

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penyelenggaraan Perizinan

Penyelenggaraan reklame merupakan bagian yang tak terlepas dari perizinan, penyelenggaraan perizinan reklame sendiri memiliki fungsi untuk pengendalian ketertiban agar tercipta masyarakat yang patuh akan aturan yang berlaku tentang reklame.

Penyelenggaraan perizinan dapat diartikan sebagai salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan bersifat pengendalian yang dimiliki oleh pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Bentuk perizinan antara lain: pendaftaran, rekomendasi, sertifikasi, penentuan kuota dan izin untuk melakukan sesuatu usaha yang biasanya harus memiliki atau diperoleh suatu organisasi perusahaan atau seseorang sebelum yang bersangkutan dapat melaksanakan suatu kegiatan atau tindakan. Dengan memberi izin, pengusaha memperkenankan orang yang memohonnya untuk melakukan tindakan tertentu yang sebenarnya dilarang demi memperhatikan kepentingan umum yang mengharuskan adanya pengawasan.¹

Instrumen perizinan digunakan untuk mengarahkan/ mengendalikan (aturan) aktifitas tertentu, mencegah bahaya yang dapat ditimbulkan oleh aktifitas tertentu, melindungi objekobjek tertentu, mengatur distribusi benda

¹ Adrian Suteedi, *Hukum Perizinan: Dalam Sektor Pelayanan Publik*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hal. 167

langka, Seleksi orang dan/atau aktifitas tertentu. Dengan tujuan yang demikian maka setiap izin pada dasarnya membatasi kebebasan individu. Dengan demikian wewenang membatasi hendaknya tidak melanggar prinsip dasar negara hukum, yaitu asas legalitas.²

1. Pengertian perizinan Berserta Fungsi dan Tujuan Perizinan

Pengertian perizinan di dalam kamus hukum, izin di jelaskan sebagaimana perkenaan/izin dari pemerintah yang disyaratkan untuk perbuatan yang pada umumnya memerlukan pengawasan khusus, tetapi yang pada umumnya tidaklah dianggap sebagai hal-hal yang sama sekali tidak dikehendaki.³ Beberapa ahli mengartikan perizinan dengan sudut pandang yang berbeda-beda antarasatu dengan yang lain. Adapaun pengertian izin menurut para ahli sebagai berikut:

- a. E. Utrecht mengartikan izin (*vergunning*) bila pembuat peraturan umumnya tidak melarang suatu perbuatan, tetapi masi juga memperkenankannya asal saja diadakan secara yang ditentukan untuk masing-masing hal konkret, keputusan administasi negara yang memperkenankan perbuatan tersebut bersifat suatu izin.⁴
- b. N.M Splet dan J.B.J.M ten Berge, izin merupakan suatu persetujuan dan penguasa berdasarkan undang-undang atau peraturan pemerintah untuk

² Philipus M. Hadjon et al. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press 1998).

³ HR, Ridwan.. *Hukum Administrasi Negara*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 198

⁴ E.Utrecht. *Pengantar dalam Hukum Indonesia*. (Jakarta: Ichtiar 1957), hal. 187 dalam Andrian Sutedi. 2010. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*. Jakarta. Sinar Grafika. Hal 167

dalam keadaan tertentu menyimpang dari ketentuan larangan perundang-undangan (izin dalam arti sempit).⁵

- c. Bagir Manan mengartikan izin dalam arti luas, yang berarti suatu persetujuan dari penguasa berdasarkan peraturan perundang-undangan untuk memperbolehkan melakukan tindakan atau perbuatan tertentu yang secara umum dilarang.⁶
- d. Ateng Syarifudin mengatakan bahwa izin bertujuan dan berarti menghilangkan halangan, hal yang dilarang menjadi boleh, atau *alsopheffing van een algemene verbodsregel in het concrete geval* (sebagai peniadaan ketentuan larangan umum dalam peristiwa kongret).⁷

Adapun pengertian perizinan adalah salah satu bentuk pelaksanaan fungsi pengaturan dan bersifat pengadilan yang dimiliki oleh pemerintah terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat. Perizinan dapat berbentuk pendaftaran, rekomendasi, sertifikat, penentuan kuota dan izin untuk melakukan sesuatu usaha yang biasanya harus dimiliki atau seseorang sebelum yang bersangkutan dapat melakukan suatu kegiatan atau tindakan.

Dalam hal izin kiranya perlu dipahami bahwa sekalipun dapat dikatakan dalam ranah keputusan pemerintah, yang dapat mengeluarkan izin ternyata tidak selalu organ pemerintah. Contohnya izin untuk melakukan pemeriksaan terhadap anggota dewan perwakilan rakyat, dalam hal ini

⁵ Helmi 2012 *Hukum Perizinan Lingkungan Hidup*, (Jakarta Sinar Grafika), hal. 77. Mengutip Philipus M. Hadjon. 1993. *Pengantar Hukum Perizinan*. (Surabaya: Yuridika), hal. 2-3

⁶ Andrian Sutedi. 2010. *Hukum Perizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, (Jakarta: Sinar grafika) hal. 170

⁷ Ateng Syafrudin, 2010. *Hukum perizinan untuk Berbagai kegiatan*, Makalah tidak dipublikasikan, hal. 1

dikeluarkan oleh presiden selaku kepala negara dan contohnya, badan pengawas keuangan akan melakukan pemeriksaan untuk mendapatkan akses data dari suatu pihak wajib pajak, maka terlebih dahulu harus ada izin menteri keuangan. Karena itu konteks hubungan dalam perizinan menampakkan kompleksitasnya. Tidak terbatas pada hubungan antara pemerintah dan rakyat, tetapi juga menyangkut hubungan kelembagaan suatu negara.⁸

Ketentuan tentang perizinan mempunyai fungsi mengatur dan menertibkan. Sebagai fungsi mengatur yaitu dimaksudkan agar izin atau setia izin tempat-tempat usaha bangunan atau bentuk kegiatan masyarakat lainnya tidak bertentangan satu sama lain, sehingga terciptanya ketertiban dalam segi kehidupan bermasyarakat.

Sebagai fungsi mengatur, dimaksudkan bahwa perizinan yang ada dapat dilaksanakan sesuai dengan peruntukannya, sehingga tidak terdapat penyalahgunaan izin yang telah diberikan, dengan kata lain fungsi pengaturan ini didapat juga sebagai fungsi yang dimiliki oleh pemerintah.⁹

Adapun tujuan perizinan, hal ini tergantung pada kenyataan kongret yang dihadapi. Meskipun demikian, secara umum dapatlah disebut sebagai berikut:¹

- a. Keinginan mengarahkan (mengendalikan) aktivitas tertentu
- b. Mencegah bahaya bagi lingkungan

⁸ Y. Sri Pudyatmoko, *Perizinan Problem dan Upaya Pembenahan*, (Jakarta: Grasindo, 2009). hal 10

⁹ Andrian Sutedi, *Hukum perizinan dalam sektor pelayanan public...*, hal. 193

¹ Juniarso Ridwan dan Achmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara Dan Kebijakan Pelayanan Public*, (Bandung: Nuansa, 2017), hal. 20

- c. Kengininan melindungi objek-objek tertentu
- d. Hendak membagi benda-benda yang sedikit
- e. Pengarahan, dengan menyeleksi orang-orang dan aktivitas, dimana pengurus harus memenuhi syarat tertentu.

2. Unsur-Unsur Perizinan

Dari pengertian perizinan, terdapat beberapa unsur perizinan diantaranya:¹

a. Instrument yuridis

Dalam Negara hukum modern tugas, kewenangan pemerintah tidak hanya sekedar menjaga ketertiban dan keamanan, tetapi juga mengupayakan kesejahteraan umum. Tugas dan kewenangan pemerintah untuk menjaga ketertiban dan keamanan merupakan tugas klasik yang sampai kini masih tetap dipertahankan. Dalam rangka melaksanakan tugas ini kepada pemerintah diberikan wewenang dalam bidang pengaturan, yang dari fungsi pengaturan ini muncul beberapa instrumen yuridis untuk menghadapi peristiwa individual dan konkret, yaitu dalam bentuk ketetapan. Salah satu wujud dari ketetapan yang bersifat konstitutif dan yang digunakan oleh pemerintah untuk menghadapi atau menetapkan peristiwa konkret.

b. Peraturan Perundang-undangan

Salah satu prinsip dalam Negara hukum adalah *welmatigheid van bestuur* atau pemerintahan berdasarkan peraturan perundang-undangan.

