualitas dan terjangkau.
- e. Membangun perekonomian yang kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kesejahteraan.
- f. Memperkuat budaya masyarakat yang saling menghargai dan jiwa gotong royong. (sumber : <http://www.slemankab.go.id/>)

Visi dan Misi Bupati dan Wakil Bupati Sleman ini apabila dikaitkan dengan penyelenggaraan reklame, pada visi mewujudkan masyarakat sleman yang “sejahtera” diharapkan penyelenggaraan reklame menjadi salah satu alternatif upaya peningkatan kondisi ekonomi yang lebih baik. Pada misi yang kelima, “membangun perekonomian yang kreatif dan inovatif untuk meningkatkan kesejahteraan”, diharapkan penyelenggaraan reklame sebagai bentuk perekonomian kreatif dan inovatif selain kegiatan perekonomian lain seperti pertanian, perdagangan, dan pariwisata.

#### **D. Profil Dinas-Dinas sebagai *Implementors* Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Sleman.**

##### **1. Profil Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Sleman.**

###### **a. Kedudukan, Tugas, Fungsi dan Susunan Organisasi.**

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang penanaman modal, dan pelayanan terpadu satu pintu yang dipimpin

oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Sleman dalam melaksanakan tugasnya dan fungsinya berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 11 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Pemerintah Kabupaten Sleman, Peraturan Bupati Sleman Nomor 7 Tahun 2018 tentang Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan, Peraturan Bupati Sleman Nomor 2.4 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Tugas Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu mempunyai tugas membantu Bupati dalam melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas perbantuan di bidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam melaksanakan tugasnya mempunyai fungsi:

- 1) penyusunan rencana kerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
- 2) perumusan kebijakan teknis urusan pemerintahan bidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu;
- 3) pelaksanaan, pelayanan, pembinaan, dan pengendalian urusan pemerintahan bidang penanaman modal, dan pelayanan terpadu satu pintu;
- 4) evaluasi dan pelaporan pelaksanaan urusan pemerintahan bidang penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu;

- 5) pelaksanaan kesekretariatan dinas; dan
- 6) pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai tugas dan fungsinya dan/atau sesuai ketentuan peraturan perundangan.

Dari beberapa fungsi di atas, fungsi yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame adalah fungsi perumusan kebijakan teknis, pelaksanaan, pembinaan dan pengendalian pelayanan terpadu satu pintu, khususnya pelayanan perizinan reklame.

Susunan organisasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu terdiri dari:

- 1) Kepala Dinas;
- 2) Sekretariat terdiri dari:
  - a) Subbagian Umum dan Kepegawaian;
  - b) Subbagian Keuangan; dan
  - c) Subbagian Perencanaan dan Evaluasi.
- 3) Bidang Pendaftaran, Informasi, dan Pengaduan terdiri dari:
  - a) Seksi Pendaftaran;
  - b) Seksi Data dan Informasi; dan
  - c) Seksi Pelayanan Pengaduan.
- 4) Bidang Penanaman Modal terdiri dari:
  - a) Seksi Pengembangan dan Promosi;
  - b) Seksi Pengendalian; dan
  - c) Seksi Evaluasi dan Regulasi.

- 5) Bidang Pelayanan Perizinan dan Non perizinan Pemanfaatan Ruang terdiri dari:
  - a) Seksi Penggunaan Pemanfaatan Tanah Non usaha;
  - b) Seksi Penggunaan Pemanfaatan Tanah Usaha; dan
  - c) Seksi Bangunan Gedung.
- 6) Bidang Pelayanan Perizinan dan Non perizinan Usaha terdiri dari:
  - a) Seksi Izin Prinsip dan Izin Lokasi;
  - b) Seksi Izin Usaha Perindustrian dan Perdagangan; dan
  - c) Seksi Usaha Lainnya.
- 7) Unit Pelaksana Teknis; dan
- 8) Kelompok Jabatan Fungsional.

