

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Reklame adalah gambar yang berguna untuk menawarkan atau mempromosikan barang dagangan atau jasa kepada masyarakat agar tertarik untuk membeli atau mengkonsumsinya. Istilah reklame berasal dari bahasa Spanyol, yakni dari kata *re* yang berarti berulang-ulang, dan *clamo* yang artinya seruan. Reklame dapat diartikan sebagai seruan yang berulang-ulang dalam rangka menawarkan barang dagangan atau jasa kepada konsumen. Para pedagang atau penjual pada masa lalu menggunakan cara-cara dagang seperti ini.

Reklame yang baik bukan hanya berisi menarik perhatian khalayak ramai atau umum saja, tetapi reklame yang baik juga harus mampu menggerakkan keinginan orang guna membeli atau menguasai barang atau jasa yang disampaikan.

Sebenarnya reklame dengan iklan berbeda. Perbedaannya adalah jika iklan umumnya berupa kalimat panjang bahkan ada yang juga yang berupa artikel, sedangkan reklame hanya berupa kalimat singkat yang disertai dengan gambar yang mencolok. Biasanya iklan lebih banyak dipasang pada media cetak (koran dan majalah) dan media elektronik (televisi, radio, film, internet).

Reklame biasanya dipasang menggunakan papan, spanduk, poster, leaflet, baliho, papan nama, brosur, dan tempat-tempat terbuka atau umum.¹ Persamannya adalah sama-sama mempunyai fungsi dan tujuannya yang hampir sama.

Tulungagung terletak di ketinggian 85 Km dari atas permukaan laut. Pada bagian barat merupakan daerah pegunungan, bagian dari pegunungan Wilis-Liman. Pada bagian tengah, Tulungagung merupakan dataran rendah, sedangkan di bagian selatan merupakan pegunungan, bagian dari pegunungan Kidul. Dilihat dari keadaan alamnya, Tulungagung memiliki beberapa potensi alam yang bisa dimanfaatkan sebagai obyek wisata. Selain dari industri marmer terbesar berpusat di sini, Tulungagung juga memiliki beberapa sentra industri kecil dan menengah.

Dari letak geografis Tulungagung layak menjadi kawasan pariwisata akan tetapi hal ini sedikit terganggu oleh pemasangan reklame yang menyalahi aturan yang sudah dibuat oleh pemerintahan Tulungagung tepatnya ada di Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Tulungagung sering melakukan penertiban reklame yang melanggar dari ketentuan yang sudah diberikan oleh pemerintah daerah terkait pemasangan reklame yang berada di kabupaten Tulungagung.²

Wahyid selaku Kabid Keamanan dan Ketertiban Umum Satpol PP Tulungagung mengatakan,

¹ Reklame dalam <http://www.sumberpengertian.co/pengertian-reklame>, diakses pada tanggal 16 Februari 2019 pada pukul 18.30 WIB

² Wikipedia Kabupaten Tulungagung dalam <http://www.organisasi.org/1970/01/daftar-nama-kecamatan-kelurahan-desa-kodepos-di-kota-kabupaten-Tulungagung-jawa-timur.html>, diakses pada tanggal 16 Februari 2019 pada pukul 18.30 WIB

Berdasarkan catatan di kesatuannya, pelanggaran izin publikasi paling banyak ditemui adalah yang terkait durasi pemasangan. perusahaan pemilik produk yang memasang reklame hanya memperhatikan saat pemasangan awal, namun selebihnya papan reklame tidak diurus, kasus pelanggaran lain yang tak kalah banyak adalah pemasangan yang tidak memperhatikan tata letak, seperti dipasang menutupi papan penunjuk jalan ataupun traffic light. Pelanggaran bukan hanya dilakukan produsen kecil, namun juga produk unggulan dari produsen ternama melakukan pelanggaran tersebut

Terlebih pada tahun politik berlangsung pemasangan reklame semakin merusak keindahan kota Tulungagung sebab reklame banyak dipergunakan sebagai alat peraga kampanye oleh partai politik. Ada sekitar 1.200 alat peraga kampanye (APK) di Kota Marmer bakal diturunkan secara paksa oleh Satpol PP Tulungagung. Pasalnya, alat peraga kampanye yang dipasang oleh Caleg tidak sesuai dengan tempatnya. Diantaranya, alat peraga yang dipasang dipohon dengan cara di paku, di tiang listrik, telpon, serta tempat-tempat ibadah.