¹ Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2006), hal. 201-202

Dengan kata lain, setiap tindakan hukum pemerintah, baik dalam menjalankan fungsi wewenang yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan.

c. Organ pemerintah

Organ pemerintah adalah organ yang menjalankan urusan pemerintah baik ditingkat pusat maupun di tingkat daerah. Menurut Sjachran Basah, dari penelusuran berbagai ketentuan penyelenggara pemerintahan dapat diketahui bahwa mulai dari administrasi Negara tertinggi (presiden) sampai dengan administrasi terendah (lurah) berwenang memberikan izin. Ini berarti terdapat aneka ragam administrasi Negara termasuk instansinya memberikan izin, yang didasarkan pada jabatan yang dijabatnya baik di tingkat pusat maupun daerah.

d. Peristiwa konkret

Disebutkan bahwa izin merupakan instrumen yuridis yang berbentuk keputusan, yang digunakan oleh pemerintah dalam menghadapi peristiwa konkret dan individual

e. Prosedur dan persyaratan

Pada umumnya permohonan izin harus menempuh prosedur tertentu yang ditentukan oleh pemerintah selaku pemberi izin. Di samping harus menempuh prosedur tertentu, permohonan izin juga harus memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, pemohon izin juga harus memenuhi persyaratan tertentu yang ditentukan oleh pemerintah atau

pemberi izin. Prosedur dan persyaratan perizinan itu berbeda-beda tergantung jenis izin, tujuan izin, dan instansi pemberi izin.

3. Sifat izin

Pada dasarnya izin merupakan keputusan pejabat/badan tata usaha negara yang berwenang yang memiliki sifat diantaranya:¹

2

- a. Izin bersifat bebas, adalah izin sebagai keputusan tata usaha negara yang penerbitannya tidak terikat pada aturan dalam hukum tertulis serta organ yang berwenang dalam izin memiliki kadar kebebasan yang besar dalam memutuskan pemberian izin.
- b. Izin bersifat berikat, adalah izin sebagai keputusan tata usaha negara yang penertibatannya terikat pada aturan dan hukum tertulis serta organ yang berwenang dalam izin kadar kebebasannya dan wewenangnya tergantung pada kadar sejauhmana peraturan perundang-undangan
- c. Izin yang bersifat menguntungkan, adalah izin yang mempunyai sifat menguntungkan pada yang bersangkutan, yang berarti yang bersangkutan diberikan hak-hak atau pemenuhan tuntutan yang tidak akan ada tanpa keputusan tersebut .
- d. Izin yang bersifat memberatkan, ada izin yang memberikan beban kepada orang lain atau masyarakat di sekitarnya dan mengandung unsur-unsur memberatkan dalam bentuk ketentuan-ketentuan yang berkaitan kepadanya.

¹ Andrian Sutedi, *Hukum Perizinan dan Sektor Pelayanan Publik...*, hal. 173-175

- e. Izin yang segera berakhir, adalah izin yang menyangkut tindakan-tindakan yang akan segera berakhir atau izin yang masa berlakunya relatif pendek.
- f. Izin yang berlangsung lama, adalah izin yang menyangkut tindakan-tindakan yang berakhirnya masa berlakunya relatif lebih lama
- g. Izin yang bersifat pribadi adalah izin yang isinya tergantung pada sifat kualitas pribadi dan pemohon izin
- h. Izin yang bersifat kebendaan adalah izin yang isinya tergantung sifat dan objek izin

4. Jenis dan bentuk izin

Menurut Amrah Muslimin, bahwa izin tersebut dibaginya ke dalam tiga bagian bentuk perizinan antara lain:¹

- a. Lisensi ini merupakan izin yang sebenarnya dasar pemikiran mengadakan penetapan yang merupakan lisensi ini ialah bahwa hal-hal yang diliputi oleh lisensi diletakkan di bawah pengawasan pemerintahan, bahwa mengadakan penertiban, umpamanya: izin perusahaan bioskop.
- b. Dipensasi, ini adalah suatu pengecualian dari ketentuan umum, dalam hal mana pembuat undang-undang sebenarnya dalam prinsipnya tidak berniat mengadakan pengecualian.
- c. Konsesi disini pemerintah mengizinkan sendiri dan mengajurkan adanya usaha-usaha industri gula atau pupuk dengan memberikan fasilitas-

¹ *Ibid.*, hal. 25

fasilitas kewenangan kewajiban contoh: konsesi pengobatan minyak bumi

Jadi sesuai dengan sifatnya, yang merupakan bagian dari keputusan, izin selalu di buat dalam bentuk tertulis.¹

4

5. Bentuk dan isi izin

Sesuai dengan sifatnya yang sesuai dengan keputusan, izin selalu dibuat dalam bentuk tertulis. Sebagai keputusan tertulis, secara umum izin memuat hal-hal sebagai berikut:

a. Organ yang berwenang

Dalam izin dinyatakan siapa yang memberikannya, biasanya dari kepala surat dan penandatanganan izin akan nyata organ mana yang memberikan izin. Pada umumnya organ berwenang dalam system perizinan, organ yang paling berbekal dan paling memiliki kompeten mengenai materi dan tugas bersangkutan., dan hampir yang selalu yang terkait adalah organ pemerintah. Karena itu jika dalam suatu undang-undang tidak dinyatakan secara tegas organ mana dari lapisan tertentu yang berwenang tetapi misalnya hanya dinyatakan organ pemerintahan secara umum bahwa “haminate” yang berwenang, maka dapat diduga organ yang dimaksud adalah organ pemerintahan haminante, yakni wali haminante dengan para pengurus hariannya. Namun untuk menghindari keraguan dikebanyakan undang-undang pada permulaanya dicantumkan ketentuan definisi.

¹ N.M. Spelt dan J.B.J.M. teñ Berge , *Pengantar Hukum Perizinan*, (Yurdika: Surabaya, 1993), hal. 11-15

b. Yang dialamatkan

Izin ditujukan pada pihak yang berkepentingan. Biasanya izin lahir setelah yang berkepentingan melakukan permohonan untuk itu. Karena itu, keputusan izin akan dialamatkan pada yang memohon izin. Ini biasanya dialami oleh orang atau badan hukum. Dalam hal-hal tertentu, keputusan tentang izin juga penting bagi pihak yang berkepentingan. Artinya pihak pemerintah selaku pemberi izin harus pula mempertimbangkan kepentingan pihak ketiga yang mungkin memiliki keterkaitan dengan penggunaan izin tersebut.

c. Diktum

Keputusan yang memuat izin, demi alasan kepastian hukum, harus memuat uraian sejelas mungkin untuk apa izin itu diberikan. Bagian keputusan ini, dimana akibat-akibat hukum yang ditimbulkan oleh keputusan, dinamakan diktum, yang merupakan inti dari keputusan. Setidak-tidaknya diktum ini memuat keputusan pasti, yang memuat hak-hak dan kewajiban yang dituju oleh keputusan tersebut.

d. Ketentuan-ketentuan, pembatasan-pembatasan dan syarat-syarat.

Sebagaimana kebanyakan keputusan didalamnya terdapat ketentuan, pembatasan, dan persyaratan demikian pula keputusan yang berisi izin ini. Ketentuan-ketentuan ialah kewajiban-kewajiban yang dapat dikaitkan pada keputusan yang menguntungkan. Ketentuan-ketentuan pada izin banyak terdapat pada praktik Hukum Administrasi

Negara. Misalnya dalam undang-undang gangguan ditunjukkan ketentuan-ketentuan seperti berikut:

- 1) Ketentuan-ketentuan tujuan (dengan maksud mewujudkan tujuan-tujuan tertentu, seperti mencegah pengotoran tanah)
- 2) Ketentuan-ketentuan sarana (kewajiban menggunakan sarana tertentu)
- 3) Ketentuan-ketentuan instruksi (kewajiban bagi pemegang izin untuk memberi instruksi-instruksi tertulis kepada personel dalam lembaga)
- 4) Ketentuan-ketentuan ukur dan pendaftaran (pengukuran untuk menilai kadar bahaya atau gangguan)

Dalam hal ketentuan-ketentuan tidak dipenuhi, terdapat pelanggaran izin. Tentang saksi yang diberikan atasannya, pemerintah harus memutuskan tersendiri dalam pembuatan keputusan termasuk keputusan berisi izin, dimasukkan pembatasan-pembatasan. Pembatasan-pembatasan dalam izin memberikan kemungkinan untuk secara praktis melingkari lebih lanjut tindakan yang dibolehkan. Pembatasan-pembatasan dibentuk dengan menunjukan batas-batas dalam waktu, tempat atau dengan cara lain. Sebagai contoh, pada izin lingkungan dapat dimuat pembatasan izin untuk periode tertentu misalnya 5 tahun. Disamping itu dalam keputusan dimuat syarat-syarat dengan menetapkan syarat-syarat, akibat-akibat hukum tertentu digantungkan pada timbulnya suatu peristiwa di kemudian hari yang belum pasti. Dalam keputusan yang berisi izin dapat dimuat syarat penghapusan dan syarat penangguhan.

e. Pemberian Alasan

Pemberian alasan dapat memuat hal-hal seperti penyebutan ketentuan undang-undang, pertimbangan-pertimbangan hukum, dan penetapan fakta. Penyebutan ketentuan undang-undang memberikan pegangan kepada semua yang bersangkutan, organ yang berkuasa dan yang berkepentingan, dalam menilai keputusan itu. ketentuan undang-undang berperan pula dalam penilaian oleh yang berkepentingan tentang apa yang harus dilakukan dalam hal mereka menyetujui keputusan yang bersangkutan. Pertimbangan hukum merupakan hal penting bagi organ pemerintahan untuk memberikan atau menolak permohonan izin. Pertimbangan hukum ini lahir biasanya dari interpretasi organ pemerintahan terhadap ketentuan undang-undang. Adapun penetapan fakta berkenaan dengan hal diatas. Artinya interpretasi yang dilakukan oleh organ pemerintahan terhadap ketentuan undang-undang yang relevan, turut didasarkan pada fakta-fakta sebagaimana ditetapkannya. Dalam keadaan tertentu organ pemerintahan dapat menggunakan data dari pemohon izin disamping data dari para ahli dan konsultan.

f. Pemberitahuan-pemberitahuan Tambahan

Pemberitahuan tambahan dapat berisi kepada yang dialamatkan ditunjukkan akibat-akibat yang ditimbulkan dari pelanggaran dalam izin, seperti sanksi-sanksi yang diberikan karena ketidak patuhan. Pemberitahuan-pemberitahuan ini mungkin saja petunjuk-petunjuk bagaimana kemudian hari mengajukan permohonan. Pemberitahuan-

pemberitahuan ini sejenis pemberitahuan yang berlebihan, yang pada dasarnya terlepas dari dictum sebagai inti keputusan. Sebab itu mengenai pemberitahuan-pemberitahuan ini, karena tidak termasuk dalam hakikat keputusan, secara formal seseorang tidak dapat menggugat melalui hakim administrasi.