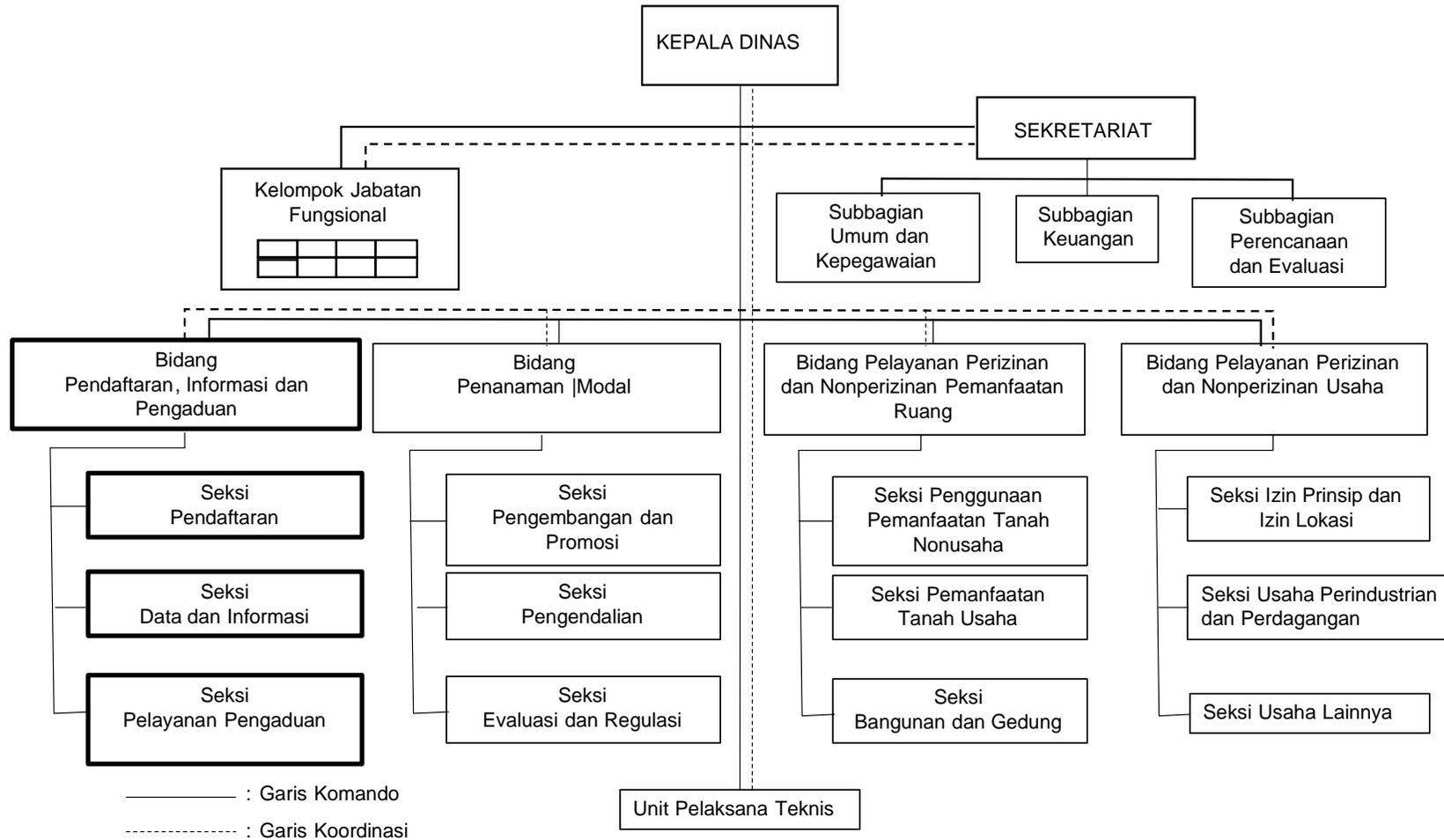
Dari susunan organisasi di atas, bagian yang terkait langsung dengan penyelenggaraan reklame adalah Bidang Pendaftaran, Informasi dan Pengaduan, khususnya Seksi Pendaftaran serta Seksi Data dan Informasi yang menghimpun data permohonan perizinan yang masuk.

