

**TANGGUNG JAWAB PEMERINTAH
DAERAH TERHADAP PEMASANGAN
MEDIA IKLAN BERDASARKAN
PERATURAN DAERAH KOTA MANADO
NOMOR 11 TAHUN 2012 TENTANG TATA
LETAK PENEMPATAN REKLAME¹**

Oleh :

Natalia Grasiella Wangka²

Josepus J. Pinori³

Grace M. F. Karwur⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penganturan terhadap pemasangan media iklan menurut Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Penempatan Reklame dan untuk mengetahui dan menganalisis pengawasan serta sanksi dari pemerintah terhadap pemasangan media iklan tanpa izin. Metode yang digunakan adalah penelitian normatif, dengan kesimpulan yaitu: 1. Setiap daerah memiliki peraturan yang lebih spesifik dalam mengatur pemasangan media iklan. Pemerintah daerah memiliki kewenangan dan tanggung jawab dalam mengatur pola penyebaran perletakan media iklan untuk menjaga ketertiban umum, estetika, kebersihan hingga keamanan masyarakat. Pemerintah daerah juga bertugas menyusun perencanaan dan zonasi pemasangan media iklan, mengeluarkan surat izin pemasangan dan melakukan tanggung jawab hukum terhadap pemasangan media iklan mencakup sanksi administrasi dan pidana bagi penyelenggara media iklan yang melanggar ketentuan yang berlaku. Untuk itu penegakan hukum yang efektif diperlukan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan menjaga kualitas lingkungan perkotaan. 2. Pemerintah daerah memiliki tanggung jawab dalam melakukan pengawasan dan menertibkan media iklan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Pengawasan dilakukan melalui pemantauan terhadap lokasi pemasangan reklame, verifikasi ijin dan kepatuhan terhadap pajak daerah. Sanksi yang di terapkan terhadap pemasangan media iklan tanpa izin meliputi tindakan administratif seperti pembongkaran reklame, pencabutan izin, serta denda atau hukuman kurungan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kata Kunci : pemasangan media iklan, kota manado

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media lini bawah merupakan media pendukung kegiatan periklanan di media utama dalam bentuk brosur, spanduk, flyer, neon box, dan semua bentuk media yang memungkinkan dapat digunakan untuk menyampaikan pesan periklanan dalam bentuk headline, tagline, brandname, logotype, maupun slogan kepada konsumen. Semua bentuk media periklanan ini mengalami pasang surutnya seiring dengan dinamika yang terjadi di masyarakat. Perkembangan teknologi, ekonomi, sosial politik, serta kebijakan pemerintah dalam hal industri dan komunikasi sangat mempengaruhi ketidakstabilan penggunaan berbagai media periklanan tersebut.⁵

Pendirian papan reklame, baliho maupun spanduk-spanduk iklan di jalan raya, seringkali menyampaikan informasi penting yang dapat mempengaruhi pandangan masyarakat. Informasi yang akan disampaikan tersebut merupakan sebuah pesan yang tersirat, promosi iklan ataupun memberitahukan sesuatu yang sifatnya diketahui oleh masyarakat. Baliho merupakan salah satu alat media promosi yang paling sering dijumpai di bahu jalan dan sering dilewati oleh kendaraan.⁶

Media iklan merupakan komunikasi yang memiliki banyak cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, terutama di kota-kota besar khususnya di Kota Manado. Media iklan sejak dahulu sudah menjadi layanan yang penting untuk membujuk masyarakat supaya tertarik kepada barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Dalam manifestasinya juga sangat beragam, media iklan banyak dijumpai dalam bentuk billboard di sepanjang jalan, di Gedung-gedung ataupun di pohon-pohon. Sebagai media komunikasi komersial, iklan digunakan oleh produsen untuk menyampaikan pesan kepada calon konsumen.⁷

Pasal 9 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame, Walikota sebagai salah satu wujud Pemerintah Daerah Kota memiliki wewenang mengendalikan dan menata media iklan atau reklame ini serta mengatur setiap penyelenggaraan atau peletakannya dalam suatu

⁵ Ibid. Hlm 202.

⁶ Syahena Agastya Astari. *Implementasi PP No. 16 Tahun 2018 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja (Studi Penegakan Peraturan Walikota Magelang No. 28 Tahun 2009 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame Dalam Mewujudkan Ketertiban umum)*. Magelang: Universitas Muhamadiyah. 2020. Hlm 1.

⁷ Muna Tiarizul. *Analisis Iklan Rokok Sampoerna A MILD Pada Spanduk Versi "Bukan Main" Dalam Unsur Pesan Sosial*. Aceh: 2024. Hlm 1.

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 210711010760

³ Dosen Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Dosen Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

komposisi yang tertib dan rapi pada lokasi, panggung reklame atau sarana lain.⁸

Pasal 1 ayat (25) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame:

“Baliho adalah media promosi luar ruang yang digunakan untuk memberikan informasi/promosi jangka pendek mengenai acara (event) tertentu dan produk baru atau kegiatan yang bersifat insidental dengan konstruksi yang semi permanen”.⁹

Media iklan dalam bentuk *neon box*, *billboard*, baliho dan poster banyak kita temukan ketika menjelang pemilihan umum setiap 4 tahun sekali ada banyak alat peraga kampanye yang bertebaran dalam bentuk baliho. Baliho-baliho tersebut telah melanggar aturan pemasangan, karena kerap kali di Kota Manado ini banyak baliho bertebaran di area yang tidak seharusnya bahkan ada baliho yang terpasang di tiang listrik dan dipohon.¹⁰ Namun berdasarkan Pasal 60 Undang-Undang Nomor 1 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang dikecualikan dari pajak reklame adalah reklame calon legislatif karena tidak memuat iklan komersial dan tidak dapat dipungut pajak reklame.¹¹

Pemasangan media iklan yang dilakukan dengan cara dipaku pada pohon-pohon di area publik telah melanggar aturan lingkungan yang ada. Tindakan ini tidak hanya merusak estetika lingkungan, tetapi juga dapat mengakibatkan kerusakan pada pohon yang dapat mengganggu pertumbuhannya dan mengancam keberlangsungan ekosistem di sekitarnya. Selain itu, pemasangan tanpa izin resmi menunjukkan kurangnya kesadaran akan pentingnya menjaga keseimbangan alam, serta berpotensi menciptakan risiko tidak baik pada pohon-pohon tersebut. Keberadaan media iklan ini juga dapat menurunkan kesadaran masyarakat tentang perlunya perlindungan lingkungan.¹²

Pengaturan media iklan juga menyangkut beberapa hal seperti konsep tata ruang kota, agar dapat menciptakan keteraturan, serta keindahan

dalam penyelenggaraannya, Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame juga memberikan pengaturan terkait pengelolaan, penyebaran, penempatan titik lokasi dan prosedur pengajuan izin dalam pemasangan suatu reklame. Adapun penataan tata letak reklame bertujuan untuk mewujudkan penataan kota yang terarah dan terkendali, volume/kualitas dalam lingkungan yang tidak berlebihan, lokasi yang sesuai dengan tata kota, dimensi skala atau besaran ruang dan masa bangunan dalam lingkungan yang proporsional, penataan yang mempengaruhi penampilan lingkungan kota serta penentuan bentuk visual yang mempengaruhi keteraturan lingkungan.¹³ Dalam konteks pemasangannya, keberadaan media iklan atau reklame harus memperhatikan regulasi yang berlaku agar tidak melanggar ketentuan hukum. Berdasarkan Pasal 19 huruf n Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2019 tentang Ketentraman dan Ketertiban Umum: “Dalam rangka mewujudkan ketentraman dan ketertiban lingkungan, setiap orang dilarang: memasang media iklan di pohon, tiang listrik, tiang telepon, dan pagar”.