Adapun pihak-pihak yang berwenang mengeluarkan izin Secara langsung pada bagian ini dapat dikatakan pihak yang berwenang mengeluarkan izin tersebut adalah pemerintah. Hanya saja dalam hal yang demikian harus dapat dilihat izin yang bagaimanakah yang dimohonkan oleh masyarakat, sehingga dengan demikian akan dapat diketahui instansi pemerintah yang berwenang mengeluarkan izin tersebut. Misalnya izin keramaian atau izin mengeluarkan pendapat di muka umum, maka izin tersebut di dapatkan melalui kepolisian setempat dimana keramaian akan dilakukan. Dalam kajian pihak-pihak yang berwenang mengeluarkan izin maka dasarnya yang perlu dikaji adalah kedudukan aparatur pemerintah yang melakukan tugasnya di bidang administrasi negara pemberian izin kepada masyarakat.

Agar aparatur pemerintah sebagai bagian dari unsur administrasi negara dapat melaksanakan fungsinya, maka kepadanya harus diberikan keleluasan. Keleluasan ini langsung diberikan oleh undang-undang itu sendiri dengan kekluasaan delegasi kepada pemerintah seperti Gubernur, Bupati/Walikota untuk bertindak atas dasar hukum dan atau dasar kebijaksanaan. Di samping keleluasaan tali, kepada aparatur

pemerintah selaku pelaksana fungsi dalam administrasi negara juga diberikan suatu pembatasan agar pelaksanaan perbuatan-perbuatannya itu tidak menjadi apa yang disebut sebagai *onrechtmatig overheeddaat*. Setidaknya perbuatan itu tidak melawan hukum baik formil maupun materil. Tidak boleh melampaui penyalahgunaan kewenangan menurut undang-undang.

B. Reklame

1. Pengertian Reklame

Reklame adalah benda atau 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. 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 Persamanya adalah sama-sama mempunyai fungsi dan tujuannya yang hampir sama.

¹ Djaslim Saladin. *Manajemen Pemasaran*. (Bandung: Linda Karya. 2003), hal. 219

Dalam dunia informasi sekarang ini, ketika periklanan luar ruangan (*outdoor*) atau bisa disebut dengan reklame mengalami berbagai macam inovasi untuk dapat menjadi alternative media pemasaran yang efektif. Reklame kini telah dilengkapi hiasan, efek menyolok, efek gerakan dan sinar serta elektronik/digital. Iklan tersebut sengaja dipasang pada gedung-gedung yang tinggi atau dilengkapi dengan untaian lampu reklame yang kerlap-kerlip seperti biasa ditemukan di kota-kota Asia.¹

6

Terdapat berbagai ragam bentuk dan cara pemasangan serta penempatan reklame, pemasangan reklame juga mengalami pasang-surut sesuai perkembangan ekonomi dan munculnya media baru dalam pemasangan iklan. Lebih spesifik menurut Yulisar, reklame dapat didefinisikan sebagai benda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk, susunan atau corak ragamnya dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau seseorang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum.¹

7

Reklame merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan untuk mempromosikan produknya. Masyarakat Perreklamean Indonesia mendefinisikan reklame sebagai segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Sebagai media komunikasi

¹ Frank Jefkins, *Periklanan*. Edisi Ketiga. Terjemahan Haris Munandar, (Erlangga, Jakarta, 1996), hal. 126

¹ Yulisar Bakri, "*Studi Faktor⁷ Nilai Strategis Lokasi Dalam Penempatan Reklame*". Tesis Magister tidak diterbitkan, Program Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Program Pasca Sarjana, Institut Teknologi Bandung, 1999

pemasaran, tujuan perreklamean dapat digolongkan menurut sasarannya yaitu:¹ 8

a. Reklame informative

Dalam hal ini, reklame bertujuan membentuk permintaan pertama dengan memberitahukan kepada pasar tentang produk baru, mengusulkan kegunaan baru suatu produk, memberitahukan tentang perubahan harga, menjelaskan cara kerja suatu produk, menjelaskan pelayanan yang tersedia, mengoreksi kesan yang salah, mengurangi kecemasan pembeli, dan membangun citra perusahaan.

b. Reklame persuasive

Reklame persuasif bertujuan membentuk permintaan selektif suatu merk tertentu. Ini dilakukan pada tahap kompetitif dengan membentuk preferensi merk, mendorong alih merk, mengubah persepsi pembeli tentang produk, membujuk pembeli untuk membeli sekarang, dan membujuk pembeli menerima kunjungan penjualan.

c. Reklame pengingat

Reklame ini sangat penting dalam tahap kedewasaan suatu produk untuk menjaga agar konsumen selalu mengingat akan produk tersebut.

d. Reklame penambah nilai

Reklame ini bertujuan menambah nilai merk pada persepsi konsumen dengan melakukan inovasi, perbaikan kualitas, dan penguatan persepsi konsumen.

¹ Muchamad Suyanto. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*, (Yogyakarta: Andi Offset CV 2004), hal. 5

e. Reklame bantuan aktivitas lain

Reklame ini bertujuan membantu memfasilitasi usaha lain perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran.

Reklame digunakan sebagai media iklan ruang terbuka yang iklan yang dinilai lebih efektif dan lebih murah dalam menyampaikan pesan, khalayak tidak dipungut biaya apapun untuk melihat dan memahaminya. Produk atau jasa yang ditawarkanpun bersifat gratis dengan tujuan agar khalayak menjadi tertarik, terpengaruh dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Media ruang terbuka biasanya ditempatkan di ruangan terbuka seperti di sepanjang jalan utama, atau di tempat-tempat yang dirasa efektif dan strategis untuk dapat dilihat secara umum.

Dalam proses produksi, media iklan ruang terbuka juga mempunyai beberapa tahapan-tahapan, seperti persiapan desain, persiapan bahan, dan proses pembuatan iklan ruang terbuka. Dan dalam proses pembuatannya diperlukan ketelitian untuk memperoleh hasil yang maksimal. Berikut beberapa proses tahapan dan strategi kreatif:¹ 9

- a. Pendekatan generik yang berorientasi pada keunggulan biaya keseluruhan dan diferensiasi.
- b. Pendekatan preemptive yang merupakan strategi yang cerdas karena menonjolkan superioritasnya dan merupakan pernyataan yang unik.

¹ *Ibid.*, hal. 13

- c. Pendekatan Unique Selling Proposition yang berorientasi pada keunggulan atau kelebihan produk yang tidak dimiliki oleh produk saingannya.
- d. Menciptakan suatu brand image yang tujuannya diproyeksikan pada suatu citra tertentu. Gagasannya adalah agar konsumen dapat menikmati keuntungan psikologis, selain keuntungan fisik dari sebuah produk.
- e. Pendekatan inherent drama yang menekankan elemen dramatik yang diekspresikan pada manfaat iklan tersebut.
- f. Konsep Positioning yang mempunyai gagasan menempatkan sebuah produk untuk mendapatkan posisi yang baik dalam benak konsumen.

Saat mendengar tentang media ruang luar, yang terpikir pertama kali di benak adalah billboard. Akan tetapi, semakin banyaknya billboard dan penempatannya yang tidak teratur, dapat menyebabkan pandangan menjadi kurang nyaman. Padahal jenis-jenis media ruang terbuka tidak sesempit itu. Apapun yang terlihat di sekitar masyarakat dan dipandu oleh kreativitas dalam mengolahnya dapat digunakan objek media iklan. Terdapat beragammacam jenis media iklan ruang terbuka, yaitu sebagai berikut:

a. Billboard

Media iklan ruang terbuka berbahan dasar aluminium, pembuatannya pun tidak terlampau sukar atau rumit dalam menuangkan ide atau gagasan dari desainer, namun memerlukan ketelitian agar hasil yang didapat maksimal. Media iklan ruang terbuka ini biasanya dipasang di sepanjang jalan utama dan tempatnya yang strategis agar dapat dilihat

oleh orang banyak. Untuk ukuran billboard tergantung dengan pemesanan.

b. Street Furniture

Iklan street furniture meliputi bus shelter, urban furniture, kiosk, convenience store, dan shopping mall, stasiun bus, stasiun kereta api maupun bandara udara.

c. Transit

Iklan transit dapat berupa iklan di bus, mobil, taksi, kereta api, dan truk. Iklan ini menggunakan transit yang dililokan atau ditempelkan pada badan media tersebut.

d. Alternative Media

Periklanan outdoor dapat pula berupa alternative media, misalnya tulisan di udara, arena stadion, kampus, resort, digital media dan gedung bioskop.²

2. Karakteristik Reklame

Ukuran reklame yang dipergunakan dewasa ini, sangat bervariasi, mulai dari ukuran uang kertas yang kecil sampai uang kertas yang sangat besar seperti yang kita sering temui di tanah kosong atau papan bulletin yang dipasang di pusat-pusat perbelanjaan. Variasi ukuran hanya merupakan salah satu karakteristik reklame. Secara umum karakteristik media periklanan tersebut dapat dirangkum sebagai berikut:²

² *Ibid.*, hal. 2

² Frank Jefkins, *periklanan...*, hal. 128

- a. Ukuran dan dominasi: ukuran relative besar, mendominasi pemandangan dan mudah menarik perhatian;
- b. Warna: dihiasi dengan aneka warna, gambar-gambar dan pemandangan yang realitas sehingga memudahkan pemirsa untuk mengingat produk yang diwakilinya;
- c. Pesan-pesan singkat: karena dimaksud untuk menarik perhatian orang-orang yang sedang bergerak dan dilihat dari kejauhan. Kalimat atau pesan-pesan tertulis biasanya terbatas pada slogan singkat atau sekedar satu nama yang sengaja dicetak dengan huruf besar-besar dan menyolok;
- d. Zoning: kampanye iklan secara umum dapat diorganisir pada suatu kawasan atau kota tertentu. Pemasangan reklame dalam jumlah minimum diatur di setiap kota untuk menjamin kesempatan penyimak yang maksimum dari pemirsa. Penempatan reklame secara strategis dapat menciptakan suatu kampanye iklan yang sangat ekonomis;
- e. Efek menyolok: karakteristik reklame yang paling penting adalah kemampuannya dalam menciptakan kesan atau ingatan pemirsa melalui penebalan, warna, ukuran dan pengulangan.

3. Tipologi Reklame

Reklame dapat dibedakan dalam berbagai klasifikasi. Pengklasifikasian setiap reklame berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang, tujuan dan kepentingan yang hendak dicapai. Perbedaan pengklasifikasian ini berkaitan erat dengan bentuk-bentuk pengelolaan atau pengaturan yang ditetapkan. Pemahaman atas kesamaan dan perbedaan antara kelompok reklame

tersebut diklasifikasikan, merupakan kunci dalam memahami suatu pengelolaan reklame.²

a. Klasifikasi Secara Umum

Secara umum klasifikasi reklame dapat berdasarkan isi pesan, bahan, sifat informasi dan teknis pemasangannya. Berdasarkan hal tersebut, klasifikasi media reklame ini akan dipaparkan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan isi pesannya, media reklame dibedakan atas:
 - a) Media komersial, menyangkut media reklame yang memberikan informasi suatu barang atau jasa untuk kepentingan dagang (*private sign*);
 - b) Media reklame non-komersial, merupakan media reklame yang mengandung informasi pelayanan kepada masyarakat (*public sign*).
- 2) Berdasarkan bahan dan periode waktu yang digunakan, media reklame dibedakan atas:²
 - a) Media reklame permanen. Umumnya media ini ditempatkan atau dibuat pada pondasi sendiri, dimasukkan ke dalam tanah, dipasang atau digambar pada struktur yang permanen. Kebanyakan jenis media reklame ini yang diijinkan untuk dipasang;
 - b) Media reklame temporer. Media reklame ini digunakan pada suatu waktu tertentu saja ketika ada suatu acara/pertunjukan dan sejenisnya, dan sesudahnya tidak digunakan lagi. Media reklame

² Yulisar, *Studi Faktor Nilai Strategis Lokasi Dalam Penempatan Reklame...*, hal. 199

² *Ibid.*, hal. 2

jenis ini mempunyai ciri mudah untuk dipindahkan atau dibongkar tidak terbuat dari bahan yang mahal.

- 3) Berdasarkan sifat penyampain informasi, terdiri atas:
 - a) Media reklame yang bersifat langsung. Media ini berkaitan dengan kegiatan pada suatu bangunan atau lingkungan tempat media reklame tersebut diletakkan, seperti media reklame yang menunjukkan identitas usaha atau bangunan;
 - b) Media reklame yang bersifat tidak langsung. Media reklame jenis ini berisi pesan-pesan yang tidak mempunyai keterkaitan langsung dengan kegiatan dalam bangunan atau lingkungan dimana media reklame tersebut berada.
- 4) Secara teknis pemasangannya, media reklame dibedakan atas:²
 - a) Media reklame yang berdiri sendiri (*free standing signs*), memiliki dua bentuk yaitu:
 - (1)Media reklame dengan tiang (*pole signs*). Media reklame ini didukung oleh tiang, kadang-kadang lebih dari satu, terpisah dari tanah oleh udara dan terpisah dari bangunan dan struktur yang lain.
 - (2)Media reklame yang terletak ditanah (*ground sign*). Dasar dari media reklame ini terletak di tanah atau tertutup oleh tanah dan terpisah dari bangunan atau struktur sejenisnya yang lain.
 - b) Media reklame pada atap bangunan (*roof signs*) yang terdiri atas:

² Frank Jefkins, *periklanan...*,⁴ hal. 128

- (1) Media reklame yang tidak menyatu dengan atap. Media reklame ini dibangun diatas atap bangunan, disangga oleh struktur atap dan berada tinggi diatas atap;
- (2) Media reklame yang menyatu dengan atap. Media reklame yang menyatu dengan atap ini dicirikan dengan tidak adanya bagian media reklame yang melebihi ketinggian atap dan terpasang paralel tidak lebih dari 21 cm.
- c) Media reklame dari tenda maupun *awning (canopy and awning signs)* yang meliputi: Media reklame pada tenda maupun *awning* yang dapat dilihat.
- d) *Projected sign*. Media reklame ini diletakkan pada bangunan atau dinding bangunan dengan sedemikian rupa menghadap arus kendaraan dan jarak tidak lebih dari 15 cm dari dinding bangunan dan dipasang tegak lurus dari bangunan.
- e) Media reklame yang ditempatkan pada dinding (*wall signs*). Media reklame yang masuk dalam kategori ini adalah media reklame yang dipasang secara paralel dalam jarak maksimum 15 cm dari dinding bangunan, media reklame yang dicat pada permukaan dinding atau struktur bangunan yang lain.

b. Klasifikasi Berdasarkan Isi

Pengelolaan reklame klasifikasi berdasarkan isi reklame pada beberapa kasus menjadi landasan utama. Penggunaan khusus dari penggunaan reklame sebagai dasar pengelolaan adalah dimungkinkannya

pemasangan *on premise sign* dan melarang reklame lainnya. Beberapa tipe reklame yang khas berdasarkan klasifikasi ini meliputi papan nama, reklame *real estate*, tanda pembangunan (*construction*), papan menu, tanda logo dan *billboard*.²

5

b. Klasifikasi Berdasarkan Peraturan

Perkembangan tuntutan peningkatan pendapatan asli daerah untuk dapat menjalankan kegiatan ekonomi pemerintah daerah dan dalam mengantisipasi kompetensi perusahaan dalam memasarkan produknya lewat media reklame, Pemerintah Kabupaten Trenggalek mengeluarkan Peraturan Bupati Nomor 14 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame. Sehingga seluruh elemen masyarakat wajib mengikuti prosedur yang ada terkait reklame.