Sebanyak 112 titik pemasangan Alat Peraga Kampanye (APK) di Kabupaten Tulungagung diketahui melanggar Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 49 Tahun 2017. Setelah dibahas dalam rapat pleno, Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu) Kabupaten Tulungagung akhirnya secara resmi memutuskan meneruskan kasus ini ke Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP). Penegasan ini disampaikan Koordinator Divisi PP (Penindakan Pelanggaran) Bawaslu Kabupaten Tulungagung Zuhrotur Rofiqatin, SH., ditemui di kantornya, Jum'at.³

³ Satpol PP dalam <http://jatim.bawaslu.go.id/112-titik-apk-di-tulungagung-melanggar-perbup-bawaslu-surati-satpol-pp-untuk-penertiban>. diakses pada tanggal 16 Februari 2019 pada pukul 18.30 WIB

Tidak hanya saat pemilu berlangsung pemasangan reklame yang melanggar aturan, namun pasca pemilu berakhir yakni hari-hari besar seperti hari raya idul fitri. Banyak ditemukan di beberapa daerah area Tulungagung yang melanggar Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 49 Tahun 2017.

Dapat dilihat di beberapa titik kota seperti pojok reklame (pamflet) terdapat selebaran diskon yang dapat menarik para pembaca. Selain itu ada beberapa petunjuk seperti tawaran beristirahat (foodcourt) untuk para pemudik yang ternyata pemasangannya telah melanggar peraturan.

Banyak sekali yang dilakukan oleh para penjual baik penjual yang biasa saja sampai penjual yang memiliki merk ternama yang telah melakukan pelanggaran peraturan pemasangan reklame yang telah disebutkan dalam Peraturan Bupati (Perbup) Nomor 49 Tahun 2017.

Dengan adanya permasalahan di atas, maka peneliti merasa pengawasan penyelenggaraan reklame oleh Pemerintah kabupaten Tulungagung menarik untuk diteliti agar keindahan kabupaten Tulungagung terjaga dapat diselesaikan dengan menerapkan kebijakan yang sesuai dengan kepentingan tersebut. Sehingga untuk mengetahui secara mendalam mengenai pengawasan reklame media ruang terbuka tersebut, maka peneliti berusaha mencari fakta dan jawaban melalui penelitian dengan judul “Pemasangan Reklame Yang Mengganggu Keindahan Kota Dilihat Dari Hukum Positif dan Hukum Islam”.

B. Rumusan Masalah

Agar pembahasan ini tidak meluas, maka peneliti terfokus pada pemasangan reklame yang berada di kabupaten Tulungagung

mengakibatkan terganggu keindahan tata ruang kota sehingga masalah diatas maka dapat di identifikasikan sejumlah permasalahan yang perlu dikaji diantaranya seperti :

1. Bagaimana pemasangan reklame di kabupaten Tulungagung berdasarkan Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 tentang Pemasangan Reklame?
2. Apa saja sanksi yang diberikan kepada pelanggar Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 tentang Pemasangan Reklame?
3. Bagaimana pemasangan reklame di kabupaten Tulungagung berdasarkan fiqih bi'ah?

C. Tujuan Penelitian

Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemasangan reklame yang dapat mengganggu keindahan kota Tulungagung sesuai dengan Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 tentang Pemasangan Reklame.
2. Untuk mengetahui sanksi yang diberikan kepada yang melanggar Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 tentang Pemasangan Reklame
3. Untuk mengetahui pemasangan reklame yang dapat mengganggu keindahan kota Tulungagung sesuai dengan fiqih Bi'ah.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun hasil penelitian yang diharapkan penulis dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teori
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoretis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu Hukum,

melalui pendekatan serta metode-metode yang digunakan terutama dalam upaya menggali pendekatan-pendekatan baru dalam aspek pembuatan peraturan mengenai pemasangan reklame yang tidak mengganggu keindahan kota.

