

## Carut-Marut Izin Pemasangan Reklame di Kota Makassar

Anisah Daeng Tarring<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Hukum Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Email: [anisahtarring@gmail.com](mailto:anisahtarring@gmail.com)<sup>1</sup>

### Abstract

Child care is basically the responsibility of both parents. This includes various things: economic problems, education and everything that becomes the basic needs of children. The method used is juridical normative research. The results showed the position of custody of children after the divorce lived in the Parepare Religious Court, namely divorced parents remain obliged to care for, protect, and finance the child until the child is an adult. And the judge's consideration in granting child custody in the Parepare Religious Court is based on Law No. 1 of 1974 on Marriage and compilation of Islamic law and also considers the ability of parents in caring for and child care and considering various factors for the best interests of the child.

**Keywords:** Position; Custody; Divorced Life

**Publish Date:** 27 Februari 2022

### A. Pendahuluan

Reklame dan promosi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem dan sosial masyarakat modern. Dewasa ini reklame sudah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen produk barang dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan reklame dan metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan kedua bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk barang dan jasanya.<sup>1</sup>

Berbagai bentuk usaha, mulai dari usaha eceran, hingga perusahaan multinasional mengandalkan reklame dan promosi untuk menunjang pemasaran produk barang dan jasa mereka kepada masyarakat. Pada sistem ekonomi yang berlandaskan pada pasar, konsumen semakin mengandalkan reklame dan bentuk promosi lainnya untuk mendapatkan informasi yang akan mereka gunakan untuk membuat suatu keputusan, apakah akan membeli suatu produk barang dan jasa atau tidak.

Semakin meningkat pengeluaran (belanja) reklame yang dilakukan perusahaan, maka semakin meningkat pula kuantitas

pemasaran dari produk barang dan jasa tersebut. Hal ini membuktikan bahwa reklame dan promosi lainnya dalam memasarkan suatu produk cukup signifikan dalam mendukung pemasaran produk tersebut kepada masyarakat.

Secara umum komponen promosi mencakup empat elemen dasar yaitu:

1. Iklan (*advertising*);
2. Promosi perjanjian (*sales promotion*);
3. humas (*public relation*); dan
4. Penjualan pribadi (*personal selling*).

Namun pada perkembangannya promosi juga mencakup dua elemen tambahan yang juga cukup penting yaitu penjualan langsung (*direct marketing*) dan media komunikasi (*interactive media*). Dua elemen tambahan ini telah digunakan secara luas oleh pengelola pemasaran dewasa ini untuk berkomunikasi dengan masyarakat (konsumen) dalam memasarkan produk/jasa mereka.

Secara umum media reklame/iklan yang sering digunakan oleh perusahaan kelas menengah ke atas adalah:

1. Media Elektronik (televisi, radio, internet);
2. Media Cetak (surat kabar, tabloid, majalah); dan
3. Media Board Advertising (papan reklame).

Pada saat ini perkembangan iklan mengalami kemajuan yang sangat pesat.

<sup>1</sup>Anisah Daeng Tarring, 2018. *Efektivitas Izin Pemasangan Reklame di Kota Makassar*. Skripsi tidak diterbitkan. Parepare: Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia. Makassar.

Kemajuan perkembangan iklan tersebut diiringi dengan semakin ketatnya persaingan antara para produsen barang atau jasa yang menggunakan jasa periklanan untuk menginformasikan produk barang atau jasa yang diproduksinya.

Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan atau industri maka akan meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak dari penyelenggaraan reklame karena salah satu bauran pemasaran sebuah industri adalah promosi yang terdiri antara lain iklan, reklame dan promosi penjualan. Pajak Reklame sebagai salah satu sumber Pendapatan Daerah yang berpotensi perlu dilakukan pemungutan secara efisien, efektif, dan ekonomis sehingga dapat lebih berperan dalam usaha peningkatan Pendapatan Asli Daerah, khususnya di Kota Makassar.

Penyelenggaraan reklame di Kota Makassar sangatlah beragam jenis dan bentuknya. Masyarakat Kota Makassar dewasa ini sudah harus memiliki pemahaman mengenai jenis-jenis reklame dan bagaimana proses perizinan yang harus ditempuh untuk melakukan pemasangan reklame. Pemasangan reklame harus melewati beberapa tahap perizinan yang harus dilakukan oleh perusahaan atau pemohon pemasangan reklame tersebut. Seperti halnya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Makassar yang telah menetapkan beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh pihak pemohon untuk melakukan pemasangan reklame.

Mengetahui bahwa izin merupakan salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam hukum administrasi. Hal ini tentu mendorong pemerintah menggunakan izin sebagai instrumen untuk mempengaruhi hubungan dengan para warganya agar mau mengikuti cara yang dianjurkan oleh pemerintah guna mencapai tujuan yang konkrit. Dalam pelayanan perizinan terdapat berbagai macam jenis perizinan antara lain: izin usaha, izin industri, pajak reklame, izin mendirikan bangunan, izin gangguan dan lain sebagainya. Izin reklame merupakan salah satu jenis layanan perizinan yang dikeluarkan oleh pemerintah kota. Berkaitan dengan izin reklame pemerintah Kota Makassar, sudah diatur dalam Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 27 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang di dalamnya terdapat pengaturan

mengenai izin penyelenggaraan, jenis-jenis, pencabutan izin, pengawasan dan ketentuan lainnya.

Banyaknya pemasangan reklame mengakibatkan lahirnya Peraturan Walikota yang disebutkan di atas. Di dalam PERDA itu terdapat peraturan-peraturan yang harus dipenuhi oleh setiap individu atau badan hukum dalam pemasangan reklame. Didalam pengaturan penyelenggaraan perizinan di Kota Makassar menyebutkan bahwa untuk mendapatkan izin reklame diharuskan adanya izin tertulis dari Walikota melalui kepala dinas yang ditunjuk. Adanya PERDA yang mengatur tentang pentingnya perizinan dalam menjalankan usaha belum tentu masyarakat dapat bekerja sama dalam mentaati peraturan tersebut.

Hal ini terbukti dari banyaknya pemberitaan tentang reklame yang belum mengantongi izin dan akhirnya mengharuskan Tim Penataan dan Penertiban Reklame Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) mensegel reklame tersebut. Ini adalah bukti bahwa sebagian besar masyarakat masih belum sepenuhnya mengerti arti penting dari perizinan yang merupakan salah satu aspek penting dan merupakan syarat dalam memulai dan menjalankan sebuah usaha. Problematika pelayanan perizinan Kota Makassar adalah prosedurnya yang panjang dan berbelit-belit, tidak ada kepastian waktu dan biaya yang perlu dikeluarkan dalam pengurusan kelengkapan izin reklame.

Meningkatnya jumlah reklame di Kota Makassar selain menambah pendapatan daerah, juga berbanding lurus pada semakin tingginya pelanggaran-pelanggaran atas penyelenggaraan reklame. Jenis-jenis pelanggaran penyelenggaraan reklame yang ditemukan di Kota Makassar antara lain pelanggaran mengenai izin lokasi pemasangan, media pemasangan reklame yang melanggar ekologi lingkungan, adanya pihak pemasang yang tidak memperhatikan masa berlakunya izin pemasangan reklame, sehingga banyak reklame yang terpasang tanpa adanya konfirmasi perpanjangan pemasangan reklame. Pelanggaran tersebut terjadi untuk beragam jenis reklame. Reklame-reklame liar tersebut terpasang di jalan-jalan, baik jalan rayamaupun yang bukan jalan raya seperti di pinggir kota. Apabila hal tersebut dibiarkan dan tidak ditindak tegas maka kenyamanan dan keindahan kota akan terganggu serta dapat

mengurangi Pendapatan asli Daerah Kota Makassar.

Untuk mengoptimalkan pengelolaan penyelenggaraan reklame maka diperlukan adanya sebuah perencanaan, pengorganisasian, pergerakan serta pengawasan sesuai dengan konsep fungsi manajemen yang dirumuskan oleh G.R Terry.<sup>2</sup> Keempat fungsi manajemen tersebut menjadi tiga fungsi oleh Bachrul Elmi yakni perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan. Pertama yaitu perencanaan, mencakup penentuan pokok-pokok tujuan, sasaran, target serta strategi yang akan dilakukan untuk meningkatkan penerimaan pajak reklame. Kedua pelaksanaan yakni penerapan mekanisme pemungutan, monitoring masa berlaku reklame. Dan ketiga pengawasan yaitu pemantauan di lapangan terutama batas pemasangan reklame.

Secara khusus, pelanggaran penyelenggaraan reklame menjadi sorotan yang sangat mendesak untuk ditangani khususnya bagi pemerintah Kota Makassar. Dengan status Kota Makassar sebagai kota metropolitan, media reklame dianggap sebagai alternatif pemasaran yang menguntungkan dan sangat efektif karena reklame dianggap mampu menarik calon konsumen karena reklame bisa diakses oleh semua pihak. Hal ini menjadikan reklame sebagai salah satu bagian yang harus diperhatikan oleh pemerintah, baik dalam hal perizinan, pemberian aturan dan tarif pemasangan reklame yang diatur oleh Undang-Undang maupun peraturan daerah.

## B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian empiris (Socia Legal Research), yaitu selain mengkaji hukum secara teoretik dan normatif (Law in book) juga untuk mengkaji dan mengamati mengenai proses bekerjanya hukum (Law in action) yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>3</sup> Penelitian ini di laksanakan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan, yaitu tepatnya dikantor Badan Pendapatan Daerah Kota Makassar. Adapun alasan penulis memilih lokasi tersebut, karena di Kota Makassar sebagai salah satu kota berkembang memiliki

tingkat ekonomi yang sangat berkemajuan selain itu perkembangan yang sangat pesat khususnya di bidang informasi dan teknologi juga tidak dapat dipungkiri.

## C. Analisis dan Pembahasan

Sebuah ukuran-ukuran dasar dan tujuan dari kebijakan merupakan suatu hal yang harus diperhatikan. Karena dari ukuran-ukuran dasar dan tujuan inilah kita dapat memproyeksikan bagaimana kebijakan dapat berjalan efektif sesuai dengan tujuannya. Sebuah ukuran kebijakan juga harus disesuaikan dengan keadaan sosiokultural dimana kebijakan tersebut dijalankan. Jika kebijakan tersebut ingin terlaksana dengan maksimal, maka kebijakan tersebut haruslah menyesuaikan dengan keadaan masyarakat selaku pelaksana dari kebijakan tersebut terutama di daerah yang menjadi fokus sampel dalam penelitian ini.<sup>4</sup>

Menurut Soerjono Soekanto,<sup>5</sup> efektivitas berasal dari bahasa efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Emerson berpendapat bahwa efektivitas adalah, “*A measuring interm of attaining prescribed goal or objective*”. Pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Efektivitas harus dibedakan dengan efisiensi. Efisiensi terutama mengandung pengertian perbandingan biaya dan hasil, sedangkan efektivitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian suatu tujuan. Menurut Soerjono Soekanto efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh adanya beberapa faktor yaitu:<sup>6</sup>

- a. Faktor hukumnya sendiri (Undang-Undang)
- b. Faktor Penegak hukum
- c. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum
- d. Faktor masyarakat.

<sup>2</sup> Arisman, S. (2016). Analisis pengelolaan pajak bumi dan bangunan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah di kabupaten Takalar (Doctoral dissertation).

<sup>3</sup> Nawi, S. (2014). Penelitian Hukum Normatif Versus Penelitian Hukum Empiris. Umitoha Ukhuwah Grafika, Makassar.

<sup>4</sup> Anisah Daeng Tarring, 2018. Efektivitas Izin Pemasangan Reklame di Kota Makassar. Skripsi tidak diterbitkan. Parepare. Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia. Makassar.

<sup>5</sup> Soerjono, S. (1983). Faktor-faktor yang mempengaruhi Penegakan Hukum. *Grafindo Persada, Jakarta*.

<sup>6</sup> Ibid, halaman 8

Efektivitas hukum menyoroti tentang bagaimana suatu peraturan yang dibentuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan, sehingga untuk mengukur efektivitas dari suatu peraturan dilihat dari keberhasilan pencapaian tujuan yang diinginkan. Jika peraturan tersebut telah mencapai tujuannya, maka peraturan tersebut dapat dikatakan efektif, begitu pula sebaliknya.

Faktor yang mempengaruhi efektivitas hukum adalah:

1. Peraturan, suatu Peraturan Perundang-Undangan yang mengikat secara umum agar tujuan pembentukan dapat tercapai efektif, maka peraturan tersebut harus dibuat secara jelas, dalam arti mudah dicerna atau mudah dimengerti, tegas dan tidak membingungkan. Hal ini dikarenakan tujuan dari Undang-Undang berarti keinginan atau kehendak dari pembentukan hukum, dimana tujuan dari pembentukan hukum tidak selalu identik dengan apa yang dirumuskan secara eksplisit sehingga masih diperlukan adanya penafsiran jadi semakin jelas suatu peraturan mudah untuk dicerna, dan tidak membingungkan, maka efektivitas hukum akan mudah tercapai.
2. Aparatur, dalam melakukan tugasnya haruslah tegas, disisi lain aparaturnya juga harus dapat melakukan komunikasi hukum dengan masyarakat berupa perilaku atau sikap positif. Jangan sampai terdapat sikap antipasti, yang timbul dari masyarakat terhadap perilaku aparaturnya karena dapat menyebabkan terjadinya ketaatan yang lebih rendah kepada hukum yang ada.
3. Sarana dan Prasarana, adalah alat penunjang keberhasilan suatu proses upaya yang dilakukan di dalam pelayanan publik, karena apabila kedua hal ini tidak tersedia maka semua kegiatan yang dilakukan tidak akan dapat mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan rencana yang keduanya berfungsi untuk mewujudkan tujuan yang hendak dicapai. Sarana dan prasarana mempunyai peranan yang sangat penting di dalam penegakan hukum. Tanpa adanya sarana atau fasilitas tersebut, tidak akan mungkin penegak hukum menyerasikan peranan yang seharusnya dengan peranan yang aktual.
4. Pelaksanaan dari peraturan itu sendiri salah satu upaya agar masyarakat mematuhi hukum adalah dengan mencantumkan

sanksi atau hukuman jika peraturan dilanggar. Ketentuan adanya sanksi ini bertujuan agar masyarakat patuh atau taat peraturan yang ada sehingga peraturan yang ada tersebut dapat berlaku secara efektif.