C. Ruang Publik

Istilah ruang publik adalah istilah yang sangat longgar. Makna istilah ini sangat dipengaruhi oleh konteks dan ilmu yang sedang mengajinya. Dalam ilmu arsitektur dan tata kota misalnya, istilah ruang publik dimaknai secara teknis-arsitektural, dengan taman, mal, dan ruang terbuka lain sebagai contohnya. Maka untuk membedakan dengan istilah ruang publik dalam konsep Habermas, ruang publik dalam konteks ilmu arsitektur dan tata kota, sering disebut *public space*, bukan *public sphere*. Sementara dalam lingkungan siber, ruang publik dimaknai sebagai tempat dimana terjadinya

² Yulisar, *Studi Faktor Nilai Strategi Lokasi Dalam Penempatan Reklame...*, hal. 40

interaksi maya. Selain itu, istilah ruang publik juga dimaknai berbeda dalam konteks yang lain, termasuk dalam konteks lingkungan media.²

6

Menurut Herry Priyono, ragam makna ruang publik dijelaskan dalam enam gugus pengertian., di antaranya yaitu modal sosial (jaringan *trust* dan resiprositas), pelayanan publik, barang publik, budaya publik, tempat publik, dan inter relasi antara pasar, keluarga, pemerintah, dan kelompok independen yang membentuk sosialitas masyarakat.²

7

Publik sendiri bukanlah konsep yang baru, melainkan terus mengalami perkembangan. Merujuk pada sejumlah literatur yang relevan, konsep publik bahkan sudah ditemukan sejak zaman Yunani kuno dan terus berkembang sampai saat ini. Menurut Arendt seperti yang dikutip oleh Wibowo, perbedaan antara apa yang disebut dengan privat dengan apa yang disebut publik telah muncul sejak zaman Arkhaik di Athena, yaitu antara abad ke-8 SM hingga abad ke-6 SM, melalui istilah idiom (milik pribadi) dan koinon (milik bersama). Bahkan pada abad ke-5 SM hingga abad ke-4 SM (zaman Klasik), konsep publik di Yunani kuno itu mengalami perkembangan signifikan karena mereka yang dapat berpartisipasi dalam membahas persoalan-persoalan publikbukan lagi sebatas pada warga negara (mereka yang lahir dari bapak asli

² Antonius Prasetro Galih, *Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jurgen Habermas Tentang Ruang Publik*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.16 No2 hal. 169-184

² Herry Priyono, *Menyeleamatkan Ruang Publik-dalam buku Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokrasi dari Polis Sampai Cyberspace*, (Yogyakarta: PT Kanisius,2010), hal. 369

Athena), tetapi juga orang-orang lain yang tinggal di Athena meski bukan keturunan asli Athena.²

8

Sedangkan ruang publik menurut Undang Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, ruang publik dapat dikatakan Ruang Terbuka Hijau 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).²

9

Ruang publik dapat berupa jalan (termasuk pedestrian), tanah perkerasan (*pavement*), *public squares*, dan taman (*park*). Hal ini berarti bahwa ruang terbuka hijau (*open space*) publik seperti jalan dan taman serta ruang terbuka non-hijau publik seperti tanah perkerasan (*plaza*) dan *publicsquares* 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.³

² A. Setyo Wibowo, *Kepublikan dan Keprivatan di Dalam Polis Yunani Kuno*-dalam buku *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokrasi dari Polis Sampai Cyberspace*, (Yogyakarta: PT Kanisius, 2010), hal. 23

² Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor: 12/PRT/M/2009 tentang Pedoman Penyediaan dan Pemanfaatan Ruang Terbuka Hijau di Wilayah Kota/Kawasan Perkotaan

³ A. Setyo Wibowo, *Kepublikan dan Keprivatan di Dalam Polis Yunani Kuno*-dalam buku *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokrasi dari Polis Sampai Cyberspace...*, hal. 25

Sesuai dengan ketentuan yang telah di gariskan dalam UUPR, maka ruang adalah wadah yang meliputi ruang daratan, ruang lautan, dan ruang udara sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia dan makhluk lainnya hidup dan melakukan kegiatan serta memelihara kelangsungan hidupnya.³

Tata ruang yang tertata berdampak pada kenyamanan pengguna ruang publik yaitu masyarakat. pengertian tata ruang sendiri adalah wujud structural 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 structural berhubungan satu dengan yang lainnya membentuk tata ruang. Adapun wujud pola pemanfaatan yang diantaranya meliputi pola lokasi, sebaran permukiman, tempat kerja industri serta pola penggunaan tana pedesaan dan perkotaan.³

Sementara, jika merujuk pada Habermas yang mengamati publik dan ruang publik dari masyarakat borjuis di Perancis dan Inggris pada abad ke-18, yang disebut publik, idealnya memang bisa siapa saja yang terlibat dalam diskusi-diskusi mengenai politik dan persoalan-persoalan negara lainnya. Namun pada kenyataannya, ruang publik seperti salon dan kedai kopi hanya dapat diakses oleh kelompok- kelompok borjuis.³

³ Darin Arif M, *Hukun Pendtaan Ruang: Sebagai pengendali pemanfaatan ruang kota dalam konteks pembangunan yang berkelanjutan*(Tulungagung-IAIN Tulungagung Pers, 2017), hal. 131

³ Eko Budihardjo, *Pendekatn Sistem dalam Tata Ruang Pembangunan Daerah Untuk Meningkatkan Ketahanan Nasional*, (Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1995), hal. 42

³ Jurgen Habermas, *Ruang Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2007), hal.66.

Oleh Habermas, ruang publik didefinisikan sebagai ruang masyarakat privat (*sphere of private people*) yang berkumpul bersama menjadi sebuah publik. Namun definisi ini masih terbatas atau mengacu pada kelompok masyarakat borjuis yang memang mendominasi ruang-ruang publik seperti salon di Perancis, kedai kopi di Inggris, dan himpunan masyarakat meja (*tischgesellschaften*) di Jerman, di masamasa akhir abad ke-17 dan awal abad ke-18. Kelompok masyarakat tersebut, mengklaim bahwa ruang publik ini diregulasi dari atas, demi untuk melawan otoritas publik. Dalam penelaahan ini, ruang publik yang merupakan bentukan dari masyarakat privat, dianggap memegang peran vital dalam upaya memperkuat demokrasi, yaitu sebagai ruang yang dihidupi oleh masyarakat dan berfungsi sebagai penghubung antara mereka dengan pemerintah. Melalui ruang publik, politik yang dijalankan secara formal, dikontrol lalu dipelajari melalui nalar publik.³

Pandangan Habermas tentang ruang publik sebenarnya terdiri dari dua gelombang. Gelombang pertama dijelaskannya dalam buku *The Structural Transformation of Public Sphere* (1989), sementara gelombang kedua dijelaskan lewat buku *Between Facts and Norms* (1992). Dalam buku pertama, ruang publik dilihat lewat lensa historis-sosiologis. Di buku itu, dijelaskan dua tema pokok, yakni asal mularuang publik borjuis dan analisis terhadap perubahan struktural ruang publik di abad ke-18 hingga ke-19. Secara historis, ruang publik pertama kali muncul di Eropa pada abad ke-17 bersamaan dengan berkembangnya kapitalisme yang mendorong munculnya kelas baru: Borjuis.

³ *Ibid.*, hal. 41

Kelas ini muncul setelah mereka awalnya hanya melakukan kegiatan perdagangan biasa yang lalu berkembang menjadi produksi kapitalis. Dengan latar seperti ini, ruang publik yang muncul di era tersebut adalah ruang publik borjuis, yaitu ruang publik yang diisi oleh kelompok-kelompok aristokratis dan para intelektual borjuis—kelompok terdidik yang memiliki kesamaan-kesamaan tertentu.³ 5

Ruang publik borjuis muncul ketika masyarakat sipil (kelompok borjuis) mulai melancarkan gugatan terhadap klaim kepublikan negara. Klaim kepublikan negara itu direpresentasikan oleh negara dengan mengatur masyarakat. Maka kemudian muncullah forum-forum atau pertemuan-pertemuan yang di Perancis dan Inggris umumnya terjadi di kedai kopi dan salon, sementara di Jerman terjadi di *tischgesellschaften* (himpunan masyarakat meja) forum yang dihidupi oleh masyarakat terpelajar yang berakar dari *sprachgesellschaften* (himpunan masyarakat sastra) lama di abad ke-17.

Pertemuan-pertemuan tersebut selanjutnya membentuk basis institusional dari ruang publik borjuis. Dalam hubungannya dengan negara, ruang publik di masa itu merupakan jembatan antara kelas borjuis dengan negara. Melalui artikulasi opini yang mencuat dalam ruang publik, tersembunyi keinginan agar negara lebih responsif terhadap kebutuhan dan kepentingan kaum borjuis.³

³ Antonius, Prasetro Galih, *Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jurgen Habermas Tentang Ruang Publik*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.16 No2. 2012. Diakses melalui <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10901>, pada tanggal 3 Juni 2020 pukul 10:00 WIB

³ Jurgen Habermas, *Ruang⁶ Publik: Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis...*, hal.14-26.

Habermas menyebutkan tiga kriteria ruang publik. Kriteria tersebut disarikannya dari kecenderungan yang terjadi dalam ruang publik berupa kedai kopi, salon, dan *tischgesellschaften*. Kriteria-kriteria itu adalah:

1. Egaliter atau kesetaraan status.

Dalam ruang publik, status cenderung dikesampingkan atau dengan kata lain, bentuk hubungan sosial yang tercipta, jauh dari mengangankan kesetaraan status. Kesetaraan atau persamaan status ini, penting karena menjadi landasan bagi pengukuhan argumen yang lebih baik dalam memenangkan perlawanan terhadap hierarki sosial.

2. Bebas dari dominasi

Dalam ruang publik yang terwujud di salon, kedai kopi, dan *tischgesellschaften* di Eropa pada abad ke-17 hingga ke-19, pembicaraan yang berlangsung menyangkut permasalahan-permasalahan yang masuk dalam wilayah “kepedulian umum”. Namun pembicaraan-pembicaraan tersebut berlangsung dengan mengesampingkan dominasi atau otoritas dari gereja dan negara yang dalam konteks saat itu memegang monopoli terhadap segala interpretasi, baik dalam filsafat, sastra, seni, ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya.