Larangan ini bertujuan untuk menjaga keindahan dan ketertiban ruang publik, sekaligus melindungi lingkungan dari dampak negatif yang ditimbulkan oleh pemasangan media iklan yang tidak teratur.¹⁴ Pepohonan di perkotaan sering kali terabaikan dalam hal perlindungan dan perawatan, padahal peran pohon sangat penting bagi kehidupan manusia. Di banyak tempat di Kota Manado sebagai Ibu Kota Provinsi Sulawesi Utara, pohon yang tumbuh di pinggir jalan atau taman justru menjadi objek yang digunakan untuk memasang baliho, iklan perusahaan, bahkan tempat untuk menggantung sampah. Kondisi ini mengundang perhatian Badan Pengurus Kelompok (BPKel) Oi Hidup Manado. Mereka merasa prihatin dengan perlakuan terhadap pohon-pohon di Kota Manado dan menganggap masyarakat belum sepenuhnya memahami pentingnya keberadaan pohon dalam mendukung kehidupan yang sehat dan berkelanjutan. Arief Santoso sebagai anggota BPKel Oi Hidup Manado mengatakan dari delapan pohon yang mereka periksa, mereka berhasil mengumpulkan sebanyak 113 paku yang tercantap di pohon.¹⁵

⁸ Pasal 9 Ayat (1) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

⁹ *Ibid.* Pasal 1 ayat (25).

¹⁰ Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

¹¹ Choirul Rizal.
https://djpk.kemenkeu.go.id/?epkb_post_type_1=reklame-caleg-apakah-dapat-di-pungut-dengan-pajak-reklame. Diakses pada 28 Maret 2025.

¹² Fistel Mukuan.
<https://manado.tribunnews.com/2023/12/06/baliho-caleg-terpasang-di-pohon-bawaslu-minut-larang-ini-alasannya>. Diakses 24 Oktober 2024.

¹³ Siswanto Sunarno. *Hukum Pemerintahan Daerah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. 2012. Hlm 15.

¹⁴ Pasal 19 huruf n Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Ketentraman dan Ketertiban Umum.

¹⁵ Rizali Posumah.
<https://manado.tribunnews.com/2025/01/12/pepohonan-di-kota-manado-sering-dijadikan-tempat-untuk-memasang-baliho-potensi-merusak-lingkungan?page=2>. Diakses pada 28 Maret 2025.

Pemerintah daerah sebagai bentuk dari tanggung jawab telah melakukan penertiban dan pembongkaran media iklan tersebut, namun kenyataannya jumlah yang bertebaran di area kota justru semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan dalam pengawasan dan penegakan hukum yang efektif. Banyak faktor yang mempengaruhi situasi ini, seperti kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya regulasi, serta minimnya sumber daya untuk melakukan pengawasan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menciptakan kesadaran dan meminimalkan pemasangan media iklan secara ilegal, demi menjaga keteraturan dan estetika kota.¹⁶ Selain dari pada tanggung jawab yang dilakukan oleh pemerintah, diperlukan pendidikan publik yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman tentang dampak negatif pemasangan iklan ilegal serta penguatan kerja sama dengan komunitas lokal dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap kebersihan serta keindahan kota.

Pemasangan reklame di jalan umum diperbolehkan oleh pemerintah sepanjang tidak mengganggu masyarakat bertransportasi, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Jalan yaitu jalan umum adalah jalan yang diperuntukan bagi lalu lintas umum¹⁷. Adapun titik lokasi penempatan reklame yang masih banyak terjadi penyimpangan di Kota Manado yaitu pada sepanjang pohon yang ada pada Taman Tikala Manado, sepanjang jalan Lapangan Koni Manado dan pada area Universitas Sam Ratulangi. Jenis reklame juga sangat beragam dari iklan dalam negeri sampai iklan luar negeri.¹⁸

Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame memiliki tujuan utama untuk menciptakan keteraturan, keselamatan, dan keindahan lingkungan kota melalui pengaturan penempatan reklame yang terintegrasi dengan rencana tata ruang wilayah. Peraturan daerah ini bertujuan agar pemasangan reklame tidak menimbulkan gangguan visual, mengganggu keselamatan pengguna jalan, maupun merusak

estetika kota. Selain itu, peraturan daerah ini juga memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha serta menjadi instrumen untuk meningkatkan pendapatan daerah melalui pengelolaan pajak atau retribusi reklame secara tertib dan sah.¹⁹

Pemerintah Daerah Kota Manado memiliki tanggung jawab untuk mengatur, mengawasi, dan menegakkan aturan terkait tata kota. Pemerintah memiliki kewajiban untuk melindungi kepentingan umum, menjaga keselamatan warga, serta menata ruang kota agar nyaman dan layak huni. Selain itu, pemerintah juga bertugas memastikan bahwa setiap kegiatan pemasangan reklame sesuai dengan regulasi, tidak merusak fasilitas publik, dan tidak bertentangan dengan nilai estetika kota. Dengan demikian, keberadaan peraturan ini menunjukkan peran aktif pemerintah dalam menciptakan lingkungan kota yang tertib, aman, dan berkelanjutan.²⁰

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan terhadap pemasangan media iklan menurut Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame?
2. Bagaimana pengawasan serta sanksi dari pemerintah terhadap pemasangan media iklan tanpa izin?

C. Metode Penelitian

Dalam penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif.

PEMBAHASAN

A. Pengaturan Terhadap Pemasangan Media Iklan Menurut Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame

Meningkatnya persaingan dalam peraturan daerah dagang, memacu munculnya *private sign* atau objek pribadi yaitu pesan-pesan komersial berupa reklame. Reklame merupakan suatu objek yang digunakan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan dalam rangka mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat. Perusahaan yang menggunakan reklame untuk mengenalkan barang produksinya kepada masyarakat harus bisa memperhatikan keindahan agar dalam menarik minat masyarakat. Lokasi pemasangan reklame merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh para pengusaha, karena hal tersebut akan mempengaruhi terhadap

¹⁶ Redaksi.

<https://www.megamanado.com/2017/07/18/reklame-tak-berizin-warga-winangun-dua-minta-pemkot-lakukan-pembongkaran/>. Diakses 15 Oktober 2024.

¹⁷ Undang-Undang Nomor 2 tahun 2022 tentang Jalan.

¹⁸ Rizali Posumah.
<https://manado.tribunnews.com/2025/01/12/pepohonan-di-kota-manado-sering-dijadikan-tempat-untuk-memasang-baliho-potensi-merusak-lingkungan>. Diakses 20 Januari 2025.