2. Secara praktis

Bagi Peneliti penelitian ini merupakan syarat menyelesaikan pendidikan program strata satu dan bagi masyarakat khususnya para pelaku usaha dapat mencermati bagaimana pemasangan reklame tanpa mengganggu tatanan kota serta kesadaran terhadap menjaga keindahan kabupaten Tulungagung.

E. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahan penafsiran dalam memahami istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka perlu adanya penegasan dalam istilah-istilah yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

Judul skripsi ini adalah “Pemasangan Reklame yang Mengganggu Keindahan Kota Dilihat dari Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi di kabupaten Tulungagung)” maka peneliti perlu memberikan penegasan istilah:

a. Pemasangan reklame

Gambar yang berguna untuk menawarkan atau mempromosikan barang dagangan atau jasa kepada masyarakat agar tertarik untuk membeli atau mengkonsumsinya. Istilah reklame berasal dari

bahasa Spanyol, yakni dari kata *re* yang berarti berulang-ulang, dan *clamo* yang artinya seruan. Reklame dapat diartikan sebagai seruan yang berulang-ulang dalam rangka menawarkan barang dagangan atau jasa kepada konsumen yang biasanya diletakan ditempat-tempat strategis yang mudah untuk dilihat oleh masyarakat.⁴

b. Mengganggu

Disini mengganggu adalah sesuatu yang menyebabkan tidak berjalan sebagaimana mestinya (tentang keadaan umum, kesehatan badan, dsb): merusak suasana: kehadirannya yang tidak diharapkan yang lebih tepatnya mengenai pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan aturan yang ada.⁵

c. Keindahan Kota

Keindahan merupakan sifat dan ciri dari orang, hewan, tempat, objek, atau gagasan yang memberikan pengalaman persepsi kesenangan, bermakna, atau kepuasan. Kemudian disini yang dimaksudkan dari “kota” merupakan kabupaten Tulungagung.

d. Peraturan Bupati

Peraturan Bupati merupakan hukum positif dimana hukum yang sah yang ditentukan sebagai hukum oleh para penguasa negara.

⁴ Pemasangan reklame dalam <https://brainly.co.id/tugas/1487182>. diakses pada tanggal 16 Februari 2019 pada pukul 18.30 WIB

⁵ Mengganggu dalam <https://kbbi.web.id/ganggu>. diakses pada tanggal 16 Februari 2019 pada pukul 18.30 WIB

Menurut Bagir Manan Hukum Positif adalah kumpulan asas dan kaidah hukum tertulis dan tidak tertulis yang pada saat ini sedang berlaku dan mengikat secara umum atau khusus dan ditegakkan oleh atau melalui pemerintah atau pengadilan dalam negara Indonesia.⁶ Hukum yang dibuat oleh manusia yang mewajibkan atau menetapkan suatu tindakan. Istilah ini juga mendeskripsikan penetapan hak-hak tertentu untuk suatu individu atau kelompok yang disini khusus membahas dari Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

e. Fiqh Bi'ah

Disini penulis menggunakan *Fiqh Bi'ah* dalam hukum islam yang secara bahasa "*Fiqh*" berasal dari kata *Faqiha-Yafqahu-Fiqhan* yang berarti *al-'ilmu bis-syai'i* (pengetahuan terhadap sesuatu) al-fahmu (pemahaman).⁷ Sedangkan secara istilah, fiqh adalah ilmu pengetahuan tentang hukum-hukum syara' yang bersifat praktis yang diambil dari dalil-dalil tafshili (terperinci). Adapun kata "*Al-Bi'ah*" dapat diartikan dengan lingkungan hidup, yaitu: kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi alam itu sendiri, kelangsungan perikehidupan, dan kesejahteraan manusia