**b. Gambaran Susunan Organisasi dan Pegawai.**

Gambaran Susunan organisasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sleman sebagai berikut:

Gambar 2.2

**BAGAN SUSUNAN ORGANISASI DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**



Jumlah pegawai yang melayani perizinan di Bidang Pendaftaran, Informasi, dan Pengaduan sebagai berikut :

Tabel 2.4  
Jumlah Pegawai Bidang Pendaftaran, Informasi,  
dan Pengaduan DPMPTSP

NO.	JABATAN	PENDIDIKAN	STATUS KEPEGAWAIAN	JUMLAH
1.	Kepala Bidang	S-2	PNS	1
2.	Kepala Seksi	S-1	PNS	3
3.	Analisis	S-1	PNS	2
4.	Pengadministrasi	SLTA	PNS	1
5.	Pembantu Pengadministrasi	SLTA	Non PNS	9
	Jumlah total pegawai			16

Sumber : Subbag Umpeg DPMPTSP, 2021

Dari jumlah personel tersebut yang melaksanakan tugas manajerial dan koordinasi adalah setingkat kepala seksi dan kepala bidang, sedangkan lainnya melaksanakan tugas administrasi dan pelayanan kepada masyarakat.

## **2. Profil Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman Kabupaten Sleman.**

### **a. Kedudukan, Tugas, Fungsi dan Susunan Organisasi.**

Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum dan urusan pemerintahan bidang perumahan dan kawasan permukiman yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Berdasarkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 61 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman, Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan di bidang pekerjaan umum, dan bidang perumahan dan kawasan permukiman.

Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- 1) penyusunan rencana kerja Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman;
- 2) perumusan kebijakan teknis urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum, dan bidang perumahan dan kawasan permukiman;
- 3) pelaksanaan, pelayanan, pembinaan, dan pengendalian urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum, dan bidang perumahan dan kawasan permukiman;
- 4) evaluasi dan pelaporan pelaksanaan urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum, dan bidang perumahan dan kawasan permukiman;
- 5) pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai tugas dan fungsinya dan/atau sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari beberapa fungsi di atas, fungsi yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame adalah fungsi ketiga yaitu pelaksanaan, pelayanan, pembinaan, dan pengendalian urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum, dan bidang perumahan dan kawasan permukiman, yangmana didalamnya melaksanakan kegiatan pembinaan dan

pengawasan terhadap bangunan gedung dan prasarana bangunan termasuk konstruksi reklame.

Susunan organisasi Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Permukiman terdiri dari Kepala Dinas, Sekretariat, 5 (lima) Bidang, Unit Pelaksana Teknis, dan kelompok Jabatan Fungsional dengan rincian sebagai berikut :

- 1) Kepala Dinas;
- 2) Sekretariat terdiri dari:
  - a) Subbagian Umum dan Kepegawaian;
  - b) Subbagian Keuangan; dan
  - c) Subbagian Perencanaan dan Evaluasi.
- 3) Bidang Bina Marga terdiri dari:
  - a) Seksi Perencanaan Teknis Jalan dan Jembatan;
  - b) Seksi Pembangunan Jalan dan Jembatan; dan
  - c) Seksi Pemeliharaan Jalan dan Jembatan.
- 4) Bidang Cipta Karya terdiri dari:
  - a) Seksi Perencanaan Teknis Cipta Karya;
  - b) Seksi Bangunan Gedung; dan
  - c) Seksi Prasarana dan Sarana Dasar Permukiman.
- 5) Bidang Sumber Daya Air terdiri dari:
  - a) Seksi Perencanaan Teknis dan Pembinaan Sumber Daya Air;
  - b) Seksi Pembangunan dan Peningkatan Sumber Daya Air; dan
  - c) Seksi Rehabilitasi dan Pengendalian Sumber Daya Air.
- 6) Bidang Perumahan terdiri dari:
  - a) Seksi Perumahan Formal; dan
  - b) Seksi Perumahan Swadaya.

- 7) Bidang Pendataan, Pembinaan dan Pengawasan Bangunan terdiri dari:
  - a) Seksi Pendataan dan Kelayakan Bangunan;
  - b) Seksi Pembinaan Jasa Konstruksi; dan
  - c) Seksi Pengawasan Bangunan.
- 8) Unit Pelaksana Teknis; dan
- 9) Kelompok Jabatan Fungsional.