5. Kondisi Masyarakat, penetapan suatu peraturan harus disesuaikan dengan keadaan masyarakat dimana peraturan tersebut diberlakukan karena jika tidak maka peraturan tersebut tidak akan berjalan secara efektif. Oleh karena itu biasanya peraturan yang tingkatannya lebih tinggi seperti Undang-Undang hanya mengatur masalah yang sifatnya umum, masalah yang sifatnya detail diatur pada peraturan yang lebih rendah.

Secara konsepsional, maka inti dari efektivitas hukum terletak pada bagian menyerasikan hubungan nilai-nilai yang terjabarkan dalam kaidah-kaidah yang mantap dan sikap tindak sebagai rangkaian penjabaran nilai tahap akhir, untuk menciptakan dan mempertahankan bagaimana menjaga keharmonisan dalam kehidupan. Berdasarkan penjelasan tersebut diatas dapat disimpulkan, bahwa masalah utama dari efektivitas penegakan hukum sebenarnya terletak dari indikator yang memungkinkan dapat dikatakan efektif atau tidak.

Indikator mempunyai arti netral. Sehingga dapat muncul sisi positif atau negatif yang terletak pada isi indikator. Dasar hukum penyelenggaraan reklame di Kota Makassar berasal dari beberapa peraturan perUndang-Undangan dan peraturan daerah, antara lain: Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah, PERDA Kota Makassar No. 40 Tahun 2015<sup>7</sup>, Tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame, dan PERDA Nomor 27 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. Berdasarkan peraturan-peraturan perUndang-Undangan tersebut, maka pemerintah Kota Makassar menetapkan tata cara penyelenggaraan reklame mulai dari proses perizinan sampai pemasangan reklame di lapangan dan ketentuan-ketentuan serta sanksi atas pelanggaran penyelenggaraan reklame.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 40 tahun 2015 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame.

Proses pengajuan permohonan perizinan penyelenggaraan reklame di Kota Makassar dilakukan di Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal dan pembayaran pajak reklame dilakukan di Badan Pendapatan Kota Makassar. Dari data yang didapatkan penulis di lapangan, alur penyelenggaraan reklame mulai dari proses perizinan sampai pemasangan dapat dilihat dari bagan di bawah ini.<sup>9</sup>

#### Alur Pelayanan Izin Reklame



Masyarakat Kota Makassar yang akan mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame harus melalui prosedur seperti yang tertera pada bagan di atas. Alur tersebut berdasarkan PERDA Kota Makassar Nomor 27 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pasal 20 yang kemudian dituangkan dalam SOP prosedur penyelenggaraan reklame di Badan Pendapatan Kota Makassar.

Penyelenggaraan reklame memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pendapatan daerah Kota Makassar. Hal ini diungkapkan oleh Badan Pendapatan Kota Makassar dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan Kepala Bidang Reklame, Parkir dan Retribusi Daerah. Selama tahun 2017, jumlah penyelenggaraan reklame di Kota Makassar mencapai 4.975 reklame, baik itu reklame permanen (billboard, papan, megatron) maupun reklame insidentil (kain, spanduk, baliho).<sup>10</sup>

Kota Makassar memiliki cakupan wilayah yang cukup luas sehingga pemerintah harus bisa melakukan pengawasan dan penindakan secara tegas terhadap pelanggaran-pelanggaran yang terjadi. Salah satunya adalah mengenai pelanggaran terhadap izin reklame.

Sebagaimana hasil penelitian penulis di lapangan, reklame yang berada di Kota Makassar sudah semakin tidak beraturan, dan kebanyakan reklame yang berada di jalan-jalan tidak memiliki izin selain itu reklame menimbulkan efek “semrawut” yang tentunya mengganggu keindahan dan kerapihan jalan. Ini didasari dengan semakin meningkatnya tingkat pelanggaran reklame di Kota Makassar

**Tabel 1. Jumlah Penertiban Reklame di Kota Makassar:**

Sumber: *Pengelolaan Data Primer*

Berdasarkan tabel diatas, jumlah

Tahun	Jumlah Tercapai	Tingkat Capaian
2015	4.125	30.31 %
2016	4.511	33.14 %
2017	4.975	36.55 %

penertiban reklame terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah tingkat capaian penertiban reklame juga meningkat. Hal ini dapat dilihat dari capaian jumlah reklame yang ditertibkan pada tahun 2015 yaitu sebanyak 4.125 titik reklame yang telah dibongkar, yang tingkat capaiannya 30.31%. Pada tahun 2016 jumlah reklame yang ditertibkan oleh Tim Penataan dan Penertiban Reklame BAPENDA juga meningkat yaitu sebanyak 4.511 titik reklame atau sekitar 33.14%. Sedangkan pada 2017, jumlah target penertiban reklame telah mencapai jumlah hampir 5 ribu titik reklame yaitu sebesar 4.975 reklame atau 36.55%.<sup>11</sup>

Peningkatan jumlah pelanggaran reklame tak berizin di Kota Makassar masih saja terjadi setiap tahunnya.<sup>12</sup> Sebagian besar pelanggaran reklame di Kota Makassar yaitu disebabkan banyaknya reklame insidentil dan reklame tetap/terbatas yang tidak memiliki izin. Hal ini ditunjukkan pada data tabel penertiban reklame dibawah berikut:

**Tabel 2. Jenis Reklame yang Ditertibkan BAPENDA Kota Makassar**

Tahun	Reklame Insidentil	Reklame Tetap/terbatas	Jumlah
2015	1.600	2.525	4.125
2016	2.348	2.163	4.511
2017	2.124	2.833	4.975

Sumber: *Data Primer*

<sup>9</sup> Pengelolaan Data Primer

<sup>10</sup> Op.cit Anisah

<sup>11</sup> Data Primer

<sup>12</sup> Op.cit Anisah

Berdasarkan data penertiban reklame diatas, dapat disimpulkan bahwa jenis reklame yang melanggar setiap tahunnya adalah reklame insidental. Pada tahun 2015 hingga 2017 dapat dilihat bahwa peningkatan pelanggaran reklame insidental terus bertambah dengan jumlah pelanggaran terbesar pada tahun 2016 yaitu 2.348 pelanggaran. Sedangkan pelanggaran reklame tetap/terbatas terbesar berada pada tahun 2017 yaitu sebanyak 2.833 titik reklame. Hal ini menguatkan dugaan mengenai bagaimana efektivitas pengawasan reklame yang dilakukan selama ini sehingga menimbulkan banyaknya pelanggaran dan permasalahan reklame di Kota Makassar.

Adapun efektivitas pelaksanaan izin usaha dalam izin pemasangan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 27 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu tentang tata cara perizinan reklame khususnya di Kota Makassar dapat kita lihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. Jawaban Responden tentang pelaksanaan izin usaha dalam izin pemasangan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota**

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Efektif	2	16.67 %
2	Kurang Efektif	6	50 %
3	Tidak Efektif	4	33.33 %
<b>Jumlah</b>		<b>12</b>	<b>100 %</b>

Sumber data: Data Primer

Data diatas mengenai jawaban responden tentang pelaksanaan izin usaha dalam izin pemasangan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 27 Tahun 2017 di Kota Makassar dapat kita lihat dengan sampel sebanyak 12 orang dengan 2 orang menjawab efektif persentase 16.67%, kemudian 6 orang menjawab kurang efektif atau persentase 50% dan 4 orang yang menjawab tidak efektif dengan persentase 33.33%.

Dari tabel diatas dan penjelasannya dapat kita lihat bahwa lebih banyak responden yang menjawab kurang efektif ini dikarenakan masih banyak orang-orang yang memasang reklamennya tidak mengikuti regulasi yang ada

yang telah ditetapkan dalam peraturan daerah Kota Makassar.

Kurangnya kesadaran dari penyelenggara reklame dalam menaati peraturan memang menjadi hambatan tersendiri yang dihadapi pemerintah Kota Makassar. Dalam beberapa kasus malah ada reklame yang melanggar dan sudah dicabut tetapi dalam beberapa hari kemudian reklame tersebut kembali terpasang di lokasi yang sama.

Hal ini menunjukkan pengawasan di lapangan memang tidak mudah dilaksanakan. Kurangnya kesadaran penyelenggara reklame menjadikan penyelenggaraan reklame di Kota Makassar menjadi tidak teratur, merusak estetika kota, dan dapat membahayakan pengguna jalan jika keadaan fisik reklame tidak sesuai ketentuan. Hal ini akan ditambah jika pengawasan yang dilakukan masih lemah. Lemahnya pengawasan dapat diakibatkan karena kurangnya petugas pengawas jika dibandingkan dengan luasnya cakupan wilayah titik pemasangan reklame di Kota Makassar.

Berdasarkan fakta yang ada di lapangan, nampaknya pemerintah Kota Makassar melalui Tim Penataan dan Penertiban Reklame BAPENDA masih perlu bekerja lebih keras lagi dalam penertiban reklame agar peraturan-peraturan yang telah dibuat tersebut tidak hanya tercantum di atas kertas namun juga dapat dirasakan dampaknya oleh masyarakat. Sebagian besar reklame yang terpasang di tempat-tempat terlarang tersebut memang merupakan reklame insidental, hal ini selain dapat mengganggu keindahan kota, juga dapat membahayakan keamanan warga masyarakat di sekitar tempat tersebut jika penyelenggaraan reklame tersebut tidak sesuai aturan yang berlaku.

Penyelenggaraan reklame di Kota Makassar jumlahnya sangat banyak dengan jenis yang juga beragam. Selain itu, penyelenggara reklame juga terdiri oleh beberapa pihak baik itu perorangan, perusahaan, maupun biro jasa. Dengan jumlah yang sangat beragam ini, pelanggaran atas penyelenggara reklame juga sangat beragam. Hal ini menjadi hambatan tersendiri bagi Pemerintah Kota Makassar dalam penanganannya. Masih banyaknya penyelenggara reklame yang belum memahami secara menyeluruh mengenai

peraturan-peraturan penyelenggara-an reklame yang berlaku di Kota Makassar.<sup>13</sup>

Sebagai contoh adalah bahwa pemegang izin reklame harus melaporkan secara berkala mengenai reklame yang dipasang. Dalam kenyataannya beberapa reklame yang terpasang tidak sesuai dengan izin yang dimiliki sebelumnya, misalnya seperti ukuran dan fisik reklame yang tidak sesuai. Setelah ditelusuri ternyata penyelenggara reklame memang mengganti reklame tersebut setelah reklame yang sebelumnya terpasang dalam kurun waktu tertentu. Padahal berdasarkan peraturan penyelenggara tersebut harus melaporkan atau memohon untuk pemasangan reklame yang baru. Secara umum, beberapa hambatan yang dihadapi pemerintah Kota Makassar dalam melakukan penertiban reklame adalah:<sup>14</sup>

1. Penyelenggara reklame yang tidak *update* tentang peraturan penyelenggaraan reklame.
2. Penyelenggara reklame yang tidak kooperatif.
3. Data-data penyelenggaraan reklame yang tidak lengkap.

Terlihat jelas bahwa sebagian besar hambatan yang dihadapi dikarenakan oleh penyelenggara reklame yang tidak mengetahui peraturan ataupun tidak kooperatif dalam penyelenggaraan reklame. Salah satu hal yang dapat dilakukan menghadapi permasalahan ini yaitu melalui pendekatan persuasif dan sosialisasi peraturan kepada penyelenggara reklame di Kota Makassar.

Permasalahan mengenai penyelenggaraan reklame memang sangat kompleks. Akibat dari pelanggaran penyelenggaraan reklame selain berdampak pada penerimaan pendapatan daerah, karena sebagian besar pelanggaran reklame karena tidak adanya izin.

Menghadapi jumlah pelanggaran penyelenggaraan reklame yang masih cukup banyak ini, pemerintah Kota Makassar terus melakukan pengawasan secara berkala melalui Tim Penataan dan Penertiban Reklame BAPENDA yang setiap hari berkeliling Kota Makassar memantau reklame-reklame yang terpasang. Hal ini memang sudah terbukti dapat menurunkan jumlah pelanggaran penyelenggaraan reklame, namun menurut

penulis pemerintah Kota Makassar masih perlu bekerja lebih keras lagi karena jumlah pelanggaran yang terjadi masih terbilang besar. Salah satunya adalah dengan sosialisasi kepada warga masyarakat yang dapat dilakukan melalui pemerintah kecamatan agar warga Kota Makassar dapat lebih mengetahui mengenai peraturan penyelenggaraan reklame dan tata cara untuk melaporkan jika terdapat reklame yang melanggar peraturan.<sup>15</sup>

Berdasarkan hasil penelitian penulis ada beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas izin usaha periklanan yang di pasang di Kota Makassar

### 1. Faktor Substansi Hukum

substansi hukum menjadi salah faktor yang mempengaruhi efektivitas izin pemasangan reklame. PERDA Nomor 27 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan PERDA No. 40 Tahun 2015 menjadi dasar hukum formal yang mengatur tentang tata cara dan prosedur pemasangan iklan dan izin usaha pemasangan iklan di Kota Makassar termasuk yang berhubungan dengan tarif pemasangan iklan. Dalam faktor substansi hukum ini ialah Untuk mengukur apakah substansi hukum tersebut sudah dipahami dan diketahui sebagai dasar hukum pemasangan iklan di Kota Makassar.

### 2. Faktor Struktur Hukum

Struktur hukum sangat erat kaitannya dalam mendukung pelaksanaan pemasangan iklan di Kota Makassar, yang dimaksud struktur hukum adalah penegak hukum dan fasilitas yang mendukung penegakan hukum atau yang mendukung kinerja-kinerja dalam badan pendapatan daerah. penegakan hukum akan di batasi pada kalangan yang secara langsung berkecimpung dalam bidang penegakan hukum yang tidak hanya mencakup *law enforcement* akan tetapi juga *peace maintenance*. Penegak hukum merupakan golongan panutan dalam masyarakat, yang hendaknya mempunyai kemampuan-kemampuan tertentu sesuai dengan bidangnya serta profesional dalam melaksanakan fungsinya dikaitkan dengan izin usaha pemasangan iklan di Kota Makassar, penegak hukum/pelaksana tugas yang dimaksud adalah yang berhubungan dengan proses pemasangan iklan sampai kepada penertiban iklan-

<sup>13</sup> Op.cit Anisah

<sup>14</sup> Data Primer

<sup>15</sup> Op.cit Anisah. Halaman 51

iklan/reklame yang tidak sesuai dengan aturan yang ada di dalam Perda Kota Makassar Nomor 27 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Perda Kota Makassar No. 40 Tahun 2015 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame.