⁶ Bagir Manan, *Hukum Positif Indonesia: satu kajian teoritik*, Yogyakarta: FH UII Press, 2004, hlm 1

⁷ Muhammad bin Ya'qub al-Fayrus Abadi, *Al-Qamus Al-Muhith*, Beirut: Muassasah Ar-Risalah, 2005, cet. VIII, hlm 1250

serta makhluk hidup lain.⁸ Dapat disimpulkan bahwa pengertian fiqh al-Bi'ah atau fiqh lingkungan adalah seperangkat aturan tentang perilaku ekologis manusia yang ditetapkan oleh ulama yang berkompeten berdasarkan dalil yang terperinci untuk tujuan mencapai kemaslahatan kehidupan yang bernuansa ekologis.

2. Penegasan operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas maka secara operasional yang dimaksud dengan “Pemasangan Reklame yang Mengganggu Keindahan Kota Dilihat dari Hukum Positif dan Hukum Islam (Studi di kabupaten Tulungagung)” adalah pemasangan reklame yang berada di kabupaten Tulungagung yang dapat merusak keindahan Yakni karena melanggar zona pemasangan yang telah ditentukan dan melanggar ketertiban umum serta merusak keindahan kota.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam upaya mengkaji pokok permasalahan yang ingin digali dalam skripsi ini, peneliti mencoba untuk menguraikannya dalam enam bab bahasan, dimana antara masing-masing bab diposisikan saling memiliki korelasi yang saling berkaitan secara logis. Seperti biasa dalam skripsi nanti akan diawali dengan pendahuluan dan diakhiri dengan bab keenam, yaitu penutup.

⁸ Jamaluddin Abdurrahim bin Hasan Al-Asnawi, *Nihayatu As-Sul Fi Syarhi Minhaji Al-Wushul `ila `Ilmi Al-Ushul*, Beirut: Dar Ibnu Hazm, 1999, cet. 1, juz 1, hlm 16

Bab pertama tentang pendahuluan, yang meliputi konteks penelitian untuk memberikan penjelasan mengapa penelitian ini perlu dilakukan. Rumusan masalah dimaksudkan untuk mempertegas pokok-pokok masalah yang akan diteliti agar lebih terfokus. Kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan signifikansi penelitian untuk menjelaskan tujuan dan urgensi penelitian ini. Selanjutnya penegasan istilah untuk menghindari terjadinya kesalahan penafsiran dalam memahami istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Terakhir sistematika pembahasan adalah untuk memberikan gambaran secara umum, sistematis, logis, dan korelatif mengenai kerangka bahasan penelitian.

Bab kedua berisi tinjauan umum tentang konsep pemasangan reklame yang ditinjau dari hukum positif dan hukum islam yang mencakup pengertian dari reklame itu sendiri sampai regulasi yang mengatur mengenai pemasangan reklame yang telah dibuat oleh pemerintah kabupaten Tulungagung.

Bab ketiga berisi metode penelitian yang memuat bagaimana cara peneliti melakukan penelitian mulai dari jenis penelitian, lokasi penelitian kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian yang secara keseluruhan akan membahas mengenai reklame yang khususnya berada di kabupaten Tulungagung.

Bab keempat berisi temuan penelitian terkait dari hasil apa yang sudah ditemukan dalam penelitian lapangan baik melalui pengamatan maupun

wawancara serta temuan lainnya terkait dengan pemasangan reklame yang berada di kabupaten Tulungagung.

Bab kelima berisi pembahasan yang dilakukan oleh peneliti berasal dari teori dan temuan dari hasil yang ada di lapangan agar memperoleh data yang akurat serta dapat dipercaya dalam penyajian data yang dihasilkan.

Bab keenam berisi penutup berisi simpulan yang mencerminkan makna dari temuan-temuan yang sesuai dengan rumusan masalah dan saran-saran ditujukan kepada para pengelola objek/subjek penelitian atau kepada peneliti sejenis yang ingin melanjutkan maupun mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan.