

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Trenggalek adalah sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pusat pemerintahannya berada di Kecamatan Trenggalek yang berjarak 180 km dari Surabaya, ibu kota Provinsi Jawa Timur. Kabupaten ini menempati wilayah seluas 1.205,22 km² yang dihuni oleh ±700.000 jiwa. Letaknya di pesisir pantai selatan dan mempunyai batas wilayah sebelah utara dengan Kabupaten Ponorogo, sebelah timur dengan Kabupaten Tulungagung, sebelah selatan dengan Samudera Hindia, dan sebelah barat dengan Kabupaten Pacitan. Kabupaten Trenggalek sendiri sebagian besar terdiri dari tanah pegunungan dengan luas meliputi 2/3 bagian luas wilayah. Sedangkan sisa-nya (1/3 bagian) merupakan tanah dataran rendah. Ketinggian tanahnya diantara 0 hingga 690 meter diatas permukaan laut.¹

Selain itu, Kabupaten Trenggalek merupakan daerah yang tidak sedikit memiliki potensi wisata alam dan industri. sehingga berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat. Kabupaten ini menjadi tempat penghubung antara Kabupaten Tulungagung dengan Kabupaten Ponorogo dan Pacitan. Sehingga tak jarang banyak sekali ditemui pedagang, toko-toko, pusat oleh-oleh, area penawaran jasa dan berbagai macam iklan-iklan yang tersebar di jalanan,

¹ www.trenggalekkab.go.id Situs resmi Kabupaten Trenggalek, diakses pada tanggal 2 Maret 2020 pukul 08:00

terutama jalanan penghubung antar kabupaten. Dalam hal perekonomian, dewasa ini kawasan usaha dan transaksi perdagangan mengalami perkembangan yang cukup pesat, terutama di area pusat kota. Keadaan ini ditandai dengan semakin banyaknya keberadaan papan reklame yang terpasang di jalanan dan tempat-tempat lainnya. Penggunaan papan reklame dinilai sebagai media yang paling tepat dan efektif untuk kegiatan informasi dan promosi. Dari fungsi tersebut, ruang kota dan jalan raya memiliki potensi yang sangat bermanfaat bagi komunitas media, yaitu periklanan. Iklan atau reklame merupakan alat yang tangguh bagi penyebaran informasi untuk kepentingan pemasaran. penempatan reklame yang strategis dapat memberikan kesempatan pada masyarakat untuk mendapatkan akses visual yang baik pada sumber informasi.

Dalam Peraturan Bupati No 14 Tahun 2014 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, diterangkan bahwa reklame ialah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak raungamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.²

Adanya reklame yang terpasang di jalanan maupun tempat lain tak lepas dari keberadaan penyelenggara reklame. Penyelenggara reklame sendiri yaitu orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggung

² Pasal 1 ayat (8) Peraturan Bupati Trenggalek No. 14 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame

jawabnya. Dalam peraturan bupati Kabupaten Trenggalek dijelaskan dalam pasal 10, bahwa setiap penyelenggara reklame wajib mengajukan permohonan izin penyelenggaraan reklame secara tertulis kepada bupati melalui kepala KPPM (kantor perizinan dan penanaman modal).³ Namun atas dasar Peraturan Bupati No 2 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu menerangkan bahwa:

1. Bupati melimpahkan wewenang penyelenggaraan perizinan dan non perizinan kepada dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu
2. Jenis perizinan dan non perizinan yang dilimpahkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari peraturan bupati ini.⁴

Pelimpahan wewenang perizinan atas izin bupati yang sebelumnya dimandatkan kepada KPPM, atas dasar aturan tersebut, perizinan kini dilakukan kepada DPMPTSP.

Pada saat ini banyak sekali perusahaan dan orang-orang yang memiliki produk tertentu berupaya dalam melakukan promosi terhadap produksi barang atau jasa yang dihasilkannya kepada konsumen. Untuk itu dalam upaya melakukan promosi banyak cara untuk melakukannya, salah satunya yang paling dikenal dan sering dilihat adalah iklan yang dipasang pada papan reklame. Reklame merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem dan sosial

³ Pasal 10 Ayat (1) Peraturan Bupati No 14 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek

⁴ Peraturan Bupati No. 2 tahun 2018 tentang Pelimpahan Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

masyarakat modern. Reklame sendiri sudah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting, tidak saja bagi produsen produk dan jasa, tetapi juga bagi konsumen. Kemampuan reklame dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan bidang tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya.⁵

Namun, banyak pemasang reklame yang tidak memperhatikan aturan., biasanya dengan dengan cara memaku papan iklan di pepohonan, masa ketahanan daripada iklan itu yang tidak terurus, pemasangan iklan yang memakan bahu jalan, dan lain-lain. Proses pemasangan yang dilakukan seharusnya memerlukan standar pengawasan, penilaian dan tindakan perbaikan berupa penertiban agar tidak memperburuk pemandangan estetika, dan mengganggu kenyamanan publik dikarenakan reklame tersebut.

Kepentingan antara pemilik usaha yang menggunakan ruang publik dalam mempromosikan usahanya harus diikuti dengan kepentingan masyarakat umum yang ingin menggunakan ruang publik maupun menikmati keindahan kota. Ruang publik sendiri bukan hanya tempat pemasangan iklan-iklan saja, namun fasilitas negara yang diberikan kepada masyarakat luas. Jangan sampai masyarakat yang menggunakan ruang publik tersebut terganggu dengan keberadaan reklame yang tak sesuai prosedur.

Sedangkan ruang publik menurut Undang Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, ruang publik dapat dikatakan Ruang Terbuka Hijau

⁵ Lukman Wirianto, *Peran Reklame/Iklan Dalam Mempromosikan Produk Dan Jasa*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 7

Publik atau Ruang Terbuka Non Hijau Publik, yang secara institusional harus disediakan oleh pemerintah didalam peruntukan lahan di kota-kota di Indonesia. Hal serupa juga tercantum dalam Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 12/PRT/M/2009 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Wilayah Kota/Kawasan Perkotaan, bahwa Secara umum ruang terbuka publik di perkotaan terdiri dari Ruang Terbuka Hijau (RTH) dan Ruang Terbuka Non Hijau (RTNH).⁶

Ruang terbuka hijau publik sendiri diterangkan dalam Pasal 29 Ayat 1 Undang Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, yaitu Ruang terbuka hijau publik merupakan ruang terbuka hijau yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah daerah kota yang digunakan untuk kepentingan masyarakat secara umum. Yang termasuk ruang terbuka hijau publik, antara lain, adalah taman kota, taman pemakaman umum, dan jalur hijau sepanjang jalan, sungai, dan pantai. Yang termasuk ruang terbuka hijau privat, antara lain, adalah kebun atau halaman rumah/gedung milik masyarakat/swasta yang ditanami tumbuhan.⁷ Sedangkan Ruang Terbuka Non Hijau merupakan ruang terbuka di wilayah kota/kawasan perkotaan yang tidak termasuk dalam kategori RTH, yaitu berupa lahan yang diperkeras maupun yang berupa badan air.⁸

Ruang publik dapat berupa jalan (termasuk pedestrian), tanah perkerasan (*pavement*), *public squares*, dan taman (*park*). Hal ini berarti bahwa ruang

⁶ Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 12/PRT/M/2009 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Wilayah Kota/Kawasan Perkotaan

⁷ Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang

⁸ Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 12/PRT/M/2009 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Wilayah Kota/Kawasan Perkotaan

terbuka hijau (*open space*) publik seperti jalan dan taman serta ruang terbuka non-hijau publik seperti tanah perkerasan (*plaza*) dan *public squares* dapat difungsikan sebagai ruang publik. Sedangkan menurut Jurgen Habermas, ruang publik baginya adalah suatu ruang yang menjembatani antara Negara dengan masyarakat sipil. Ruangan ini adalah ruangan universal, dimana orang-orang berkumpul untuk mendiskusikan apa saja yang perlu di diskusikan.⁹

Tujuan dikeluarkannya Peraturan Bupati tentang penyelenggaraan reklame itu adalah untuk mengendalikan tata ruang kota agar lebih tertata, meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, serta dapat melindungi kepentingan dan ketertiban umum, serta meningkatkan PAD (Selanjutnya disebut Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Trenggalek melalui penerimaan pajak reklame.