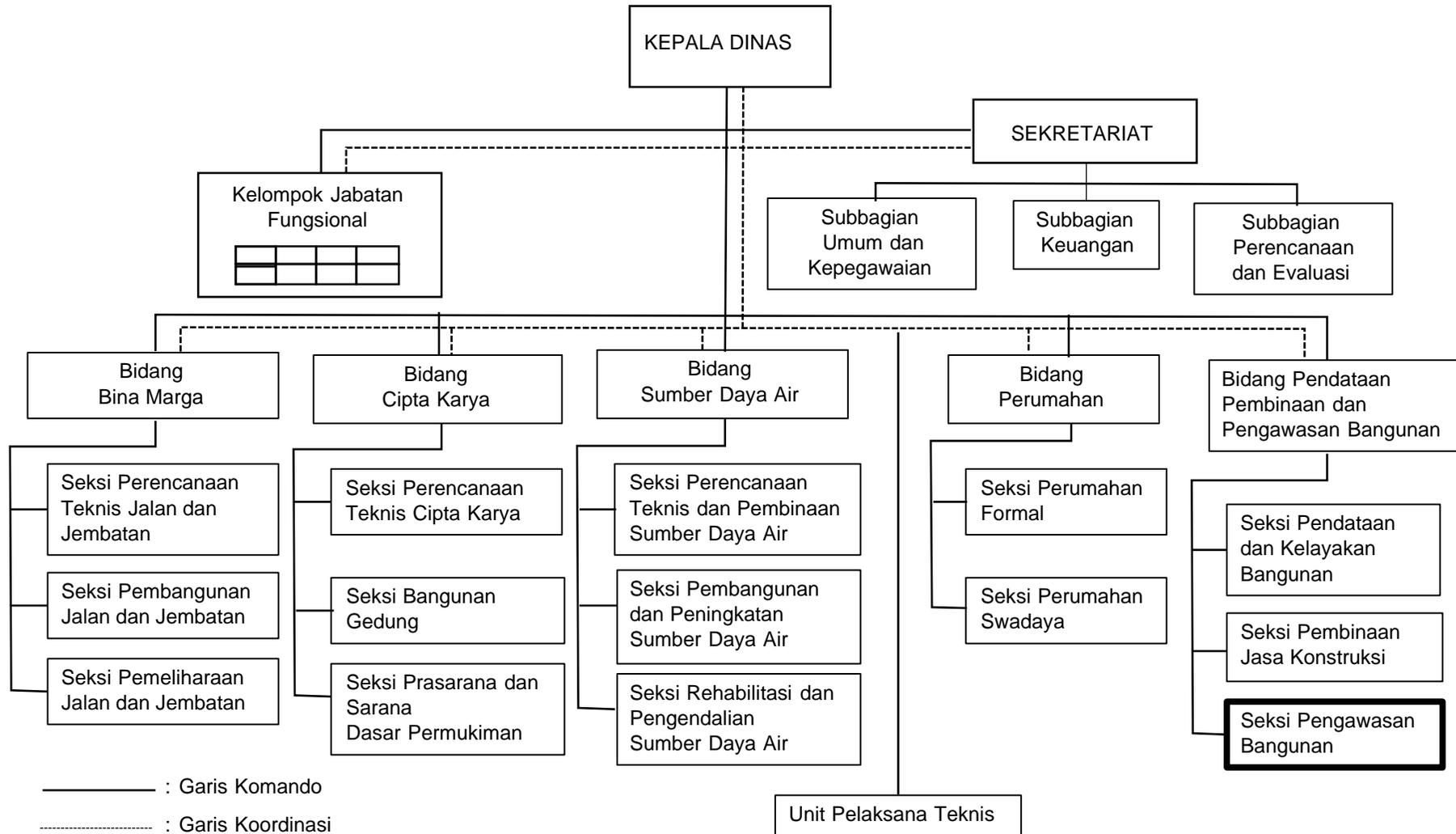
Dari susunan organisasi di atas, bidang yang terkait langsung dengan penyelenggaraan reklame adalah Bidang Pendataan Pembinaan dan Pengawasan Bangunan, khususnya Seksi Pengawasan Bangunan yang menjalankan fungsi pembinaan dan pengawasan perizinan bangunan gedung dan bangun gedung atau prasarana bangunan, termasuk konstruksi reklame.

**b. Gambaran susunan organisasi dan Pegawai.**

Gambaran susunan organisasi Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman dan jumlah pegawai pada Seksi Pengawasan Bangunan seperti tercantum pada halaman berikut ini :

Gambar 2.3

**BAGAN SUSUNAN ORGANISASI DINAS PEKERJAAN UMUM, PERUMAHAN, DAN KAWASAN PERMUKIMAN**



Guna melaksanakan tugas dan fungsinya, Seksi Pengawasan Bangunan DPUPKP diisi oleh pegawai sebagai berikut:

Tabel 2.5  
Jumlah Pegawai Seksi Pengawasan Bangunan DPUPKP

NO.	JABATAN	PENDIDIKAN	STATUS KEPEGAWAIAN	JUMLAH
1.	Kepala Seksi	S-1	PNS	1
3.	Pengawas Bangunan dan Gedung	S-1	PNS	2
4.	Pengelola Perencanaan Teknis	SLTA	PNS	1
5.	Pembantu Pengawas	SLTA	Non PNS	2
	Jumlah total pegawai			6

Sumber : Subbag Umpeg DPUPKP, 2021

Dari jumlah personel tersebut dalam ketugasan dibagi dua yaitu pengawasan bangunan dan pengawasan reklame sehingga dalam satu tim rata-rata dua sampai dengan tiga orang.

### 3. Profil Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman.

#### a. Kedudukan, Tugas, Fungsi dan Susunan Organisasi.

Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat, sub urusan ketentraman dan ketertiban umum, dan sub urusan kebakaran yang dipimpin oleh Kepala Satuan yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Berdasarkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 67 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja, Satuan Polisi Pamong Praja mempunyai tugas membantu Bupati melaksanakan urusan pemerintahan dan tugas pembantuan di bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat, sub urusan ketentraman dan ketertiban umum, dan sub urusan kebakaran.

Satuan Polisi Pamong Praja dalam melaksanakan tugas mempunyai fungsi:

- 1) penyusunan rencana kerja Satuan Polisi Pamong Praja;
- 2) perumusan kebijakan teknis urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat, sub urusan ketentraman dan ketertiban umum, dan sub urusan kebakaran;
- 3) pelaksanaan, pelayanan, pembinaan, dan pengendalian urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat, sub urusan ketentraman dan ketertiban umum, dan sub urusan kebakaran;
- 4) evaluasi dan pelaporan pelaksanaan urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat, sub urusan ketentraman dan ketertiban umum, dan sub urusan kebakaran;
- 5) pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai tugas dan fungsinya dan/atau sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari beberapa fungsi di atas, fungsi yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame adalah fungsi ketiga yaitu pelaksanaan, pelayanan, pembinaan, dan pengendalian urusan pemerintahan bidang ketenteraman dan ketertiban umum serta perlindungan masyarakat, sub urusan ketenteraman dan ketertiban umum, dan sub urusan kebakaran. Pelaksanaan fungsi pelaksanaan, pelayanan, pembinaan, dan pengendalian urusan pemerintahan bidang ketenteraman dan ketertiban meliputi kegiatan pembinaan, pengawasan dan penegakan peraturan daerah dan peraturan kepala daerah yang salah satunya mengatur tentang penyelenggaraan reklame.

Susunan organisasi Satuan Polisi Pamong Praja terdiri dari Kepala Satuan, Sekretariat, 4 (empat) Bidang, Unit Pelaksana Teknis, dan Jabatan Fungsional dengan rincian sebagai berikut :

- 1) Kepala Satuan;
- 2) Sekretariat terdiri dari:
  - a) Subbagian Umum dan Kepegawaian;
  - b) Subbagian Keuangan; dan
  - c) Subbagian Perencanaan dan Evaluasi.
- 3) Bidang Ketenteraman dan Ketertiban terdiri dari :
  - a) Seksi Operasional Ketenteraman dan Ketertiban; dan
  - b) Seksi Pembinaan Ketenteraman dan Ketertiban.
- 4) Bidang Penegakan Peraturan Perundang-undangan terdiri dari:
  - a) Seksi Pembinaan dan Pengawasan; dan
  - b) Seksi Penegakan.

- 5) Bidang Perlindungan Masyarakat terdiri dari:
  - a) Seksi Operasional Satuan Perlindungan Masyarakat; dan
  - b) Seksi Pengembangan Potensi Perlindungan Masyarakat.
- 6) Bidang Pemadam Kebakaran terdiri dari :
  - a) Seksi Pencegahan Kebakaran; dan
  - b) Seksi Operasional dan Investigasi Kebakaran.
- 7) Unit Pelaksana Teknis; dan
- 8) Kelompok Jabatan Fungsional.

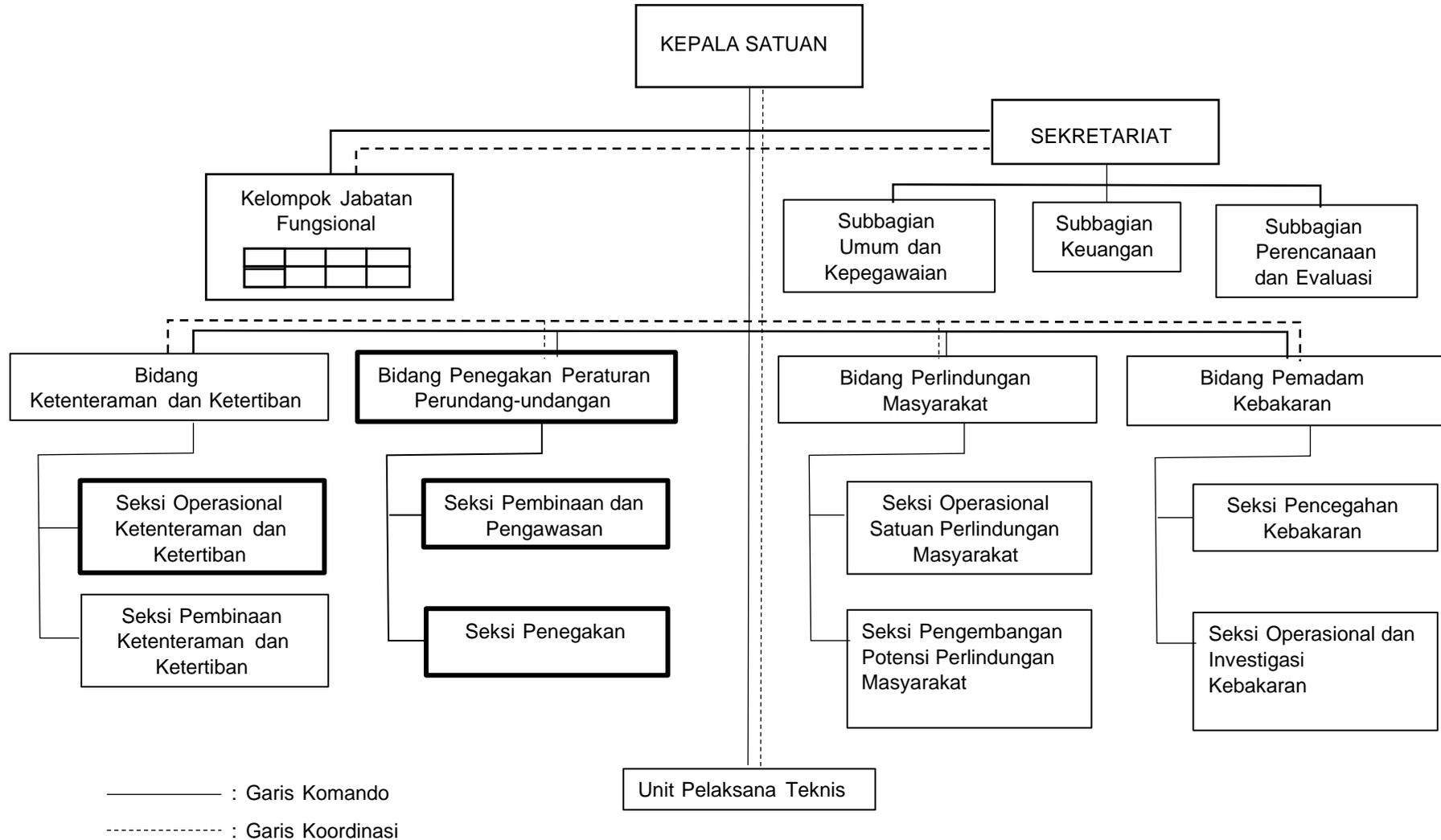
Dari susunan organisasi di atas, bidang yang terkait langsung dengan penyelenggaraan reklame adalah Bidang Ketenteraman dan Ketertiban, khususnya Seksi Operasional Ketenteraman dan Ketertiban yang melakukan kegiatan penertiban reklame non konstruksi dan Bidang Penegakan Peraturan Perundangan yang melakukan penertiban reklame berkonstruksi.

