

PERAN SATUAN POLISI PAMONG PRAJA PADA PENERTIBAN REKLAME DI KOTA SURABAYA

Angelika Putri Britniantini¹, Ananta Prathama²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Correspondent author: angelbritni14@gmail.com

Surabaya, 60222, Jawa Timur, Indonesia

Abstract

This study aims to examine and describe the role of the Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya (SATPOL PP) in the Enforcement of Advertising in Surabaya City. The research method uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results of the research are that the role of the Surabaya City Civil Service Police Unit in controlling advertising is considered quite good, especially in implementing policies, implementing human resources, and coordinating with related agencies. However, there are still deficiencies in providing facilities and infrastructure for dismantling and coordinating with billboard owners. An active role is needed from the Government and Civil Service Police Units to improve facilities and coordination, as well as carry out more effective outreach regarding advertising regulations.

Keywords: Advertising Control; Role; Satpol PP

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mendeskripsikan mengenai peran Satuan Polisi Pamong Praja (SATPOL PP) pada Penertiban Reklame di Kota Surabaya. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam penertiban reklame dinilai cukup baik, terutama dalam implementasi kebijakan, pelaksanaan sumber daya manusia, dan koordinasi dengan instansi terkait. Namun, masih terdapat kekurangan dalam penyediaan sarana dan prasarana untuk pemongkaran serta koordinasi dengan pemilik reklame. Diperlukan peran aktif Pemerintah dan Satuan Polisi Pamong Praja untuk meningkatkan fasilitas dan koordinasi, serta melakukan sosialisasi lebih efektif terkait peraturan reklame.

Kata Kunci: Peran; Penertiban Reklame; SATPOL PP

Open Access at: <https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/index>

Journal Publicuho is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

Otonomi daerah yang diatur dalam (Undang-Undang No 32 Tahun 2004) merupakan peraturan yang dibentuk untuk memberi kesempatan kepada Pemerintah Daerah dalam mengatur dan mengurus urusan pemerintahannya untuk kepentingan masyarakat, dengan tujuan meningkatkan pemerataan pembangunan, kesejahteraan rakyat, dan pelayanan publik. Pemerintah daerah juga mengeluarkan peraturan daerah yang bertujuan untuk memelihara ketentraman dan ketertiban umum. Ketertiban umum merupakan suatu keadaan atau suasana yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan kegiatan dengan tertib, teratur, nyaman, dan aman. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan untuk mengatasi pelanggaran-pelanggaran yang dapat mengganggu ketertiban umum tersebut

agar masyarakat dapat merasa aman dan nyaman dalam melakukan kegiatan sehari-hari (Daulay and Rusli 2022).

Sejalan dengan upaya memberi rasa aman dan nyaman dengan melakukan kegiatan penertiban, ini menjadi tugas dan tanggung jawab dari Satuan Polisi Pamong Praja untuk membantu menegakkan Perda dan Perkada, yang disusun dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 87 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya.

Salah satu permasalahan yang dihadapi Pemerintah Kota Surabaya terkait ketertiban umum adalah fenomena reklame (Anon 2023). Mengingat modern ini kompleksitas kegiatan perdagangan barang dan jasa menghasilkan persaingan promosi yang semakin ketat, maka kebutuhan akan media promosi menjadi sangat penting. Reklame berperan penting sebagai sumber informasi bagi masyarakat mengenai produk barang atau jasa yang mereka butuhkan untuk kehidupan sehari-hari (Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Reklame 2019). Namun akan menjadi sebuah masalah ketika reklame tersebut mengganggu kenyamanan masyarakat dan menurunkan kualitas estetika lingkungan. Sehingga dibutuhkan peran pemerintah dalam mengatur jumlah dan tatanan reklame agar tidak mengganggu masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan data pelanggaran reklame yang diperoleh dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya, jumlah pelanggaran reklame dari tahun 2019 hingga 2021 mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019, jumlah pelanggaran reklame mencapai 3.461, tahun 2020 jumlah pelanggaran reklame turun menjadi 2.936, kemudian pada tahun 2021 jumlah pelanggaran reklame naik menjadi 3.751. Jumlah pelanggaran reklame yang meningkat ini bisa dari berbagai kasus seperti reklame tidak memiliki izin, reklame liar, dan penataan reklame yang tidak sesuai dengan Peraturan Daerah. Sedangkan jika mengacu pada data yang dibongkar oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dari tahun 2019 hingga 2021 juga mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019 jumlah reklame yang dibongkar mencapai 1.237, tahun 2020 mencapai 1054, dan tahun 2021 mencapai 1.199. Namun jika mengacu pada jumlah reklame yang tidak dapat di bongkar, pada tahun 2019 hingga 2021 mengalami kenaikan yang sangat drastis. Pada tahun 2019 reklame yang tidak dapat di bongkar mencapai 3 reklame, tahun 2020 mencapai 2 reklame, dan tahun 2021 mencapai 470 reklame. Berdasarkan data tersebut maka dipertanyakan mengenai peran serta hambatan yang dialami oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam upaya penertiban reklame.