Tata ruang yang tertata berdampak pada kenyamanan pengguna ruang publik yaitu masyarakat. pengertian tata ruang sendiri adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang public baik yang direncanakan maupun yang tidak direncanakan, sedangkan yang dimaksud dengan wujud struktur pemanfaatan ruang adalah susunan unsur-unsur pembentuk lingkungan alam, lingkungan sosial, dan lingkungan buatan yang secara hirarkis dan struktural berhubungan satu dengan yang lainnya membentuk tata ruang. Adapun wujud pola

⁹ A. Setyo Wibowo, “*Kepublikan dan Keberivatan di Dalam Polius Yunani Kuno*” dalam f. Budi Hardiman (ed.), *Ruang Publik : Melacak Partisipasi Demokratis dari Polisi Sampai Cyberspace* (Yogyakarta: kanisius, 2010), hal. 25

pemanfaatan yang diantaranya meliputi pola lokasi, sebaran permukiman, tempat kerja industri serta pola penggunaan tana pedesaan dan perkotaan.¹

Dijelaskan pula pada Peraturan Bupati No. 14 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek, pasal 7 a, yang menerangkan tentang larangan dengan cara memasang pada tiang rambu jalan, tiang lampu pengatur lalu lintas, tiang penerangan jalan umum, tiang kamera lalu lintas, tiang listrik, tiang telepon, struktur jembatan, dinding gedung atau kantor pemerintah, tempat peribadatan, sarana pendidikan dan pagar; ¹ .

Dengan adanya peraturan tersebut seharusnya dapat mengoptimalkan penyelenggaraan pemasangan reklame yang efektif seperti yang diharapkan dan tidak mengganggu estetika pemandangan ruang publik.

Dalam hal ini, Perlu adanya upaya penertiban atas pelanggaran-pelanggaran yang terjadi terkait pemasangan reklame yang tidak tepat. Baik itu peletakan pemasangan yang tak sesuai, atau waktu masa reklame yang sudah melebihi batas ketentuan. Proses pemasangan yang dilakukan memerlukan standar pengawasan, penilaian dan tindakan perbaikan berupa penertiban. Dalam penertiban reklame, yang mempunyai wewenang dalam menertibkan reklame adalah satuan polisi pamong praja. Seperti yang tercantum dalam pasal 14 Peraturan Bupati No. 14 Tahun 2014 tentang penyelenggaraan reklame, menerangkan bahwa:

¹ Eko Budihardjo, *Pendekatan Sistem dalam Tata Ruang Pembangunan Daerah Untuk Meningkatkan Ketahanan Nasional*, (Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1995), hal. 42

¹ Pasal 7 (a) Peraturan Bupati Trenggalek No. 14 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek

1. Satpol PP berkoordinasi dengan KPPM dan SKPD Teknis melakukan penertiban terhadap penyelenggaraan reklame yang:
 - a. sudah berakhir masa berlakunya dan tidak dilakukan perpanjangan izin;
 - b. tidak memiliki izin dan tidak membayar pajak;
 - c. membahayakan, rusak dan roboh; dan
 - d. tidak memenuhi ketentuan penyelenggaraan reklame.

2. Reklame beserta bangunan konstruksi yang ditertibkan oleh Satpol PP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimanfaatkan oleh Pemerintah Daerah.