**b. Gambaran susunan organisasi dan jumlah pegawai.**

Gambaran susunan organisasi Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman dan jumlah pegawai yang menjalankan fungsi penertiban dalam penyelenggaraan reklame digambarkan pada halaman berikut:

Gambar 2.4

**BAGAN SUSUNAN ORGANISASI SATUAN POLISI PAMONG PRAJA**



Gambaran sumber daya manusia pada tahap penertiban dalam penyelenggaraan reklame sebagai berikut:

Tabel 2.6  
Jumlah Pegawai Bidang Penegakan Peraturan  
dan Seksi Operasional Trantib Satpol PP

NO.	JABATAN	PENDIDIKAN	STATUS KEPEGAWAIAN	JUMLAH
I.	Bidang Penegakan			
1.	Kepala Bidang	S-1	PNS (Penyidik)	1
2.	Kepala Seksi	S-2	PNS (Penyidik)	1
3.	Kepala Seksi	S-2	PNS	1
4.	Jabfung Pol PP Ahli	S-1	PNS (Penyidik)	1
5.	Jabfung Pol PP Pelaksana lanjutan	S-1	PNS	2
6.	Analisis hukum	S-1	PNS	1
6.	Jabfung Pol PP Pelaksana Penyelia	SLTA	PNS	1
7.	Pengadministrasi	SLTA	PNS	1
8.	Tenaga Bantu Operasional	SLTA	Non PNS	12
	Jumlah pegawai Bidang Penegakan Peraturan			21
II.	Seksi Operasional Trantib			
1.	Kepala Seksi	S-2	PNS	1
NO.	JABATAN	PENDIDIKAN	STATUS KEPEGAWAIAN	JUMLAH
2.	Jabfung Pol PP Pelaksana lanjutan	S-1	PNS	6
3.	Jabfung Pol PP Pelaksana lanjutan	SLTA	PNS	22
4.	Analisis Tata Praja	S-1	PNS	1
5.	Tenaga Bantu Operasional	SLTA	Non PNS	32
	Jumlah pegawai Seksi Operasional Trantib			62
	Jumlah total			83

Sumber : Subbag Umpeg Satpol PP, 2021

Jumlah personel di Satpol PP tergolong besar karena selain melaksanakan kegiatan penertiban juga harus melaksanakan tugas dan fungsi penegakan peraturan daerah/peraturan kepala daerah, penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat serta perlindungan masyarakat.

Pada struktur organisasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) pada gambar 2.2, yang dicetak tebal mendeskripsikan bagian yang melaksanakan fungsi pelayanan perizinan pada penyelenggaraan reklame, struktur organisasi Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman (DPUPKP) pada gambar 2.3, yang dicetak tebal mendeskripsikan bagian yang melaksanakan fungsi pengawasan penyelenggaraan reklame, dan struktur organisasi Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman pada gambar 2.4, yang dicetak tebal mendeskripsikan bagian yang melaksanakan fungsi penertiban pada penyelenggaraan reklame.

### **3. Data Pendapatan Pajak Reklame di Kabupaten Sleman Sebelum dan Masa Pandemi Covid-19.**

Pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sleman yang bersumber dari pajak daerah antara lain pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan, pajak reklame, pajak penerangan jalan, pajak parkir dan pajak air tanah.

Pajak reklame yang dihimpun Dinas Pendapatan dan Aset Daerah (BKAD) Kabupaten Sleman pada masa sebelum dan masa pandemi Covid-19 digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 2.7  
Pendapatan Pajak Reklame Kabupaten Sleman  
Tahun 2019-2020

NO.	JENIS PENDAPATAN	TARGET (Rp.)	REALISASI (Rp.)	%
1.	Pajak Reklame 2019	9.500.000.000,-	10.401.434.884,-	109,49%
2.	Pajak Reklame 2020	6.000.000.000,-	7.999.373.107,-	133,32%

Sumber: LkjlP BKAD Sleman 2019-2020

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa pendapatan dari pajak reklame di Kabupaten Sleman pada masa pandemi Covid-19 mengalami penurunan, yang sebelumnya pada tahun 2019 ditargetkan Rp.9.500.000.000,- dapat direalisasikan sebesar Rp.10.401.434.884,- (109,49%) sedangkan pada masa pandemi Covid-19 tahun 2020 ditargetkan Rp.6.000.000.000,- dapat direalisasikan sebesar Rp.7.999.373.107,-.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdoellah, Y., Rusfiana, Y. 2016. *Teori & Analisis Kebijakan Publik*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- B.Sore, Sobirin. 2017. *Kebijakan Publik*, Edisi I, Penerbit CV Sah Media, Makassar.
- Ferizaldi. 2016. *Dinamika Otonomi Daerah di Indonesia*, Penerbit Unimal Pess, Lhokseumawe.
- Lubis, Z., Manaf, A., Hj. Ahmad, H., Abdullah, M., Junoh, M. 2019. *Panduan Pelaksanaan Penelitian Sosial*, edisi I, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Sugiyono .2020. *Metode Penelitian Kualitatif*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Widodo, J. 2021. *Analisis Kebijakan Publik; Konsep dan Aplikasi Analisis Proses Kebijakan Publik*, edisi revisi-cetakan kedua belas, Penerbit Media Nusa Creative, Malang.

### Website/Digital Journal

- Amrurobbi, A. A. . 2021. Problematika Sampah Visual Media Luar Ruang: Tinjauan Regulasi Kampanye Pemilu dan Pilkada. *Jurnal Adhyasta Pemilu*, 4(2), 66–78. <https://doi.org/10.55108/jap.v4i2.50> diunduh 22 Februari 2022.
- beritasatu.com. 2021. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/728997/tiga-dampak-pandemi-covid19-bagi-perekonomian-nasional>. Diunduh pada 27 Mei 2021
- bkad. 2020. LKjIP-BKAD-KAB-SLEMAN-2019.pdf. <https://bkad.slemankab.go.id/>. Diunduh pada 8 Februari 2021.
- Christia, A. M., & Ispriyarso, B. 2019. Desentralisasi Fiskal Dan Otonomi Daerah Di Indonesia. *Law Reform*, Vol. 15, No.1 pg. 149-163. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/23360/pdf>. Diunduh pada 15 Juni 2021
- Harianjogja.com 2021. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/04/06/512/1068150/dari-ribuan-reklame-di-sleman-hanya-556-yang-berizin>. Diunduh pada 14 Juni 2021.
- Nurkukuh, D. 2019. Konsep Penataan Reklame Koridor Jalan Affandi Yogyakarta, *Jurnal Reka Ruang, Institut Teknologi Nasional Yogyakarta*, Vol.2, No.1, 2019, pp.39-45. [https://www.researchgate.net/publication/341320175\\_Konsep\\_Penataan\\_ReklameKoridor\\_Jalan\\_Affandi\\_Yogyakarta](https://www.researchgate.net/publication/341320175_Konsep_Penataan_ReklameKoridor_Jalan_Affandi_Yogyakarta). Diunduh pada 15 Juni 2021.
- Setyawan, G. 2020. Analisis Distorsi Visual Sebagai Faktor Penentu Titik Lokasi Penempatan Reklame di jalan Seturan Raya Yogyakarta, *Tesis, Universitas Atmajaya Yogyakarta*. <http://ejournal.uajy.ac.id/22629/1/5402557%200.pdf>. Diunduh pada 15 Juni 2021.

**Peraturan Perundang-undangan.**

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244).

Peraturan Bupati Sleman Nomor 61 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Pekerjaan Umum, Perumahan dan Kawasan Pemukiman (Berita Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2016 Nomor 61).

Peraturan Bupati Sleman Nomor 67 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja (Berita Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2016 Nomor 67).

Peraturan Bupati Sleman Nomor 2.4 Tahun 2020 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Berita Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2020 Nomor 2.4).

Peraturan Bupati Sleman Nomor 50 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2020 Nomor 50).