¹⁹ Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

²⁰ Pasal 23 Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

keberadaannya apakah lokasi pemasangan tersebut strategis sehingga menimbulkan keinginan dan minat masyarakat untuk membacanya. Pemasangan reklame harus melewati beberapa tahap perizinan yang harus dilakukan oleh perusahaan atau pemohon pemasangan reklame tersebut.²¹

Rancangan reklame dibuat semarak agar warga masyarakat tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Bentuk rancangan reklame sangat beragam, diluar kota terlihat *billboard* sepanjang tepi jalan hingga ke dalam kota berupa papan reklame, reklame layar (spanduk) sehingga reklame berbentuk kecil yang ditempelkan pada samping bangunan. Reklame berfungsi sebagai alat komunikasi visual di area perkotaan dengan memanfaatkan tanda-tanda atau *signage*. Pemasangannya tidak hanya dilakukan di bangunan, tetapi juga di ruang terbuka. Berbagai pihak memasang reklame di beragam lokasi dengan tujuan untuk mempromosikan sesuatu. Bentuk reklame bervariasi, termasuk papan tanda, umbul-umbul, logo, dan simbol lainnya yang mencerminkan kepemilikan, status, kelompok, produk, layanan, kesopanan, dan lainnya.²²

Pemasangan reklame dalam berbagai ukuran dan bentuk seringkali memicu kontroversi. Dari perspektif desain kota, penting untuk mengatur ukuran dan kualitas desain reklame agar sesuai, mengurangi dampak visual negatif, serta menghindari kebingungan dan persaingan dengan kebutuhan masyarakat serta tanda lalu lintas. Beberapa kota menjadikan reklame sebagai bagian dari karakter lingkungan dan gaya arsitektur, sementara yang lain membatasi pemasangannya. Pembatasan tersebut biasanya mencakup tujuan, lokasi, ukuran, tinggi, jumlah, dan kecerahan reklame. Jika reklame didefinisikan sebagai benda, alat, atau media dengan berbagai bentuk dan gaya untuk tujuan komersial yang berfungsi untuk memperkenalkan, merekomendasikan, atau menarik perhatian masyarakat, maka jelas bahwa tujuan utama reklame adalah menarik perhatian orang. Dengan demikian, lokasi dengan banyak orang, baik yang menetap maupun yang melintas, akan semakin strategis untuk pemasangan reklame.²³

Pemerintah Daerah dalam rangka menunjang keindahan kota, keamanan dan keselamatan masyarakat berwenang mengendalikan dan menata reklame serta mengatur setiap penyelenggaraan atau peletakan reklame dalam suatu komposisi yang tertib dan rapi pada titik lokasi, panggung reklame atau sarana lain. Penyebaran perletakan reklame di Kota Manado harus memperhatikan etika, estetika, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana detail tata ruang kota terutama pada titik reklame di jalan arteri dan jalan lokal. Pemasangan reklame memiliki prinsip tata letak reklame yaitu; Penyelenggaraan media reklame harus mengutamakan prinsip kepribadian dan budaya bangsa serta tidak bertentangan dengan norma agama, keindahan, kesopanan, ketertiban umum, kesehatan, kesusilaan, keamanan dan lingkungan. Serta Penyelenggaraan bangun-bangunan reklame harus memenuhi aspek keindahan, keserasian, ketertiban dan keselamatan masyarakat serta harus sesuai dengan rencana tata ruang. Reklame juga memiliki tujuan untuk mewujudkan penataan ruang kota yang terarah dan terkendali, volume/kualitas dalam lingkungan yang tidak berlebihan, lokasi yang sesuai dengan tata ruang kota, dimensi skala atau besaran ruang dan massa bangunan dalam lingkungan yang proporsional, penataan yang mempengaruhi penampilan lingkungan kota serta penentuan bentuk visual yang mempengaruhi keteraturan lingkungan. Hingga dalam pemasangannya siapapun juga perlu mempertimbangkan kewajiban yang tertulis yaitu:

1. Penyelenggaraan reklame harus memenuhi persyaratan keindahan, kepribadian dan budaya bangsa serta tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, kesehatan, serta harus sesuai dengan rencana tata ruang kota.
2. Penyelenggara reklame wajib memperbaiki kembali taman, ruang terbuka hijau, bangunan dan lingkungan disekitar tempat pemasangan reklame, apabila ternyata pemasangan reklame dimaksud mengakibatkan kerusakan.
3. Penyelenggara reklame berkewajiban:
 - a. Menempelkan penning atau stiker atau tanda lain yang ditetapkan oleh walikota atau masa berlaku yang dibubuhkan oleh petugas pada reklame yang dipasang.
 - b. Memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk reklame agar selalu dalam kondisi baik.
 - c. Memenuhi persyaratan administratif mengenai status tanah yang digunakan untuk pemasangan reklame.

²¹ *Ibid.* Hlm 22.

²² Retia Kartika Dewi.
<https://www.kompas.com/skola/read/2024/02/05/142528569/10-jenis-reklame-yang-perlu-diketahui>. Di akses pada 16 April 2025.

²³ Muhammad Mujtaba Habibi. *Implementasi Kebijakan Penataan Reklame Di Kota Malang*, (Studi Terhadap Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame). Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. 2014. Hlm 8.

- d. Memenuhi persyaratan teknis sesuai dengan fungsi bangunan media reklame yang meliputi persyaratan tata bangunan dan persyaratan keandalan bangunan sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundangundangan tentang bangunan.
- e. Membongkar reklame beserta bangunan konstruksi segera setelah berakhir izin atau setelah izin dicabut.
- f. Menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan reklame sehingga menimbulkan kerugian pada pihak lain.²⁴

Bentuk ukuran reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame yaitu memperhatikan ketersediaan ruang media reklame serta kesesuaian dengan karakteristik lanskap/lingkungan serta faktor keselamatan. Bentuk dan ukuran reklame ditentukan dalam dimensi yang teratur penempatannya, tidak saling menutup, harmonis dengan lingkungan baik bentuk, tinggi maupun penempatannya yang tidak mengganggu/menutupi objek lainnya, tidak mengganggu aktivitas pejalan kaki dan pengendara, aman/tidak membahayakan bagi lingkungan sekitar media reklame itu berada, mudah dilihat atau dibaca. Media reklame permanen atau temporer, ukuran disesuaikan dengan ruang yang tersedia bagi media reklame hingga bentuk reklame harus mengambil bentuk yang paling mudah dikenali. Ukuran bangunan reklame sebagaimana di atur dalam Undang-Undang ini ditetapkan oleh Walikota atau menunjuk satu dinas yang berkompeten menetapkan.²⁵

Dari sudut pandang pemerintah daerah, kebijakan pemasangan reklame tidak hanya tergantung pada upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) tetapi juga harus mempertimbangkan aspek etika, estetika, dan tata ruang kota. Mengingat konteks ini, Pemerintah Kota Manado sebaiknya mengkategorikan wilayahnya menjadi beberapa jenis untuk kepentingan reklame, setidaknya mencakup empat kategori: bebas, umum, selektif, dan khusus. Pengklasifikasian reklame dapat berbeda di setiap daerah, yang berkaitan dengan pengelolaan dan aturan yang berbeda pula. Sejalan dengan itu, perlu juga diperhatikan aspek keselamatan publik dan infrastruktur, sebagaimana diimbau oleh PLN, yang melarang berbagai aktivitas di dekat jaringan

listrik karena berpotensi membahayakan. Kegiatan tersebut antara lain memasang antenna, reklame, umbul-umbul, atau *neon box* di dekat jaringan listrik. Oleh karena itu, memahami persamaan dan perbedaan antara kelompok media reklame menjadi penting dalam pengelolaan media tersebut.²⁶

Dalam Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame di Kota Manado telah menggariskan mengenai tata letak dan titik pemasangan reklame dengan pola penyebaran perletakan reklame didasarkan pada kawasan pembagian wilayah atau lingkungan kota ke dalam zona-zona pemanfaatan ruang (*zoning*) terdiri dari:

- a. Kawasan umum adalah kawasan umum adalah kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame diluar kawasan khusus baik didalam sarana dan prasarana kota maupun di luar sarana dan prasarana kota.
- b. Kawasan selektif adalah kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame untuk jenis reklame dan titik terpilih baik didalam sarana dan prasarana kota maupun di luar sarana dan prasarana kota.
- c. Kawasan khusus adalah kawasan dengan karakter/ciri tertentu, diperbolehkan kegiatan reklame dengan menempatkan pada bagian bangunan.
- d. Kawasan bebas (*white area*) adalah kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame, meliputi lokasi pemerintahan, lokasi pendidikan, tempat ibadah, rumah sakit, lokasi militer, dalam kawasan depan pasar sampai batas trotoar jalan.²⁷

Kawasan selektif dan kawasan umum terdiri dari titik-titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota serta titik-titik reklame di luar sarana dan prasarana kota; titik-titik reklame di dalam Sarana dan Prasarana Kota terdiri dari shelter bus, Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), pos jaga polisi, pos pengawas, terminal dan pangkalan angkutan, gelanggang olahraga, pasar modern ataupun pasar tradisional, tempat hiburan dan rekreasi yang dikelola dan/atau milik Pemerintah Daerah, tugu batas, fasilitas umum lainnya yang berada di atas daerah milik jalan yang dikuasai oleh Pemerintah Daerah,

²⁴ Pasal (5) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penempatan Reklame.

²⁵ Pasal (13) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Cara Penempatan Reklame.

²⁶ Nancy Lynda Tigauw. <https://manado.antaranews.com/berita/106673/pln-imbau-masyarakat-berhati-hati-pasang-baliho>. Diakses pada Maret 27 2025.

²⁷ Donald Rumokoy. *Penegakan Hukum Atas Peraturan Daerah Tentang Reklame di Kota Manado*. Lex Et Societas Vol. V/No. 8. 2017. Hlm 108.

Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat. Titik-titik reklame di luar Sarana dan Prasarana Kota terdiri dari reklame di atas bangunan, reklame yang menempel/menggantung pada bangunan, reklame di halaman atau persil tanah pribadi, swasta dan fasilitas umum, reklame pada kendaraan, rombongan/kios dan ruang udara. Seorang atau badan penyelenggara reklame dilarang menyelenggarakan reklame rokok pada kawasan selektif karena kawasan ini hanya diperbolehkan bagi reklame-reklame tertentu dan untuk penyelenggara reklame makanan/minuman beralkohol hanya dapat diselenggarakan pada tempat-tempat tertentu yang diizinkan menjual makanan/minuman beralkohol. Pola penyebaran peletakan reklame sebagaimana sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun sekali dilakukan evaluasi oleh Tim Reklame. Penempatan Reklame di Kota Manado mengetaur bahwa Naskah reklame disusun dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak bersifat pertentangan Suku, Agama dan Ras (SARA)
2. Tidak bersifat pornografi
3. Tidak melanggar etika moral
4. Tidak melanggar ketertiban umum
5. Menggunakan bahasa yang santun dan tidak melawan hukum.²⁸

Kota Manado sebagai pusat kota Provinsi Sulawesi Utara, dalam upaya membangun daerah serta sebagai upaya mensejahterakan masyarakatnya, tentu saja membutuhkan anggaran atau dana yang harus memadai. Pemerintah Kota Manado pada tanggal 9 September 2011 mengesahkan dan memberlakukan Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 2 Tahun 2011 Tentang Pajak Daerah. Terkait syarat pemberian izin Pada pasal 18 Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2012 yaitu:

1. Setiap penyelenggara reklame harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis penyelenggaraan reklame dari Walikota dengan menunjuk satuan kerja perangkat daerah yang berkompeten dengan dilengkapi:
 - a. Fotocopy kartu tanda penduduk (KTP).
 - b. Fotocopy akta pendirian perusahaan yang dilegalisir bagi pemohon yang berbadan hukum.
 - c. Foto/gambar desain bangunan reklame yang akan dibangun.
 - d. Surat persetujuan dengan pemilik persil atau bangunan apabila bangunan reklame yang akan dibangun berada dilokasi tanah atau bangunan milik pribadi atau swasta.

- e. Surat rekomendasi konsultan penanggungjawab perancang arsitektur, konstruksi dan instalasi bila ada.
- f. Surat pernyataan kesediaan menyerahkan kepemilikan konstruksi serta bangunan reklame yang terletak dalam sarana dan prasarana kota apabila telah habis masa waktu izin yang diberikan dan tidak diperpanjang lagi oleh pemohon.
- g. Peta lokasi atau gambar situasi yang menjelaskan titik bangunan reklame.
- h. Membayar pajak reklame terutang sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari tarif pajak.²⁹

2. Kewajiban memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tidak berlaku terhadap penyelenggaraan reklame:

- a. Oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang semata-mata hanya memuat nama atau informasi pemerintah/penyuluhan.
- b. Melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan.
- c. Semata-mata memuat nama tempat ibadah, panti asuhan, yayasan sosial dengan ukuran luas tidak melebihi 4 (empat) m².
- d. Semata-mata memuat nama dan atau pekerjaan orang atau perusahaan yang menempati tanah/bangunan di mana reklame tersebut diselenggarakan dengan ketentuan luas bidang tidak melebihi 1 (satu) m² dalam satu bidang/bingkai.
- e. Diselenggarakan pada acara-acara formal atau seremonial Pemerintah Daerah, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat dengan ketentuan waktu penyelenggaraan reklame tidak melebihi waktu penyelenggaraan acara-acara formal atau seremonial dimaksud.³⁰

Penentuan isi atau materi reklame telah optimal karena tidak ada reklame di Kota Manado yang berkaitan dengan sara atau mengiklankan benda-benda yang dilarang. Reklame yang dipasang di Kota Manado haruslah dengan izin dan dipasang dalam jangka waktu tertentu dan apabila izin berakhir maka reklame di buka dan diganti dengan pengguna lain. Selanjutnya responden yang menyatakan tidak optimal mengemukakan bahwa di Kota Manado masih

²⁸ Pasal (17) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

²⁹ Pasal (18) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

³⁰ Jonathan J. Katiandagho, Josep B. Kalangi, & Krest D. Tolosang. *Pengaruh Tingkat Hunian Hotel Dan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Manado*. Manado: Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. 2022. 22(8). Hlm 133–144.

menemukan reklame yang belum memiliki izin. Selanjutnya warga yang menyatakan tidak optimal mengemukakan bahwa masyarakat tidak mengetahui secara pasti apakah reklame yang dipasang telah ada izin atau tidak karena pemerintah kota tidak pernah transparan terhadap masalah tersebut. Pandangan responden di atas menunjukkan bahwa yang dominan adalah perizinan reklame di Kota Manado belum optimal karena masih banyak reklame yang tidak memiliki izin dan sudah lusuh. Letak penempatan reklame di Kota Manado ditentukan bahwa protes dari masyarakat. Setiap lokasi bangunan reklame wajib memperoleh izin dari Walikota melalui Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Satu Pintu. Izin Penyelenggaraan reklame permanen diberikan dalam jangka waktu maksimal 3 tahun atau sampai dengan adanya pencabutan dan/atau atas permintaan penyelenggara reklame diterbitkan atas penyelenggaraan reklame sebagai berikut:³¹

- a. Jenis megatron dan jenis *Display* CD dengan luas lebih dari 8 M2 (delapan meter persegi).
- b. Izin penyelenggaraan reklame terbatas diterbitkan atas penyelenggaraan reklame dengan jenis megatron dan jenis papan/*billboard* yang diselenggarakan diluar dan di dalam sarana dan prasarana kota dengan jangka waktu 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang.
- c. Izin penyelenggaraan reklame insidentil diterbitkan atas penyelenggaraan reklame dengan jenis baliho, kain/spanduk, melekat (stiker), selebaran, udara, suara, film/slide dengan ketentuan.
- d. Jenis baliho, dengan jangka waktu paling singkat 7 (tujuh) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari.
- e. Jenis reklame kain dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari.
- f. Izin Penyelenggaraan Reklame Insidentil tidak dapat diperpanjang.
- g. Izin dapat diperpanjang kembali dengan mengajukan permohonan izin secara tertulis kepada walikota melalui Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Satu Pintu paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender sebelum izin berakhir. Perpanjangan izin dapat diberikan apabila pemegang izin telah memenuhi ketentuan dan persyaratan perpanjangan perizinan dan apabila sampai batas waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (6) tidak dipenuhi, maka dianggap tidak berminat untuk

memperpanjang izin dan titik yang bersangkutan dapat diberikan kepada penyelenggara lain.³²

Perletakan reklame dirinci menjadi lokasi nilai strategis dengan kriteria:

- a. Berlokasi di sekitar pertigaan/perempatan (persimpangan jalan) dalam radius mulai 50 M (lima puluh meter) sampai dengan radius 100 M (seratus meter).
- b. Berlokasi di perbatasan kabupaten/kota.
- c. Berlokasi pusat kota, perdagangan/perbelanjaan.
- d. Ditempatkan pada lokasi dengan tingkat mobilitas masyarakat tinggi dan lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi padat.
- e. Peminat pemasang reklame banyak.
- f. Mudah dilihat dan diketahui masyarakat umum.

Sebagaimana juga dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang ini mengatur tata ruang wilayah, termasuk pembagian zona yang bisa digunakan untuk peruntukan tertentu seperti periklanan harus memperhatikan setiap tata letak penempatan pemasangan media iklan (reklame) yang sesuai dengan peraturan yang ada. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak dan Retribusi Daerah, tarif pajak reklame ditentukan berdasarkan jenis reklame dan lokasi pemasangannya berkisar antara 10% hingga 25% dari Nilai Sewa Reklame (NSR). Perhitungan Nilai Sewa Reklame (NSR) menjadi dasar utama dalam pengenaan pajak reklame. NSR dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti ukuran, lokasi, jenis, serta durasi pemasangan reklame.³³ Ada perbedaan dalam perlakuan terhadap reklame yang bersifat komersial (produk) dan yang tidak komersial (non-produk):

1. Reklame Produk: Reklame yang mempromosikan produk atau jasa komersial biasanya dikenakan pajak lebih tinggi karena nilai ekonomisnya yang lebih jelas. Faktor penentu tarif meliputi lokasi strategis pemasangan seperti di pusat kota, serta jenis media yang digunakan (misalnya, videotron atau *billboard*).
2. Reklame Non-Produk: Reklame yang lebih bersifat sosial, politik, atau keagamaan memiliki perlakuan yang berbeda. Dalam beberapa kasus, reklame non-produk bisa dikecualikan dari pajak atau dikenakan tarif yang lebih rendah, terutama jika reklame tersebut tidak memiliki tujuan komersial.

³¹ Donald Rumokoy. *Penegakan Hukum Atas Peraturan Daerah Tentang Reklame di Kota Manado*. Lex Et Societas Vol. V/No. 8. 2017. Hlm 110.

³² *Ibid.* Hlm 111.

³³ Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.

Pemerintah daerah dalam penyelenggaraannya memiliki aturan yang perlu ditaati oleh seorang atau badan penyelenggara reklame, yaitu penyelenggara reklame dilarang menyelenggarakan reklame:

- a. Pada persil-persil kantor milik instansi pemerintah kecuali untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah setelah mendapat persetujuan walikota.
- b. Di sekitar tempat pendidikan/sarana pendidikan dan tempat ibadah dan/atau tempat-tempat tertentu pada jarak tertentu kecuali berkaitan langsung dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh pengelola tempat dimaksud.
- c. Di atas jalan umum yang dapat mengganggu keamanan lalu lintas dan keindahan kota dan/atau lingkungan yaitu:
 1. Memasang reklame di depan rambu-rambu lalu lintas, sampai dengan tempat yang dimaksudkan oleh rambu-rambu tersebut dan lebih dari 1 (satu) meter dari garis sepadan jalan diukur secara *horizontal*.
 2. Memasang reklame di depan lampu lalu lintas isyarat jalan (*trafficlight*) sampai dengan radius 25m (dua puluh lima).
 3. Memasang reklame di depan rambu-rambu lalu lintas kurang dari 25 (dua puluh lima) meter dari rambu-rambu tersebut.
 4. Memasang reklame spanduk yang melintang di jalan utama kota.
 5. Pemasangan reklame *wall painting*, dan peletakan reklame di pohon, tiang listrik, dan fasilitas umum lainnya.³⁴

Wajib Pajak Reklame wajib melaporkan kepada bupati/walikota dalam praktik sehari-hari adalah kepada Kepala Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kota Manado, tentang perhitungan dan pembayaran Pajak Reklame yang terutang. Wajib pajak yang telah memiliki NPWPD setiap awal masa pajak wajib mengisi SPTPD. SPTPD diisi dengan jelas, lengkap, dan benar serta ditandatangani oleh wajib pajak atau kuasanya dan disampaikan kepada walikota/bupati atau pejabat yang ditunjuk sesuai dengan jangka waktu yang ditentukan. Umumnya SPTPD harus disampaikan selambat-lambatnya lima belas hari setelah berakhirnya masa pajak. Seluruh data perpajakan yang diperoleh dari daftar isian tersebut dihimpun dan dicatat atau dituangkan dalam berkas atau kartu data yang merupakan hasil akhir yang akan dijadikan sebagai dasar

dalam perhitungan dan penetapan pajak yang terutang. Keterangan dan dokumen yang harus dicantumkan dan dilampirkan pada SPTPD ditetapkan oleh bupati/walikota. Bupati/walikota atas permohonan wajib pajak dengan alasan yang sah dan dapat diterima dapat memperpanjang jangka waktu penyampaian SPTPD untuk jangka waktu tertentu, yang diatur dalam peraturan daerah. SPTPD dianggap tidak dimasukkan jika wajib pajak tidak melaksanakan atau tidak sepenuhnya melaksanakan ketentuan pengisian dan penyampaian SPTPD yang telah ditetapkan. Wajib pajak yang tidak melaporkan atau melaporkan tidak sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan akan dikenakan sanksi pajak. SPTPD harus dilunasi dalam jangka waktu maksimal satu bulan sejak tanggal diterbitkan.³⁵

B. Pengawasan Dan Sanksi Dari Pemerintah Terhadap Pemasangan Media Iklan Tanpa izin

Pengawasan merupakan salah satu upaya sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan perencanaan, merancang sistem informasi, memberikan umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditentukan, mengidentifikasi dan mengukur penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara yang efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan perusahaan. Hakikat pengawasan itu sendiri ialah tercapainya tujuan dan sasaran serta pencegahan sedini mungkin terjadinya penipuan, pemborosan, penyelewengan, hambatan, kesalahan dan kegagalan dalam pelaksanaan tugas-tugas organisasi. Penggunaan teori pengawasan dalam konteks penelitian tentang pengawasan penertiban pemasangan reklame memiliki alasan yang logis dan relevan. Teori pengawasan menyediakan kerangka kerja yang dapat membantu meningkatkan efektivitas pengawasan dalam mencapai tujuan organisasi. Penggunaan teori pengawasan memiliki alasan logis yang kuat terkait dengan konsep penertiban. Teori pengawasan membantu dalam mencapai tujuan penertiban dengan memberikan kerangka kerja yang sistematis dan terstruktur.³⁶

³⁴ Pasal (6) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

³⁵ Hendro Rori. *Analisis Perhitungan Dan Pelaporan Pajak Reklame Di Kota Manado*. Manado: Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi. Vol. 1 No. 3 Juni 2013. Hlm 431-435.