Adapun yang dimaksud dengan satuan polisi pamong praja berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2018 tentang Satuan Polisi Pamong Praja, pada Bab 1 pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa polisi pamong praja yang selanjutnya disebut Satpol PP adalah perangkat daerah yang dibentuk untuk menegakan peraturan daerah dan peraturan kepala daerah, menyelenggarakan ketertiban umum dan ketentraman serta menyelenggarakan perlindungan masyarakat. Adapun tugas dan wewenang dari Satpol PP itu antara lain:¹

- a. Melakukan tindakan penertiban nonyustisial terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang melakukan penyelenggaraan atas perda dan /atau peraturan kepala daerah .
- b. Menindak warga masyarakat atau badan hukum yang mengganggu ketertiban umum dan ketentraman masyarakat .
- c. Fasilitasi dan pemberdayaan kapasitas penyelenggaraan perlindungan masyarakat

¹ Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2018 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja

- d. Melakukan tindakan penyelidikan terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang di duga melakukan pelanggaran atas perda dan/atau peraturan kepala daerah.
- e. Melakukan tindakan administratif terhadap warga masyarakat, aparatur, atau badan hukum yang melakukan pelanggaran atas perda dan/atau peraturan kepala daerah.

Sebagai contoh reklame di Kabupaten Trenggalek yang masih banyak sekali Seperti pemasangan iklan dengan cara dipaku di pepohonan di sekitar jalan raya, bertumpuknya papan iklan satu sama lain, mengganggu keindahan pemandangan kota dan bahu jalan, dan masih banyak lagi sehingga mengganggu fungsi yang sebenarnya dari ruang publik.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: “Penyelenggaraan Reklame Dalam Upaya Memaksimalkan Fungsi Ruang Publik di Kabupaten Trenggalek”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat memaparkan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Kabupaten Trenggalek dalam perspektif fiqih bi'ah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka peneliti dapat memaparkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Kabupaten Trenggalek.
- b. Untuk mendeskripsikan penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Trenggalek dalam perspektif fiqih bi'ah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

Sebagai sumbangan penting dan memperluas wawasan bagi kajian penerapan dan pengawasan sehingga dapat dijadikan sebagai rujukan untuk pengembangan keilmuan yang akan datang. Memberikan sumbangan penting dan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang Penyelenggaran reklame dalam upaya memaksimalkan ruang publik di Kabupaten Trenggalek.

2. Secara praktis

a. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi masyarakat mengenai penyelenggaraan reklame.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan berharga dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan ruang publik di Kabupaten Trenggalek.

c. Bagi Peneliti

Dari penelitian ini peneliti dapat meningkatkan kemampuan dalam melakukan sebuah penelitian ilmiah dan dapat menambah pengetahuan di bidang pengawasan dan penerapan hukum yang berlaku.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Reklame sendiri ialah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.¹

3

b. Ruang Publik adalah Areal atau tempat dimana suatu masyarakat atau komunitas dapat berkumpul untuk meraih tujuan yang sama, sharing permasalahan baik permasalahan pribadi maupun kelompok.¹

4

¹ Peraturan Bupati Trenggalek³No. 14 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek

¹ Garin Nugroho, *Republik Tanpa Ruang Publik* (Yogyakarta: IRE Pess, 2005), hal. 9

- c. Peraturan Bupati Nomor 14 Tahun 2014 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek pasal 6 ayat 1 yang berbunyi Setiap penyelenggaraan reklame harus memenuhi standar.¹
- d. Fiqih Bi'ah. Dalam hal ini penulis menggunakan prespektif 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) alfahmu (pemahaman).¹ 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, serta makhluk hidup lain.¹ 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 Istilah Operasional

Penegasan secara operasional dari judul “Penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Kabupaten

¹ Pasal 6 Ayat (1) Peraturan Bupati Trenggalek No. 14 Tahun 2014 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek

¹ Muhammad bin Ya’qub al-Fâyrus Abadi, *Al-Qamus Al-Muhith*, (Beirut: Muassasah ArRisalah, 2005), cet. VIII, hal. 1250

¹ Jamaluddin Abdurrahim bin Hasan Al-Asnawi, *Nihayatu As-Sul Fi Syarhi Minhaji AlWushul ‘ila ‘Ilmi Al-Ushul*, (Beirut: Dar Ibnu Hazm, 1999), cet. 1, juz 1, hal. 16

Trenggalek.” Penelitian ini mengkaji lebih mendalam tentang penyelenggaraan reklame, pengawasan tata ruang kota, pemaksimalan ruang publik di Kabupaten Trenggalek dalam perspektif Peraturan Bupati No 14 Tahun 2014 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Trenggalek dan penyelenggaraan reklame menurut perspektif Fiqih Bi’ah.

F. Sistematika Kepenulisan Skripsi

Sistematika pembahasan adalah bagian utama dari skripsi yang bertujuan untuk menghadirkan poin utama yang didiskusikan secara sistematis dan logis. Untuk mempermudah penelitian dan pemahaman secara menyeluruh tentang penelitian yang akan dilakukan, maka dipandang perlu untuk memaparkan sistematika penelitian laporan dan pembahasan skripsi.

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini dapat dijelaskan bahwa terbagi menjadi tiga bagian utama, yakni bagian primiliner, bagian isi, dan bagian akhir, lebih rinci lagi dapat diuraikan sebagai berikut:

Bagian primiliner, yang berisi: halaman depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan kesalihan, halaman motto, halaman persembahan, halaman prakata, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman lambing dan singkatan, halaman table lampiran, halaman daftar isi, halaman abstrak, dan halaman daftar isi.

Bagian isi atau teks, yang merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi ke dalam sub-sub bab.

Bab I: Pada penelitian ini memuat mengenai pendahuluan yang terdiri dari:
(a) Latar belakang masalah merupakan penjelasan mengenai problematika yang

akan diteliti dan alasan kemenarikan dan pentingnya masalah yang akan diteliti, (b) rumusan masalah berisi tentang pertanyaan tentang cakupan yang akan digali dan dikaji, (c) Tujuan Penelitian merupakan gambaran yang akan dituju dalam penelitian, dan Kegunaan Penelitian berisi penjelasan kontribusi yang akan diberikan setelah usai penelitian, dan (d) sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian Pustaka. Dalam bab ini dipaparkan berbagai teori yang dijadikan pijakan penelitian, meliputi berbagai teori penelitian yaitu tata cara penyelenggaraan reklame, Peraturan Bupati No. 14 tahun 2014 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, fiqh bi'ah, penelitian terdahulu yang relevan dan paradigma penelitian.

Bab III: Metode Penelitian yang terdiri atas jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data penelitian, prosedur pengumpulan data penelitian, analisis data penelitian, pengecekan keabsahan data dan tahap penelitian.

Bab IV: Paparan data dan temuan penelitian. Dalam bab ini dipaparkan mengenai penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Kabupaten Trenggalek dan temuan penelitian.

Bab V: Pembahasan yang berisi penyelenggaran reklame dalam upaya memaksimalkan ruang public di Kabupaten Trenggalek dalam perspektif Peraturan Bupati No 14 Tahun 2014 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame dan penyelenggaraan reklame dalam upaya memaksimalkan ruang publik dalam perspektif fiqh bi'ah.

Bab VI: Penutup, yang berisi; a) kesimpulan hasil penelitian dan b) saran.

Bagian akhir skripsi ini memuat daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan biodata peneliti. Pemaparan bab ini adalah 1) pada bagian daftar rujukan memuat daftar buku yang dikutip untuk dijadikan referensi atau literatur yang memuat informasi tentang nama pengarang, judul karangan, tempat penervit dan tahun penerbitan. 2) pada bagian lampiran memuat tentang data-data hasil observasi partisipasif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. 3) biodata peneliti.