Menurut Jones dalam (Mahsun 2006) , terdapat tiga peran utama dari sektor publik meliputi *Regulatory Role* (Perencana Kebijakan), *Enabling Role* (Pelaksana Kebijakan), dan *Direct Provision of Goods and Service* (Pengawasan Kebijakan), yang mana melalui ketiga peran ini sektor publik merupakan pemerintah diberi kekuasaan untuk mensejahterakan

masyarakat dan memberi rasa aman melalui regulasi atau kebijakan yang telah dibentuk. Dalam hal ini SATPOL PP diberi kewenangan untuk menjalankan perannya sesuai kebijakan yang berlaku dalam upaya penertiban reklame dan menciptakan kenyamanan, serta melakukan pengawasan terhadap implementasi kebijakan sehingga tidak merugikan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peran Satuan Polisi Pamong Praja pada penertiban reklame di Kota Surabaya menjadi hal yang menarik untuk di kaji. Untuk itu, pada penelitian ini akan mengetahui dan mendeskripsikan peran Satuan Polisi Pamong Praja pada penertiban reklame di Kota Surabaya.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yakni berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian berada di Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya karena dianggap sesuai dengan topik permasalahan yang dibahas. Beberapa sumber data yang diperoleh yakni data primer dan data sekunder, yang mana data primer diperoleh langsung di lapangan melalui sumber pertama atau informan. Sedangkan sumber data sekunder penulis peroleh dari berbagai dokumentasi seperti laporan, arsip maupun foto, jurnal, skripsi, buku, Peraturan Perundang-Undangan, serta media elektronik. Teknik analisis data yang penulis gunakan mengacu pada teori (Miles and Huberman 2018) yang terdiri dari kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Fokus pada penelitian penulis mengacu pada teori peran dari Jones dalam (Mahsun 2006) yakni:

1. Pelaksana Kebijakan

Sasaran kajian meliputi Pelaksanaan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang mengkaji tentang dasar hukum dalam menjalankan penertiban reklame; Pelaksanaan Sumber Daya dengan mendeskripsikan pembagian tugas SDM dan sarana prasarana dalam penertiban reklame; Pelaksanaan Penertiban dengan mendeskripsikan peran yang dilakukan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam melakukan penertiban; Koordinasi Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya Dengan Beberapa pihak.

2. Pengawasan Kebijakan

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan peran Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam melakukan evaluasi dan memantau hasil kegiatan penertiban reklame yang telah dilaksanakan.

Adapun informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling*, karena dianggap sesuai dan dapat memberikan informasi yang diperlukan. Adapun informan tersebut diantaranya :

1. Yudhistira, S.H selaku Kepala Bidang Penegakan Peraturan Daerah Satuan Polisi Kota Surabaya (*key informan*).
2. Agnis Juistiyas, S.H., M.Kn sebagai Sub Koordinator Penindakan Reklame
3. Febio Karina, S.H selaku admin pengelola penertiban reklame
4. Luhur Pribadi, S.H selaku Admin Umum Penegakan Peraturan Daerah di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya yang kemudian disingkat SATPOL PP merupakan unsur penunjang Pemerintah Daerah sekaligus unsur pelaksana pemerintahan di bidang ketertiban umum. Adapun susunan tugas dan fungsinya tertuang dalam Peraturan Walikota Kota Surabaya No. 87 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya. Berdasarkan peraturan tersebut, tugas Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya adalah menjalankan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan, dengan salah satu fungsinya yakni sebagai pelaksana operasi penertiban atas pelanggaran ketertiban umum dan masyarakat.

Salah satu bentuk pelanggaran ketertiban umum yang didapati dan menjadi tanggung jawab Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam melakukan penertiban yakni mengenai reklame. Mengingat saat ini reklame dijadikan sebagai alat untuk mempromosikan suatu bisnis baik barang maupun jasa, maka berpotensi untuk terpasangnya berbagai bentuk dan macam reklame. Hal ini akan mengganggu kenyamanan masyarakat dan menurunkan kualitas estetika lingkungan. Saat ini banyak beredar reklame yang tidak sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku, sehingga berdampak pada keindahan tata ruang kota dan mengganggu estetika kota.