³⁶ Nur Afni Syahputri & Nelfia Adi. *Pengawasan Pelaksanaan Tugas Pegawai oleh Pimpinan di Kantor*. Jurnal Pendidikan Tambusai. Vol 4 No 3 Tahun 2020. hlm 3055.

Dinas Tata Kota mempunyai wewenang dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame. Adapun fungsi dan tujuan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame sebagai berikut:

1. Fungsi pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame dengan kata lain fungsi pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame harus disesuaikan dengan arah pengembangan kota dan strategi pengembangan kota. Adapun fungsi pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame, yaitu:
 - a) Menertibkan reklame yang tidak pada tempatnya.
 - b) Menertibkan reklame yang tidak memiliki izin.
 - c) Menertibkan reklame yang belum melunasi pajak.
 - d) Pemasangan reklame yang tidak mengganggu arus lalu lintas dan pengguna jalan umum.
 - e) Pengawasan terhadap kekuatan reklame.
2. Tujuan pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame, yakni:
 - a) Memberikan pembinaan kepada penyelenggara reklame, agar penyelenggaraan memperhatikan aspek keindahan kota, keamanan dan kenyamanan. Terutama reklame yang berada di ruas jalan dan memiliki ukuran yang besar harus memperhatikan aspek keselamatan bagi pengguna jalan umum.
 - b) Pengendalian terhadap penyelenggaraan reklame agar sesuai dengan aspek tata ruang lingkungan hidup, estetika kota dan pengembangan kota.
 - c) Menciptakan penyelenggaraan reklame yang memenuhi persyaratan keindahan, kepribadian, dan budaya bangsa serta tidak boleh bertentangan dengan norma agama, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, serta harus sesuai dengan rencana kota.
 - d) Untuk mengatur reklame dalam suatu komposisi yang baik atau pada titik-titik yang strategis pemasangan reklame yang telah ditetapkan pada peraturan Perundang-Undangan dalam rangka menunjang keindahan kota.³⁷

Negara dalam menyelenggarakan penataan ruang untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam Pasal 7 ayat (2) dan (3) Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang menegaskan pengalihan kekuasaan bahwa

negara memberikan kewenangan penyelenggaraan penataan ruang kepada pemerintah dan pemerintahan daerah dengan tetap menghormati hak yang dimiliki orang sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-Undangan.³⁸ Pemerintah daerah dalam penegakan hukum atau sanksi tentunya perlu melakukan pembinaan terlebih dahulu kepada masyarakat. Adapun pembinaannya sebagaimana yang dimaksud yaitu:

- a. Koordinasi penyelenggaraan penataan ruang
- b. Sosialisasi peraturan Perundang-Undangan dan sosialisasi pedoman bidang penataan ruang
- c. Pemberian bimbingan, supervisi, dan konsultasi pelaksanaan penataan ruang
- d. Pendidikan dan pelatihan
- e. Penelitian dan pengembangan
- f. Pengembangan sistem informasi dan komunikasi penataan ruang
- g. Penyebarluasan informasi penataan ruang kepada masyarakat
- h. Pengembangan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat

Pemerintah Daerah Kota Manado telah mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame dengan tujuan utama untuk merapikan reklame supaya sesuai dengan keharmonisan, keselarasan, dan melindungi menjamin kepentingan umum masyarakat. Izin merupakan keputusan yang diterbitkan oleh pemerintah yang memiliki karakteristik bersifat konkret, individual, dan final. Sebagai keputusan tata usaha negara, maka izin harus memenuhi persyaratan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 51 tahun 2009 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1986 tentang Peradilan Tata Usaha Negara. Perizinan merupakan wujud pengaturan yang dilakukan oleh pemerintah, baik dalam pemenuhan kewajiban, persyaratan, maupun larangan. Jika persyaratan, kewajiban, atau larangan yang terdapat dalam izin tidak terpenuhi, maka izin tersebut dapat mengakibatkan sanksi. Hal tersebut berlaku pada penertiban penyelenggaraan reklame yang melanggar beberapa hal, antara lain tidak memiliki izin, izin telah berakhir dan tidak diperpanjang sesuai ketentuan, tidak membayar pajak, terjadi perubahan sehingga tidak sesuai dengan izin yang diberikan, penempatan tidak sesuai dengan tata letak bangunan yang ditentukan, tidak sesuai dengan rekayasa konstruksi dan tidak terawat dengan baik.³⁹

³⁷ Nazira Tulumna. *Representasi Penataan Dan Penempatan Reklame Di Kota Banda Aceh*. Aceh: Universitas Islam AR-RANIRY. 2023. Hlm 41.

³⁸ Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.

³⁹ Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Tata Letak Penempatan Reklame

Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame ini juga menekankan kewajiban-kewajiban yang harus dilaksanakan oleh penyelenggara reklame dan apabila tidak melaksanakan kewajiban yang sebagai mana telah diatur dalam peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan syarat-syarat dan ketentuan yang telah dicantumkan dalam izin, Maka seseorang atau badan penyelenggara reklame akan mendapatkan sanksi dari Kepala Daerah. Seperti yang dikemukakan oleh W.F. Prins, "*in cula venenum*" (ada racun di ekor/buntut) yang artinya hampir disetiap peraturan berdasarkan hukum administrasi diakhiri dengan sejumlah ketentuan pidana. Penegakan hukum didefinisikan sebagai proses dijalankannya upaya untuk menerapkan norma-norma atau hukum secara nyata, sebagai pedoman perilaku dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.⁴⁰

Tujuan penegakan hukum supaya pemerintah sebagai regulator dapat mengendalikan, mengatur dan mewujudkan kehidupan masyarakat. Proses ini melibatkan upaya-upaya untuk mewujudkan keinginan-keinginan hukum menjadi suatu kenyataan dengan mempertimbangkan fakta dan keadaan yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Upaya penegakan hukum yang dapat dilakukan atas penyelenggara reklame tanpa izin yaitu berupa pengawasan dan sanksi.⁴¹

Sanksi adalah penderitaan yang diberikan atau ditimbulkan dengan sengaja oleh seseorang sesudah terjadi suatu pelanggaran, kejahatan dan kesalahan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sanksi adalah tindakan hukuman untuk memaksa seseorang menaati aturan atau menaati Undang-Undang. Sanksi (*punishment*) merupakan pemberian hasil yang tidak diinginkan (menyakitkan) untuk meminimalisir perilaku yang tidak diinginkan.⁴² Sanksi merupakan salah satu indikator yang memperbaiki jalannya proses pendidikan dalam menjelaskan perilaku seseorang, sehingga pada masa yang akan datang dapat diatasi. Pemberian sanksi adalah memberikan penderitaan yang diberikan atau ditimbulkan dengan sengaja oleh seseorang sesudah terjadi suatu pelanggaran,

kejahatan dan kesalahan yang dilakukan oleh seseorang sebagai salah satu cara pendisiplinan.⁴³

Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 2 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah Pasal 64 yang menyebutkan 1) Walikota dapat menerbitkan Surat Tagihan Pajak Daerah (STPD) jika: (a). Pajak dalam tahun berjalan tidak atau kurang dibayar, (b). Dari hasil penelitian Surat Pemberitahuan Pajak. Daerah (SPTPD) terdapat kekurangan pembayaran sebagai akibat salah tulis dan/ atau salah hitung, (c). Wajib Pajak dikenakan sanksi administratif berupa bunga dan/ atau denda. 2) Jumlah kekurangan pajak yang terutang dalam STPD sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b ditambah dengan sanksi administratif berupa bunga sebesar 2% (dua persen) setiap bulan untuk paling lama 15 (lima belas) bulan sejak saat terutangnya pajak. Dan 3) Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang tidak atau kurang dibayar setelah jatuh tempo pembayaran dikenakan sanksi administratif berupa bunga sebesar 2% (dua persen) sebulan dan ditagih melalui STPD. Sanksi pajak yang efektif dan efisien akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sanksi perpajakan diperlukan untuk memberikan efek jera kepada setiap wajib pajak yang tidak patuh dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Sanksi perpajakan juga merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar aturan perpajakan, semakin efektif sanksi yang berlaku, maka wajib pajak diharapkan akan semakin peduli terhadap kewajiban perpajakannya.

Satuan Polisi Pamong Praja atau biasa disingkat Satpol PP adalah bagian dari perangkat pemerintah daerah yang bertugas dan berkewajiban untuk menegakkan peraturan daerah, menyelenggarakan serta meningkatkan ketertiban umum dan mewujudkan ketentraman di masyarakat. Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Satpol PP didasari atas dasar hukum yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja. Satpol PP memiliki peran penting selaku perangkat daerah dalam pelaksanaan otonomi daerah dan pelayanan publik dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Satpol PP sebagai unsur lini terdepan untuk selalu menjaga ketertiban dan ketentraman dalam kehidupan masyarakat yang ingin dicapai agar dapat menciptakan ketentraman dan ketertiban. Dasar hukum pemberian sanksi administrasi penyelenggara reklame berdasarkan Pasal 50 ayat (1) Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2019 bahwa

⁴⁰ Totok Sudaryanto.

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/kedudukan-hukum-administrasi-negara-terhadap-hukum-pidana-dan-perdata-lt5c9f75eed557d/>. Diakses pada 9 Mei 2025.

⁴¹ Dian Dwi Jayanti.

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengertian-perindungan-hukum-dan-penegakan-hukum-lt65267b7a44d49/>. Diakses pada 9 Mei 2025.

⁴² Mahrus Ali. *Dasar-Dasar Hukum Pidana*. Jakarta: Sinar Grafika. 2015. Hlm 194.

⁴³ Ahmad Ali Budaiwi. *Imbalan dan Hukuman Pengaruhnya Bagi Pendidikan Anak*. Jakarta: Gema Insani. 2002. hlm 30.

Jika pelanggar tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dipersyaratkan dalam sanksi administratif, maka dapat dipidana dengan pidana kurungan paling lama 6 (enam) bulan atau denda paling banyak Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah). Selain itu pelanggar juga dikenakan sanksi administrasi berupa larangan mengajukan izin penyelenggaraan reklame baru dan/atau mengikuti pelelangan titik reklame masing-masing untuk jangka waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal pencabutan.⁴⁴

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Setiap daerah memiliki peraturan yang lebih spesifik dalam mengatur pemasangan media iklan. Pemerintah daerah memiliki kewenangan dan tanggung jawab dalam mengatur pola penyebaran perletakan media iklan untuk menjaga ketertiban umum, estetika, kebersihan hingga keamanan masyarakat. Pemerintah daerah juga bertugas menyusun perencanaan dan zonasi pemasangan media iklan, mengeluarkan surat izin pemasangan dan melakukan tanggung jawab hukum terhadap pemasangan media iklan mencakup sanksi administrasi dan pidana bagi penyelenggara media iklan yang melanggar ketentuan yang berlaku. Untuk itu penegakan hukum yang efektif diperlukan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan menjaga kualitas lingkungan perkotaan.
2. Pemerintah daerah memiliki tanggung jawab dalam melakukan pengawasan dan menertibkan media iklan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Pengawasan dilakukan melalui pemantauan terhadap lokasi pemasangan reklame, verifikasi ijin dan kepatuhan terhadap pajak daerah. Sanksi yang diterapkan terhadap pemasangan media iklan tanpa izin meliputi tindakan administratif seperti pembongkaran reklame, pencabutan izin, serta denda atau hukuman kurungan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

B. Saran

1. Upaya-upaya dalam rangka mengantur tata kota disarankan pemerintah daerah lebih lagi meningkatkan penegakan hukum yang efektif dan transparan terhadap pelanggaran pemasangan media dan pelaku usaha periklanan sesuai dengan ketentuan yang

berlaku. Pemerintah juga perlu mengevaluasi dan memperbarui regulasi secara berkala agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan tata ruang kota. Di samping itu, diperlukan koordinasi yang lebih optimal dengan instansi terkait serta peningkatan transparansi dalam proses perizinan media iklan guna menciptakan sistem pengelolaan iklan yang tertib, adil, dan berorientasi pada kepentingan umum serta keindahan kota.

2. Hendaknya pemerintah daerah atau khususnya instansi yang berwenang seperti Satuan Polisi Pamong Praja, meningkatkan intensitas dan efektivitas pengawasan di lapangan melalui patroli rutin serta bisa memanfaatkan teknologi informasi untuk mendeteksi pelanggaran secara cepat. Selain itu, penerapan sanksi administratif maupun pidana sesuai ketentuan dalam peraturan terkait harus lebih dilakukan secara tegas dan konsisten untuk memberikan efek jera kepada pelanggar. Pemerintah juga perlu memastikan bahwa proses pengawasan dan penindakan berjalan transparan, adil, serta tidak diskriminatif, sehingga mampu menciptakan kepatuhan hukum di kalangan pelaku usaha periklanan sekaligus menjaga ketertiban, keindahan dan keselamatan di ruang publik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amiq, Bachrul. *Sanksi administrasi dalam hukum lingkungan*. Yogyakarta: Laksbang Mediatama. 2013.
- Asshiddiqie, Jimly dan Ali Safa'at. Cetakan Kedua, *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*. Jakarta: Konstitusi Press (Konpres). 2012.
- Azheri, Busyra. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: Raja Grafindo Perss. 2011.
- Budaiwi, Ahmad Ali. *Imbalan dan Hukuman Pengaruhnya Bagi Pendidikan Anak*. Jakarta: Gema Insani. 2002.
- Daryanto. *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo. 1997.
- Hamzah, Andi. *Kamus Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2005.
- HR, Ridwan. *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2006.
- Irwansyah. *Penelitian Hukum: Pilihan Metode dan praktik penulisan Artikel*. Yogyakarta: Mirra Buana Media. 2020.
- Kansil, C.S.T dan Christine. *Hukum Tata Negara Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafik. 2007.
- Kelsen, Hans. *Teori Hukum Murni* terjemahan Raisul Mutaqien. Bandung: Nuansa & Nusa Media. 2006.

⁴⁴ Pasal (29) Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 tahun 2012 tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

- Khairunnisa. *Kedudukan, Peran dan Tanggung Jawab Hukum Direksi*. Medan: Pasca Sarjana. 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. 2005.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. 11th ed. Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall, Inc. 2003.
- McLuhan, Marshal. *Understanding Media: The Extension of Man* London & NewYork: Gingko Press. 2003.
- Muluk, M. R. K. Peta Konsep Desentralisasi dan Otonomi Daerah. Surabaya: ITS Press. 2009.
- Ragawino, Bewa. *Hukum Administrasi Negara*. Bandung: Universitas Padjajaran. 2006.
- Saladin, Djaslim. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Bandung: Penerbit CV. Linda Karya. 2003.
- Sarundajang. Arus Balik Kekuasaan Pusat ke Daerah. cetakan ke 3. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 2002.
- Sedarmayanti. *Good Governance (Kepemerintahan Yang Baik) dan Good Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan Yang Baik)*. bagian Ketiga. Bandung: Mandar Maju. 2007.
- Shimp, A Terence. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga. 2000.
- Sunarno, Siswanto. *Hukum Pemerintahan Daerah Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. 2012.
- Swastha, Basu. *Azas-azas Marketing*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Liberty. 2022.
- Triwulan, Titik dan Shinta Febrian. *Perlindungan Hukum bagi Pasien*. Jakarta: Prestasi Pustaka. 2010.
- Ubedilah. *Demokrasi, HAM, dan Masyarakat Madani*. Jakarta: Indonesia Center for Civic Education. 2000.
- Wirianto, Lukman. *Peran Reklame Iklan Dalam Mempromosikan Produk dan Jasa*. Jakarta: Graha Ilmu. 2010.
- PROVINSI SULAWESI UTARA. Lex Administratum, Vol. II/No.2/Apr-Jun/2014.
- Rori, Handro. *ANALISIS PERHITUNGAN DAN PELAPORAN PAJAK REKLAME DI KOTA MANADO*. Manado: Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi. Vol. 1 No. 3 Juni 2013.
- Rumokoy, Donald. *Penegakan Hukum Atas Peraturan Daerah Tentang Reklame di Kota Manado*. Lex Et Societas Vol. V/No. 8. 2017.
- Sugiarta, Gede Nyoman, Ida Ayu Putu Widiati. *Tanggungjawab Pemerintah Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup Berbasis Partisipasi Masyarakat untuk Pembangunan Daerah Bali*. Jurnal Kertha Wicaksana. Volume 14 No 20. Denpasar: Universitas Warmadewa. 2020.
- Suparto. *Otonomi Daerah Di Indonesia: Pengertian, Konsep, Tujuan, Prinsip dan Urgensinya*. Riau: Fakultas Hukum Universitas Islam Riau. 2017.
- Syahputri, Afni Nur & Nelfia Adi. Pengawasan Pelaksanaan Tugas Pegawai oleh Pimpinan di Kantor. Jurnal Pendidikan Tambusai. Vol 4 No 3 Tahun 2020.
- Tiarizul, Muna. *Analisis Iklan Rokok Sampoerna A MILD Pada Spanduk Versi "Bukan Main" Dalam Unsur Pesan Sosial*. Aceh: 2024.
- Walla, Ghufuran Syahputera, Hendrik Salmon & Julista Mustamu. *Kajian Terhadap Pengaturan Sanksi Denda Administratif Dalam Peraturan Daerah Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar*. TATOHI Jurnal Ilmu Hukum Vol 1, No 9, 2021.
- Wardhana, Ida Bagus Gde Wisnu, I Ketut Kasta Arya Wijaya, Luh Putu Suryani. *Implementasi Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Reklame*. Jurnal Konstruksi Hukum. Vol. 2, No. 2, 2021.

Jurnal

- Erlita, Novi. *POTRET PERIKLANAN DI MEDIA MASSA INDONESIA*. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial, Volume 5, Nomor 2, Juli 2016.
- Katiandagho, J. J., Kalangi, J. B., & Tolosang, K. D. (2022). *Pengaruh Tingkat Hunian Hotel Dan Pajak Daerah Terhadap Pendapatan Asli Daerah Di Kota Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. 22(8). 133–144.
- Pinori, Josepus Julie. *DAMPAK OTONOMI DAERAH TERHADAP KONFLIK BATAS WILAYAH KABUPATEN/KOTA DI*

Undang-Undang

- Undang-Undang Nomor 1 Tentang Hubungan Keuangan Antara Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah
- Undang-Undang Nomor 2 Tentang Jalan
- Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Ketentraman dan Ketertiban Umum
- Peraturan Daerah Kota Manado Nomor 11 Tahun 2012 Tentang Tata Letak Penempatan Reklame

Sumber internet

Dewi, Retia Kartika.

<https://www.kompas.com/skola/read/2024/02/05/142528569/10-jenis-reklame-yang-perlu-diketahui>.

Jayanti, Dian Dwi.

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengertian-perindungan-hukum-dan-penegakan-hukum-lt65267b7a44d49/>.

Kawan.

<https://ramakertamukti.wordpress.com/2010/02/12/dinamika-periklanan-indonesia/>.

Mukuan, Fistel.

<https://manado.tribunnews.com/2023/12/06/baliho-caleg-terpasang-di-pohon-bawaslu-minut-larang-ini-alasannya>.

Manado, Pemerintah Kota.

<https://manadokota.go.id/page/detail/selayan-g-pandang>.

Online, Hukum.

<https://www.hukumonline.com/kamus/d/desentralisasi>.

Posumah, Rizali.

<https://manado.tribunnews.com/2025/01/12/pepohonan-di-kota-manado-sering-dijadikan-tempat-untuk-memasang-baliho-potensi-merusak-lingkungan?page=2>.

Pujianti, Sri.

<https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=19513&menu=2>.

Putri, Vanya.

<https://www.kompas.com/skola/read/2024/06/06/090000869/pengertian-iklan-dan-manfaatnya>.

Qothrunnada, Kholida.

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5766029/good-governance-pengertian-dan-prinsip-prinsipnya>.

Redaksi.

<https://www.megamanado.com/2017/07/18/reklame-tak-berizin-warga-winangun-dua-minta-pemkot-lakukan-pembongkaran/>.

Rizal, Choirul.

https://djpk.kemenkeu.go.id/?epkb_post_type_1=reklame-caleg-apakah-dapat-di-pungut-dengan-pajak-reklame.

Sudaryanto, Totok.

<https://www.hukumonline.com/klinik/a/kedudukan-hukum-administrasi-negara-terhadap-hukum-pidana-dan-perdata-lt5c9f75eed557d/>.

Tigauw, Nancy Lynda.

<https://manado.antaranews.com/berita/106673/pln-imbau-masyarakat-berhati-hati-pasang-baliho>.

Sumber lainnya

Astari, Agastya Syahena. *Implementasi PP No. 16 Tahun 2018 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja (Studi Penegakan Peraturan Walikota Magelang No. 28 Tahun 2009 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame Dalam Mewujudkan Ketertiban umum)*. Magelang: Universitas Muhamadiyah. 2020.

Habibi, Muhammad Muhtaba. *IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENATAAN REKLAME DI KOTA MALANG*, (Studi Terhadap Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame). Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. 2014.

Indriani, Astri. *Implementasi Pemungutan Pajak Reklame Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Parepare (Analisis Yuridis Perda Kota Parepare Nomor 4 Tahun 2018)*. Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare. 2024.

Tulmuna, Nazira. *Representasi Penataan Dan Penempatan Reklame Di Kota Banda Aceh*. Aceh: Universitas Islam AR-RANIRY. 2023.