Selain penegak hukum/pelaksana tugas, sarana atau fasilitas mempunyai peranan yang sangat penting didalam penegakan hukum khususnya dalam hal penertiban izin-izin usaha yang tidak sesuai dengan prosedural. Tanpa adanya sarana atau fasilitas tersebut, tidak akan mungkin penegakan hukum menyasrakan peranan yang seharusnya dengan peranan yang aktual.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis perbandingan *input* dan *output* pengawasan perizinan reklame masih belum sebanding. Hal ini menyebabkan pengawasan perizinan reklame belum efektif. Dengan keterbatasan jumlah SDM yang tersedia, biaya operasional yang minim dan peralatan yang belum memadai baik dari segi kecanggihan maupun kelayakan juga masih perlu diperbaiki lagi. Dengan jumlah penertiban reklame yang hanya 100 reklame setiap harinya, sedangkan jumlah reklame tercatat hampir lima ribu lebih reklame dan banyak lagi reklame yang masih belum diawasi menyebabkan banyaknya pelanggaran reklame yang terjadi. Banyaknya pelanggaran reklame tersebut merupakan salah satu indikasi bahwa pengawasan perizinan reklame masih belum efektif.

### 3. Faktor Kesadaran Hukum

Kesadaran hukum itu kiranya dapat dirumuskan sebagai kesadaran yang ada pada setiap manusia tentang apa hukum itu atau untuk apa hukum itu, suatu kategori tertentu dari hidup kejiwaan kita yang membedakan antara hukum dan tidak hukum (*on recht*) antara yang seyogyanya dilakukan dan tidak dilakukan.<sup>16</sup>

Kesadaran hukum merupakan konsepsi abstrak didalam diri manusia, tentang keserasian antara ketertiban dan ketentraman yang dikehendaki atau sepantasnya. Kesadaran hukum sering dikaitkan dengan pentaatan hukum, pembentukan hukum, dan efektivitas hukum. Kesadaran hukum merupakan

kesadaran nilai-nilai yang terdapat dalam manusia tentang hukum yang ada.

Kesadaran berasal dari kata sadar. yang berarti insaf, merasa, tahu atau mengerti. Menyadari berarti mengetahui, menginsafi, merasai. Kesadaran berarti keinsafan, keadaan mengerti, hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang. Kesadaran hukum dapat berarti adanya keinsyafan, keadaan seseorang yang mengerti betul apa itu hukum, fungsi dan peranan hukum bagi dirinya dan masyarakat sekelilingnya.

Kesadaran hukum itu berarti juga kesadaran tentang hukum, kesadaran bahwa hukum merupakan perlindungan kepentingan manusia yang menyadari bahwa manusia mempunyai banyak kepentingan yang memerlukan perlindungan hukum.<sup>17</sup>

Kesadaran hukum perlu dibedakan dari perasaan hukum. Kalau perasaan hukum itu merupakan penilaian yang timbul secara serta merta (spontan) maka kesadaran hukum merupakan penilaian yang secara tidak langsung diterima dengan jalan pemikiran secara rasional dan berargumentasi. Sering kesadaran hukum itu dirumuskan sebagai resultante dari perasaan-perasaan hukum di dalam masyarakat.

Jadi kesadaran hukum tidak lain merupakan pandangan-pandangan yang hidup dalam masyarakat tentang apa hukum itu. Pandangan-pandangan hidup dalam masyarakat bukanlah semata-mata hanya merupakan produk dari pertimbangan-pertimbangan menurut akal saja, akan tetapi berkembang di bawah pengaruh beberapa faktor seperti agama, ekonomi, politik dan lain sebagainya.

Akhir-akhir ini banyak dipermasalahakan tentang merosotnya kesadaran hukum. Pandangan mengenai merosotnya kesadaran hukum disebabkan karena terjadi pelanggaran-pelanggaran hukum dan ketidakpatuhan hukum. Kalau kita mengikuti berita-berita dalam surat kabar, maka boleh dikatakan tidak ada hati lewat dimana tidak dimuat berita tentang terjadinya pelanggaran-pelanggaran hukum. Berita-berita tentang penipuan, penjabretan, penodongan, pembunuhan, korupsi, kredit macet, manipulasi dan sebagainya setiap hari dapat kita baca dalam surat kabar. Yang menyedihkan ialah bahwa tidak sedikit orang yang seharusnya menjadi

<sup>16</sup> Sudikno Mertokusumo, 1981. Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat, Edisi Pertama, (Yogyakarta : Liberti. Halaman 3

<sup>17</sup> ibid

panutan, orang yang tahu hukum melakukannya, baik ia petugas penegak hukum atau bukan. Yang mencemaskan ialah bahwa meningkatnya kriminalitas bukan hanya dalam kuantitas dan volumenya saja, tetapi juga dalam kualitas atau intensitas serta jensinya. Tidak hanya pelanggaran hukum atau ketidakpatuhan hukum saja yang terjadi tetapi juga penyalahgunaan hak dan/atau wewenang.

Akibat peristiwa-peristiwa tersebut di atas dapatlah dikatakan secara umum bahwa kesadaran hukum masyarakat dewasa ini menurun. Pada hakekatnya kesadaran hukum itu tidak hanya berhubungan dengan hukum tertulis. Tetapi dalam kaitannya dengan kepatuhan hukum, maka kesadaran hukum itu timbul dalam proses penerapan hukum positif tertulis. Kesadaran hukum berkaitan dengan kepatuhan hukum, hal yang membedakannya yaitu dalam kepatuhan hukum ada rasa takut akan sanksi.

Dalam konteks kesadaran hukum maka tidak ada sanksi didalamnya, hal ini merupakan perumusan dari kalangan hukum mengenai penilaian tersebut, yang telah dilakukan secara ilmiah, nilai nilai yang terdapat dalam manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan ada. Menurut Soerjono Soekanto ada empat indikator kesadaran hukum, yaitu :<sup>18</sup>

1. *Pengetahuan hukum*; seseorang mengetahui bahwa perilaku-perilaku tertentu itu telah diatur oleh hukum. Peraturan hukum yang dimaksud disini adalah hukum tertulis maupun hukum yang tidak tertulis. Perilaku tersebut menyangkut perilaku yang dilarang oleh hukum maupun perilaku yang diperbolehkan oleh hukum.
2. *Pemahaman hukum*; seseorang warga masyarakat mempunyai pengetahuan dan pemahaman mengenai aturan-aturan tertentu, misalnya adanya pengetahuan dan pemahaman yang benar dari masyarakat tentang hakikat dan arti pentingnya UU No. 1 Tahun 1974 tentang perkawinan.
3. *Sikap hukum*; seseorang mempunyai kecenderungan untuk mengadakan penilaian tertentu terhadap hukum.
4. *Pola perilaku hukum*; dimana seseorang atau dalam suatu masyarakat warganya mematuhi peraturan yang berlaku

Faktor kesadaran hukum masyarakat dapat mempengaruhi terhadap efektivitas izin reklame yang dipasang di Kota Makassar, karena dalam hal pemasangan iklan sangat sulit untuk pemerintah mengawasi izin-izin pemasangan iklan di Kota Makassar, untuk itu diperlukan adanya kesadaran hukum dari masyarakat untuk kemudian melaporkan segala hal iklan/reklame yang akan dipasang agar dapat tertib hukum dan sadar membayar pajak.

#### D. Kesimpulan

Blum Efektivitas izin usaha pemasangan reklame di Kota Makassar dikarenakan masih banyak penyelenggara yang tidak tertib dalam melaporkan izin pemasangan iklannya di Kota Makassar. Disamping itu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas izin usaha periklanan yang dipasang di Kota Makassar yang pertama yaitu faktor substansi hukum, faktor struktur hukum, dan faktor kesadaran hukum, yaitu dapat dirumuskan sebagai kesadaran yang ada pada setiap masyarakat tentang apa hukum itu atau untuk apa hukum itu.

#### Referensi

- Anisah Daeng Tarring, 2018. Efektivitas Izin Pemasangan Reklame di Kota Makassar. Skripsi tidak diterbitkan. Parepare: Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia. Makassar.
- Arisman, S. (2016). Analisis pengelolaan pajak bumi dan bangunan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah di kabupaten Takalar (Doctoral dissertation).
- Dinas Pendapatan Daerah Kota Makassar diakses dari <http://Makassarkota.go.id/11-dinas-dinas-pendapatan-daerah.html>, pada tanggal 15 Desember 2017 pukul 11.02 Wita
- Kota Makassar diakses dari: [https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Makassar](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Makassar), pada tanggal 15 Desember 2017 pukul 10.47 WITA.
- Nawi, S. (2014). Penelitian Hukum Normatif Versus Penelitian Hukum Empiris. Umitoha Ukhuwah Grafika, Makassar.
- Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 27 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
- Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 3 tahun 2010 tentang Pajak Daerah Kota Makassar.

<sup>18</sup> Op. cit. Soerjono halaman 21

- Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 40 tahun 2015 tentang Penetapan Nilai Sewa Reklame;
- Peraturan Pemerintah Nomor 91 Tahun 2010 tentang Jenis Pajak Daerah Yang Dipungut Berdasarkan Penetapan Kepala Daerah Atau Dibayar Sendiri Oleh Wajib Pajak;
- Soerjono Soekanto, 2008. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Subekti, 1989. Pokok-Pokok Hukum Perdata, Cetakan XXII, Intermasa, Jakarta.
- Surat Edaran Direktur Jendral Pajak Nomor 10/Pj.3/1998 Tanggal 15 Juni 1998 Tentang Perlakuan Perpajakan Perusahaan Periklanan.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Perpajakan;
- Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah;
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Peubahan Ketiga Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1989 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah

**Conflict of Interest Statement:**

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © 2022 Litigasi. All rightsreserved.