Terpasangnya reklame sejatinya membutuhkan izin resmi dari pemerintah. Pemilik usaha wajib mengajukan permohonan perizinan penyelenggaraan reklame. Karena hal ini tidak dijalankan, maka muncul-lah reklame-reklame liar yang terpasang. Ini menjadi salah satu bentuk pelanggaran yang harus ditertibkan. Reklame yang resmi yakni memiliki izin resmi dari pemerintah, akan memiliki masa sewa di jangka waktu tertentu. Namun berdasarkan penelitian penulis di lapangan, masih didapati berbagai reklame yang terpasang namun masa sewa telah berakhir. Fenomena ini menjadi salah satu pelanggaran yang juga harus ditertibkan.

Pada pelaksanaan penertiban reklame, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya memiliki dua peran penting yang peneliti kaji berdasarkan teori Jones dalam Mahsun (2006) yakni sebagai Pelaksana Kebijakan dan Pengawas Kebijakan.

PELAKSANA KEBIJAKAN (ENABLING ROLE)

Standar Operasional Prosedur (SOP)

Ketetapan Standar Operasional Prosedur (SOP) diatur berdasarkan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 87 Tahun 2021 dan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2019. Dalam menjalankan penertiban reklame, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya bergerak berdasarkan surat permohonan bantuan penertiban dari Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya. Kemudian Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya mengeluarkan dan mengirimkan surat peringatan kepada Badan Usaha atau Pemilik Usaha atau Wajib Pajak yang melakukan pelanggaran reklame. Jika wajib pajak atau pelanggar tidak mengindahkan surat peringatan tersebut, maka Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya berhak melakukan tinjau lokasi untuk memberi peringatan bagi pelanggar. Untuk itu, ditinjau dari segi SOP, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya telah menjalankan perannya berdasarkan Standar Operasional Prosedur yang berlaku.

Pelaksana Sumber Daya

Sumber Daya yang digunakan pada penertiban reklame yakni Sumber Daya Manusia (SDM) serta sarana dan prasarana. Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan bahwa Sumber Daya Manusia yakni personel dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya telah tersedia dan telah dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan penertiban. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Agnis bahwasannya Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya selaku sumber daya manusia telah menjalankan perannya baik melalui patroli, pemantauan, serta tindakan pembongkaran terhadap reklame yang tidak taat aturan. Namun ditinjau dari segi sumber daya sarana dan prasarana, berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan, bahwa masih terdapat kekurangan penyediaan sarana dan prasarana dalam melakukan penertiban. Didukung dengan hasil wawancara peneliti bersama Ibu Febio Karina bahwa Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya kesulitan untuk menertibkan reklame yang berada pada gedung-gedung tinggi disebabkan oleh sarana dan prasarana yang tidak memadai, sehingga menghambat prose spenertiban reklame yang berada pada gedung-gedung tinggi.

Pelaksanaan Jadwal Kegiatan Penertiban Reklame

Jadwal kegiatan penertiban reklame dapat diakses melalui Aplikasi Sistem Reklame, yang mana aplikasi ini hanya bisa diakses oleh Dinas Pendapatan Daerah Kota Surabaya selaku penerbit izin mendirikan reklame, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya selaku pelaksana penertiban. Dalam melaksanakan penertiban reklame, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya mengacu pada jadwal yang tertera pada aplikasi tersebut, yang dijadwalkan oleh Dinas Pendapatan Daerah. Jadi, tidak semena-mena SATPOL PP melakukan penertiban. Berdasarkan hasil temuan peneliti di lapangan bahwa peran SATPOL PP dalam melaksanakan penertiban reklame ditinjau dari jadwal kegiatan, telah

terlaksana dengan baik. SATPOL PP bertindak sesuai jadwal yang telah di-update pada Aplikasi Sistem Reklame.

Koordinasi Penegakan Perda dengan Instansi Terkait dalam Pelaksanaan Penertiban Reklame

Ditinjau dari segi koordinasi dalam menjalankan penertiban reklame, SATPOL PP melakukan koordinasi dengan Bapenda Kota Surabaya dan Pemilik Reklame. Secara khusus, SATPOL PP juga membentuk Tim yang disebut Tim Cakra. Koordinasi yang dilakukan Tim Cakra meliputi pengawasan, kegiatan sosialisasi peraturan reklame kepada masyarakat, melakukan penertiban, menghimpun dokumentasi, melakukan pemotongan, dan pembongkaran reklame. Dalam menjalankan koordinasi, juga kerap kali dilakukan rapat dan pengurusan barang hasil penertiban.

Selanjutnya, koordinasi SATPOL PP dengan Bapenda Kota Surabaya dilakukan melalui surat bantuan penertiban yang menjadi alat komunikasi. Berdasarkan surat permohonan bantuan Bapenda kepada SATPOL PP, maka akan membentuk komunikasi untuk menentukan jadwal pelaksanaan penertiban, pembagian tugas, sarana dan prasarana yang dibutuhkan, serta memastikan keselamatan dari tim lapangan.

Kemudian koordinasi antara SATPOL PP dengan Pemilik Reklame. Koordinasi ini belum berhasil dijalankan, dibuktikan dengan masih ada pemilik reklame yang enggan untuk membayar sewa dan menolak pembongkaran reklame. Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, keengganannya pemilik reklame membayar dan menolak pembongkaran reklame disebabkan oleh ketidakpahaman mereka tentang peraturan reklame. Untuk itu dibutuhkan peran pemerintah khususnya SATPOL PP dalam menjangkau masyarakat dengan melakukan sosialisasi terhadap penertiban reklame.

PENGAWASAN KEBIJAKAN (DIRECT PROVISION OF GOODS AND SERVICE)

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya sebagai pengawas kebijakan menjalankan perannya dengan memantau reklame khususnya pada Tim Penegakan Peraturan Daerah yang dibagi berdasarkan wilayah pengawasan, serta pemantauan melalui sistem reklame dengan memantau informasi reklame mencakup persil, jenis reklame, dan status perizinan.

Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam menjalankan peran pengawas kebijakan melakukan pengawasan setiap hari dan memiliki prioritas tersendiri untuk melakukan penertiban. Suatu reklame menjadi prioritas dalam penertiban yakni ketika reklame tersebut bersifat penting dan berpotensi mengganggu ketertiban dan ketentraman masyarakat.

Dengan demikian dapat dimaknai bahwa pelaksanaan pengawasan kebijakan pada penertiban reklame dilakukan melalui pengawasan langsung dan tidak langsung.

Pengawasan langsung dilakukan melalui pemantauan reklame, terutama oleh Tim Gakda yang melakukan pembagian wilayah pengawasan, serta pengawasan tidak langsung dilakukan melalui pemantauan aplikasi sistem reklame yang dapat diakses oleh admin reklame.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, diperoleh kesimpulan bahwa peran Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam penertiban reklame sudah berjalan cukup baik. Ditinjau dari pelaksanaan kebijakan melalui SOP, Pelaksana Sumber Daya Manusia, Pelaksana Jadwal Kegiatan Penertiban, dan Koordinasi dengan instansi terkait, sudah berjalan dengan baik. Namun ditinjau dari penyediaan sarana dan prasarana sebagai fasilitas dalam melakukan pemongkaran, belum memadai. Begitupun dengan koordinasi yang dibangun antara Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dengan pemilik reklame yang belum terjalin dengan baik. Untuk itu dibutuhkan peran Pemerintah dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya dalam memaksimalkan penyediaan sarana dan prasarana untuk membantu penertiban reklame, serta meningkatkan kegiatan sosialisais kepada masyarakat dan pelaku usaha terkait peraturan reklame. Sehingga kedepannya, masyarakat taat dalam membayar sewa reklame dan meminimalisir gangguan ketertiban umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pendapatan Daerah Kota Surabaya. 2023. "Bapenda Surabaya." Retrieved February 15, 2023 (<https://bpkpd.surabaya.go.id/>).
- Daulay, Viola Fitriani Br., and Zaili Rusli. 2022. "Penertiban Reklame Di Kota Pekanbaru." 5(1):815–32.
- Mahsun, Mohamad. 2006. "Pengukuran Kinerja Sektor Publik." *Yogyakarta: BPFE*.
- Miles, Huberman, and A. Michael Huberman. 2018. "Saldana.(2014)." *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* 3.
- Pemerintah Walikota Surabaya. 2021. "Peraturan Walikota Surabaya Nomor 87 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya." 1–16.
- Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Reklame. 2019. "PERATURAN DAERAH KOTA SURABAYA NOMOR 5 TAHUN 2019 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME." 34.
- Undang-Undang No 32 Tahun 2004, Tentang Pemerintah Daerah. 2004. "Undang-Undang No 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah." *Dpr* 249.