3. Inklusif

Dalam ruang publik, inklusivitas publik tercipta karena pada dasarnya setiap masalah yang diperbincangkan adalah persoalan-persoalan umum

yang harus bisa dan mudah untuk diakses setiap orang. Dengan kata lain setiap orang harus sanggup berpartisipasi di dalamnya.³

7

Dalam perkembangan selanjutnya, ruang publik tidak hanya termanifestasikan dalam ruang-ruang fisik seperti kedai kopi, salon, maupun *tischgesellschaften*, melainkan juga terwujud dalam media cetak. Dalam konteks masyarakat Eropa yang dikaji oleh Habermas pada saat itu, ruang publik dalam media cetak awalnya terwujud dalam jurnal-jurnal khusus kritik seni dan budaya yang melembagakan kritik sastra dari orang-orang atau pribadi-pribat yang dianggap awam dalam hal seni dan sastra. Kritik-kritik seni (*kunstrichter*) itu sendiri, meski diakui mengandung penilaian yang amatir, namun dapat dianggap sebagai perlawanan terhadap eksklusifnya seni dan sastra yang hanya dimonopoli kalangan bangsawan, keluarga kerajaan, borjuis, dan seniman. Jurnal-jurnal itulah yang kemudian menjadi dasar sehingga sampai kini, pers atau media massa, dianggap sebagai sebuah ruang publik.

Sementara dalam buku keduanya "*Between Facts and Norms*" ruang publik ditempatkan sebagai elemen dari bangunan teoritis yang lebih komprehensif tentang demokrasi deliberatif yang merupakan varian dari demokrasi yang fokus pada isu legitimasi politik. Model demokrasi deliberatif adalah arus balik dari demokrasi klasik-ortodoks yang memahami demokrasi semata dalam kerangka agregasi preferensi dan kepentingan warga negara melalui sarana konvensional seperti pemungutan suara dan lembaga

³ *Ibid.*, hal.14-26.

perwakilan.³ Inti dari demokrasi ini adalah bahwa sebuah keputusan akan terlegitimasi apabila telah mendapat persetujuan rasional lewat partisipasi di dalam pertimbangan mendalam (*deliberation*) yang otentik oleh semua pihak yang berkepentingan terhadap keputusan tersebut.³ Untuk itu, oleh Habermas, melalui *Facts and Norms*, ruang publik disebut sebagai arena bagi setiap orang untuk berpartisipasi dalam upaya deliberasi. Karenanya di tahapan ini ruang publik tidak lagi dipandang secara konkret, historis, dan partikular sebagaimana dalam buku pertama, *The Structural Transformation of Public Sphere*.

D. Fiqih Bi'ah

Secara bahasa “Fiqh” berasal dari kata Faqiha-Yafqahu-Fiqhan yang berarti al-ilmu bis-syai`i (pengetahuan terhadap sesuatu) al-fahmu (pemahaman).⁴ Sedangkan secara istilah, fiqh adalah ilmu pengetahuan tentang hukum-hukum syara’ yang bersifat praktis yang diambil dari dalildalil tafshili (terperinci).⁴ 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. Dapat disimpulkan bahwa pengertian fiqh al-Bi’ah atau fiqh lingkungan adalah seperangkat aturan tentang perilaku ekologis manusia

³ Antonius, Prasetro Galih. *Menuju Demokrasi Rasional: Melacak Pemikiran Jurgen Habermas Tentang Ruang Publik...*, hal.5

³ *Ibid*, hal.6

⁴ Muhammad bin Ya’qub al-Fayrus Abadi, *Al-Qamus Al-Muhith*, Beirut: Muassasah ArRisalah, 2005, cet. VIII, hal 1250

⁴ 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

yang ditetapkan oleh ulama yang berkompeten berdasarkan dalil yang terperinci untuk tujuan mencapai kemaslahatan kehidupan yang bernuansa ekologis.

Dari definisi fiqh lingkungan tersebut, ada empat hal yang perlu dijabarkan:

- a. Seperangkat aturan perilaku yang bermakna bahwa aturan-aturan yang dirumuskan mengatur hubungan perilaku manusia dalam interaksinya dengan alam. Rumusan aturan perilaku tersebut akan diwadahi dengan hukum-hukum fikih dalam lima wadah: al-wujub, an-nadb, alibahah, al-karahah, dan al-hurmah. Dengan demikian, seperangkat interaksi tersebut mengacu pada status hukum perbuatan mukallaf dalam interaksinya dengan lingkungan hidup. Kategori-kategori aturan tersebut memiliki kekuatan spiritual bahkan kekuatan eksekusi formal manakala aturan fikih tersebut dapat disumbangkan kedalam proses pengembangan dan pembinaan hukum positif/hukum nasional tentang lingkungan hidup.
- b. Maksud dari kalimat “yang ditetapkan oleh ulama yang berkompeten” adalah bahwa, perumusan fikih lingkungan harus dilakukan oleh ulama yang mengerti tentang lingkungan hidup dan menguasai sumber-sumber normatif (al-Qur’an, al-hadis, dan ijtihad-ijtihad ulama) tentang aturan fikih lingkungan. Dengan demikian, mujtahid lingkungan mesti memiliki pengetahuan ideal

normatif dan pengetahuan tentang fakta-fakta empirik lingkungan hidup. Oleh karena itu, perumusan fikih lingkungan mesti melibatkan pengetahuan tentang ekologi.

- c. Yang dimaksud dengan “berdasarkan dalil yang terperinci” adalah bahwa penetapan hukum fikih lingkungan harus mengacu kepada dalil. Dalil, dalam hal ini, tidak hanya dipahami secara tekstual dalam arti nass yang sarih, tetapi mencakup dalil yang diekstrak atau digeneralisir dari maksud syariat.
- d. Maksud dari kalimat “untuk tujuan mencapai kemaslahatan kehidupan yang bernuansa ekologis” adalah sesuatu yang ingin dituju oleh fikih lingkungan, yaitu kehidupan semua makhluk Tuhan. Hal ini menggambarkan aksiologi fikih lingkungan, yaitu kehidupan semua makhluk Tuhan. Hal ini menggambarkan aksiologi fikih lingkungan yang akan mengatur agar semua spesies makhluk Tuhan dapat hidup dalam space alam yang wajar sehingga akan memberikan daya dukung optimum bagi kehidupan bersama yang berprikemakhlukkan, rahmatan lil al-alamin.⁴

2

Alam yang diciptakan Allah meliputi lingkungan di bumi, luar angkasa dan langit yaitu matahari, bulan dan bintang. Sedangkan industri ciptaan manusia meliputi segala apa yang digali mereka dari sungai-sungai, pohon-pohon yang ditanam, rumah-rumah yang dibangun, seluruh

⁴ Mujiono Abdillah, *Fikih Lingkungan*, (Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan YKPN, 2005), hal. 55-57

peralatan yang dibuat, yang dapat mengecil ataupun membesar, untuk tujuan perdamaian maupun perang.⁴

3

Lingkungan yang dinamis tadi meliputi wilayah manusia, hewan dan tumbuhan. Sedangkan lingkungan statis dapat dibedakan dalam dua kategori pokok, pertama: bahwa seluruh alam ini diciptakan untuk kemaslahatan manusia, membantu dan memenuhi semua kebutuhan mereka. Dapat dibedakan ketika manusia berada di surga, seluruh kebutuhan dan permintaannya terpenuhi tanpa melalui proses kerja keras untuk mendapatkannya, sebagaimana seruan Allah untuk Adam dan istrinya supaya mereka tetap selalu dalam keadaan waspada terhadap godaan iblis.

Namun, ketika Adam keluar dari surga dan turun ke bumi, kemudian diangkat derajatnya sebagai wakil Allah, maka dia mempunyai kewajiban untuk berusaha mencari rezekinya sendiri, serta bersusah payah untuk menjamin keberlangsungan hidupnya. Sebagai wujud anugerah Allah yang sangat besar pada manusia, adalah ketika mereka dibebani tanggung jawab untuk menjamin keberlangsungan hidupnya sendiri dengan usaha dan kerja keras, karena Allah telah menyediakan sebab-sebab (pendukung) demi tercapainya akibat dari usaha yang telah mereka lakukan.⁴

4

⁴ Yusuf Al-Qaradhawi, *Islam Agama Ramah Lingkungan*, (Jakarta Timur: Pustaka alkautsar, 2002), hal. 5-6

⁴ *Ibid.*, hal 6-7

Untuk memenuhi jaminan-Nya terhadap manusia, maka sejak Allah menciptakan bumi dan menjadikannya tempat tinggal mereka, sekaligus ia telah membuatnya tunduk padanya; “Dia memberkahinya dan Dia menentukan padanya kadar makanan-makanan (penghuninya) dalam empat masa.” Semenjak diciptakannya “dalam empat masa.” Selanjutnya Allah berfirman:

وَالْأَرْضَ مَدَدْنَاهَا وَأَلْقَيْنَا فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ مَوْزُونٍ

وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ وَمَنْ لَسْتُمْ لَهُ بِرَازِقِينَ

Artinya: Dan Kami telah menghamparkan bumi dan menjadikan padanya gunung-gunung dan Kami tumbuhkan padanya segala sesuatu menurut ukuran. Dan Kami telah menjadikan untukmu di bumi keperluan-keperluan hidup, dan (Kami menciptakan pula) makhluk-makhluk yang kamu sekali-kali bukan pemberi rezki kepadanya.” (Q.S. Al-Hijr: 19-20)⁴

5

Dalam surat lain Allah SWT berfirman:

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً ۖ فَلَيْلًا مَّا تَشْكُرُونَ

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta:Maghfira Pustaka, 2006), hal. 209

Artinya: Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi itu (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur.” (Q.S. Al-A’raf: 10)⁴

6

Sebagai manifestasi dari pemahaman ayat-ayat di atas, Allah membuat subur semua tanah di atas bumi ini, sehingga bisa ditanami dan bercocok tanam. Bagaimana jadinya kalau semua belahan bumi diciptakan dari padang sahara yang gersang, ataupun dari emas dan permata, niscaya manusia tidak akan bisa bertani di dalamnya.

Kemudian Allah menjadikan air sebagai yang menghidupkan tanah yang sudah mati, maka air adalah kebutuhan hidup yang sangat mendasar bagi manusia, hewan sekaligus tumbuhan.

Selanjutnya Allah Berfirman:

أَوَلَمْ يَرَ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّ السَّمُوتِ وَالْأَرْضَ كَانَتَا رَتْقًا فَفَتَقْنَاهُمَا^٥ وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ^٦
أَفَلَا يُؤْمِنُونَ

Artinya: Dan Apakah orang-orang yang kafir tidak mengetahui bahwasanya langit dan bumi itu keduanya dahulu adalah suatu yang padu, kemudian Kami pisahkan antara keduanya. dan dari air Kami jadikan segala sesuatu yang hidup. petunjuk.” (Q.S. Al-Anbiya : 30)⁴

7

Dari ayat-ayat di atas, ada dua isyarat penting yang harus digaris bawahi, pertama; firman Allah: “Kami tumbuhkan padanya segala sesuatu

⁴ *Ibdi*, hal. 120

6

⁴ *Ibdi*, hal. 259

7

menurut ukuran”, ayat ini menunjukkan suatu konsep ilmiah yang amat valid, yang berhasil ditunjukkan secara benar oleh pengetahuan-pengetahuan modern; bahwa tiap-tiap tumbuhan terdiri dari unsur-unsur yang terbatas; dari tembaga, zat garam, air dan semacamnya, menurut ukuran gram dan milligram.

Kedua, bahwa alam ini tidak berjalan dengan serampangan dan tanpa aturan, semuanya itu sudah diukur menurut kadar keseimbangan dan perhitungan yang tepat. Andai saja kuantitas air yang berada di lautan berkurang ataupun melebihi kadar yang seharusnya, begitu juga dengan kualitas besarnya bumi berikut rotasi putarannya, serta dengan kualitas kadar oksigen serta kemungkinan-kemungkinan negatif lainnya, dimana seandainya hal itu terjadi, niscaya panggung kehidupan ini tidak akan tegak berdiri.⁴

8

Dari beberapa paparan tadi, kita dapat melihat bahwa antara langit dan bumi akan saling melengkapi dan menyempurnakan demi kemaslahatan manusia. Langit dengan mataharinya, bulan dan bintang gemintangnya, bumi dengan air, lautan, sungai-sungai, tetumbuhan dan hewaninya.

Tentang hubungan tumbuhan dan hewan, pengetahuan modern telah memaparkan tentang perikehidupan mereka yang saling menyempurnakan, dan bagaimana salah satu dari dua kerajaan ini menjadi sumber kebutuhan bagi yang lain, yang dari proses tersebut memungkinkan untuk mengeksplorasi sesuai dengan kebutuhan, kemudian tetumbuhan dalam

⁴ Yusuf Al-Qaradhawi, *Islam Agama Ramah Lingkungan*, ... hal. 9-12

posisi sebagai pemberi oksigen, sebagai sumber kehidupan bagi hewan. Andai saja semuanya membutuhkan oksigen, maka habislah kualitas penciptaan tumbuhan, dan rusaklah dua kerajaan tersebut. Akan tetapi Allah yang telah menciptakan semuanya, yang kemudian mengatur proses interaksi antar keduanya, dalam sebuah prosesi yang amat menggugah dan menarik.

Jadi, satu hal yang amat penting dalam melihat lingkungan ini adalah telah ditetapkannya unsur-unsur dasar hingga terbesar dalam kerangka hubungan yang saling melengkapi dan menyempurnakan, dan tiap-tiap bagian dari komponen tadi melaksanakan perannya, tanpa melampaui batas peran yang lain, saling memberi dan menerima serta saling melaksanakan kewajiban dan mengambil haknya.⁴

9

Islam berusaha menjaga lingkungan dan elemen-elemennya dengan cara memberikan tuntunan moral, aturan perundang-undangan, serta meningkatkan pertumbuhan dan keindahannya. Selain itu Islam juga menentang keras setiap bentuk tindakan yang merusak lingkungan maupun menghancurkan elemen-elemennya, dengan menganggap hal itu sebagai tindakan terlarang yang akan memperoleh hukuman dari Allah. Dan setiap tindakan terlarang wajib dihentikan serta diubah; baik dengan menggunakan tangan, perkataan, ataupun hati dan yang terakhir ini adalah selemahlemahnya iman.

⁴ *Ibid*, hal. 12-15

Menjalin dan menjaga hubungan dengan alam sekitar (habl min alalam) sering kali dilupakan. Dalam menjalin hubungan dengan Tuhan maupun sesama manusia, manusia membutuhkan tempat atau sarana, dan alam inilah tempat atau sarana, dan alam inilah tempat tempat atau sarana yang dijadikan manusia untuk bisa menjalin dua hubungan di atas. Tanpa adanya alam dan interaksi yang dijalin manusia dengannya, maka dapat dipastikan manusia tidak akan bisa menjalin hubungan dengan Tuhan maupun dengan manusia. Walaupun pada kenyataannya, hubungan dengan alam ini sering diabaikan dan tidak dihiraukan oleh manusia. Bahkan yang terjadi adalah “penjajahan atas alam, alam diciptakan untuk manusia dan “ harus patuh kepada manusia. Padahal sebenarnya posisi dan eksistensi antara manusia dengan alam adalah sama, yaitu sama-sama makhluk Tuhan. Dimana keduanya harus patuh dan tunduk kepada Penciptanya, Tuhan; bukan antara yang satu dengan yang lainnya saling menguasai dan menang sendiri. Walaupun pada umumnya, memang inilah yang terjadi, penguasaan besar-besaran manusia atas alam. Pada akhirnya alam „berontak, marah atas berbagai perilaku manusia terhadapnya, sehingga berbagai bencana alam dan musibah terjadisilih berganti. Mulai dari bencana-bencana yang kecil sampai yang besar, gempa, tanah longsor, banjir dan Tsunami.⁵

Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam hidup dan kehidupannya dapat menjaga keseimbangan, keserasian, dan keharmonisan dalam berbagai bidang kehidupan. Menjaga keserasian dan keseimbangan

⁵ Kutbuddin Aibak, *Fiqh Tradisi: Menyibak Keragaman dalam Keberagaman*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hal. 174

aspek jasmaniah dan rohaniah, material spiritual, aspek individual dan sosial, serta aspek duniawi dan ukhrawi. Keseimbangan, keserasian dan keharmonisan yang harus dijaga dalam berbagai aspek kehidupan ini tidak lain dalam rangka menciptakan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia. Apalagi umat Islam, orang-orang yang telah memeluk agama Islam, menjadikan Islam sebagai way of life, maka tentu sudah menjadi keharusan bagi mereka untuk menjaga keseimbangan dan keserasian aspek-aspek kehidupan tersebut. Orang-orang yang belum berhasil atau tidak mau menjaga keseimbangan, tentu adalah orang-orang yang akan merugi dalam hidup dan kehidupannya, baik di dunia maupun di akhirat. Secara khusus, bentuk keseimbangan dan keserasian yang harus dijaga oleh umat Islam dalam uraian ini adalah hubungan antara manusia dengan Allah, sesama manusia dan alam.⁵

1

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agnesia Marggaretha Gunawan (2015), yang berjudul: “Studi Deskriptif Tentang Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame di Kota Surabaya”.⁵ Universitas Airlangga. Dari penelitian yang dilakukan di Surabaya, dapat disimpulkan bahwa 1) Kebijakan Perizinan Reklame di Kota Surabaya yang tertuang dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 76 Tahun 2013 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 79 Tahun 2012 Tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame, masih

⁵ *Ibid.*, hal. 169

1

⁵ Agnesia Marggaretha Gunawan, *Studi Deskriptif Tentang Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame di Kota Surabaya*, (Jurnal – Universitas Airangga, Surabaya, 2015) diakses melalui <http://repository.unair.ac.id/16629/> pada tanggal 25 November 2020

belum sepenuhnya diimplementasikan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari belum efektifnya pengawasan perizinan reklame di kota Surabaya dikarenakan keterbatasan SDM, biaya operasional dan peralatan pengawasan yang belum memadai. 2) Pengawasan perizinan reklame di kota Surabaya dilakukan oleh Tim Reklame (Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang Kota Surabaya, Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan Kota Surabaya, Dinas Bina Marga dan Pematusan Kota Surabaya, Dishub Kota Surabaya, DKP Kota Surabaya dan Satpol PP Kota Surabaya) masih belum sepenuhnya efektif dilakukan. Hal ini dikarenakan, pengawasan perizinan reklame selama ini hanya mengandalkan Satpol PP Kota Surabaya. Sedangkan sebagian besar dinas-dinas Tim Reklame lainnya masih belum melaksanakan pengawasan izin reklame sepenuhnya sesuai dengan kewenangannya masing-masing. 3) Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame di Kota Surabaya masih belum maksimal. Hal ini dikarenakan perbandingan tingkat input dan output pengawasan perizinan reklame masih belum sebanding dan belum merata. Hal ini dikarenakan keterbatasan jumlah SDM pengawasan izin reklame, keterbatasan peralatan pengawasan, minimnya biaya operasional yang dimiliki dibandingkan dengan banyaknya rute dan jadwal pengawasan yang dilakukan. Adanya perbedaan jumlah input dan output tersebut, menyebabkan masih banyaknya pelanggaran reklame tak berizin di kota Surabaya. Sehingga pencapaian tujuan pengawasan perizinan reklame masih belum efektif dicapai.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdul Haris Nur Sugeng, Ratno Wulan Sekarsari (2019), yang berjudul: "Evaluasi Kebijakan Pemasangan

Banner dan Papan Reklame Ilegal Yang Mempengaruhi Keindahan Kota Malang”.⁵ Universitas Islam Malang. Penelitian ini membahas tentang strategi-strategi pemerintah Kota Malang dalam penertiban pemasangan banner dan reklame ilegal disepanjang jalan Sukarno Hatta sampai Jalan Tlogomas dan optimalisasi pemerintah Kota Malang dalam penertiban terhadap pemasangan banner dan reklame ilegal disepanjang Jalan Sukarno Hatta sampai Jalan Tlogomas. Tujuan Penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi pemerintah Kota Malang dalam penertiban pemasangan banner dan reklame ilegal disepanjang Jalan Sukarno Hatta sampai Jalan Tlogomas dan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi pemerintah Kota Malang dalam pengawasan dan penertiban terhadap pemasangan banner dan reklame ilegal disepanjang Jalan Sukarno Hatta sampai Jalan Tlogomas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif – kualitatif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyu Dhanang Nughraha (2015), yang berjudul “Pengawasan Reklame Dalam Upaya memaksimalkan Fungsi Ruang Publik di Kota Yogyakarta”.⁵ Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengawasan reklame dalam upaya memaksimalkan fungsi ruang publik di Kota Yogyakarta, hambatan-hambatan dalam pengawasan reklame dan upaya-upaya untuk mengatasi hambatan tersebut. Desain penelitian yang dipakai adalah deskriptif kualitatif. Subjek

⁵ Abdul Haris Nur Sugeng, Ratno Wulan Sekarsari, *Evaluasi Kebijakan Pemasangan Banner dan Papan Reklame Ilegal Yang Mempengaruhi Keindahan Kota Malang*, (Jurnal – Universitas Islam Malang, Malang, 2019) diakses melalui <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JISoP/article/view/2685> pada tanggal 25 November 2020

⁵ Wahyu Dhanang Nughraha, *Pengawasan Reklame Dalam Upaya memaksimalkan Fungsi Ruang Publik di Kota Yogyakarta*, (Skripsi - Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2015) diakses melalui <http://eprints.uny.ac.id/24682/> pada tanggal 25 November 2020

penelitian adalah Kepala Bidang Pajak Daerah DPDPK, Staf Bidang Pajak Daerah DPDPK, Petugas Dinas Luar DPDPK, Kasi Pengkajian dan Pengolahan UU Dinas Ketertiban, dan Kasi Penyidikan Dinas Ketertiban, serta pihak penyelenggara reklame di Kota Yogyakarta. Peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian dengan menggunakan alat bantu pedoman wawancara. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pengujian keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Analisis data penelitian menggunakan empat tahap yaitu, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan pengawasan reklame oleh DPDPK dan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta yang dilaksanakan terhadap pemasangan reklame, biro penyelenggara reklame, dan pelaku usaha penyelenggara reklame sudah sesuai dengan ketentuan. Hal tersebut dilihat dari indikator standar pengawasan, penilaian kegiatan, dan pengambilan tindakan perbaikan. (1) Standar pengawasan terpenuhi karena terdapat standar yang baku dalam pengawasan reklame serta disepakati bersama antara pihak pengawas dan pihak yang diawasi. (2) Penilaian kegiatan terhadap penyelenggaraan reklame dilakukan secara rutin pada setiap minggunya. (3) Pengambilan tindakan perbaikan melalui penertiban reklame yang melanggar telah maksimal karena dilakukan secara rutin. Hambatan yang dihadapi dalam melaksanakan pengawasan reklame yaitu jumlah personel DPDPK di lapangan tidak memadai, kurangnya anggaran penertiban, dan sanksi yang ada pada regulasi masih lemah. Sedangkan upaya untuk mengatasinya yaitu penambahan

personel, mengajukan penambahan anggaran untuk pengawasan, dan mengajukan perubahan terkait sanksi dalam regulasi

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ajeng Novatiana (2019), yang berjudul: “Pertarungan Kepentingan: Penertiban Tata Ruang/Iklan di Kota Surabaya”.⁵ Universitas Airlangga. Penelitian ini menjabarkan tentang Peningkatan PAD di Kota Surabaya dapat ditingkatkan melalui pemasukan pajak reklame karena pengusaha memanfaatkan ruang publik yang banyak tersedia. Penyelenggaraan reklame di Kota Surabaya nampaknya belum berjalan sesuai aturan yang berlaku. Hal ini terlihat masih banyaknya reklame liar tanpa izin dan pemasangan reklame yang tidak tepat sasaran dan letak pemasangan tidak tinggal diam dalam menanggapi permasalahan tersebut sehingga berupaya menerapkan penertiban untuk mewujudkan ruang publik yang nyaman bagi masyarakat Surabaya. Untuk membahas permasalahan yang ada dalam implementasi Perwali No. 21 Tahun 2018 ini maka penulis menggunakan teori kelompok kepentingan Gabriel Almond yang menjelaskan bahwa kelompok kepentingan dijadikan struktur politik pada pemerintahan. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yakni dengan mendeskripsikan proses konfigurasi kepentingan antara pengusaha reklame dengan pemerintah. Adapun kelompok kepentingan tersebut ternyata juga dipengaruhi oleh tarik-menarik kepentingan pemangku kepentingan yang terlibat seperti Dinas Pendapatan dan Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang, Satpol PP, Anggota DPRD Kota Surabaya, Pengusaha Reklame,

⁵ Ajeng Novatiana, *Pertarungan Kepentingan: Penertiban Tata Ruang/Iklan di Kota Surabaya* (Skripsi – Universitas Airlangga, Surabaya, 2019) diakses melalui <http://repository.unair.ac.id/82218/> pada tanggal 25 November 2020

Biro Iklan, Pemilik Lahan. Dengan adanya tarik-menarik kepentingan oleh aktor-aktor tersebut maka pelaksanaan kebijakan Perwali No. 21 Tahun 2018 belum efektif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marchia Putri Mahmuda (2017), yang berjudul: “Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja (SATPOL PP) Dalam Penertiban Reklame di Kabupaten Banyumas”.⁵ Universitas Jendral Soedirman. Penelitian ini menjabarkan tentang permasalahan mengenai jumlah reklame liar yang masih banyak ditemukan pada wilayah Kabupaten Banyumas. Menurut Perda Nomor 14 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Reklame, Satpol PP sebagai instansi penegakan perda mempunyai wewenang untuk menertibkan reklame di wilayah Kabupaten Banyumas. Penertiban reklame ini sangat penting kaitannya dengan kerapihan dan ketertiban kota serta sebagai sumber pendapatan asli daerah. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan kinerja Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) dalam penertiban reklame di Kabupaten Banyumas. Penelitian ini menggunakan indikator pengukuran kinerja oleh Mahsun yang terdiri dari lima aspek, yaitu kelompok masukan, kelompok proses, kelompok keluaran, kelompok hasil, kelompok manfaat dan kelompok dampak. Metode pada penelitian ini ialah metode kualitatif deskriptif. Teknik pemilihan informan dilakukan melalui purposive sampling dan snowball sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

⁵ Marchia Putri Mahmuda, *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja (SATPOL PP) Dalam Penertiban Reklame di Kabupaten Banyumas* (Skripsi – Universitas Jendral Soedirman, Purwokerto, 2017) diakses melalui <http://repository.unsoed.ac.id/2988/> pada tanggal 25 November 2020

Metode analisis data menggunakan analisis interaktif dan untuk menjamin keabsahan data dilakukan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat keterbatasan pada sumber daya masukan; kurang maksimalnya pelaksanaan penertiban reklame karena hanya berdasar pada temuan dari internal satpol pp; namun dilihat dari aspek output, kegiatan penertiban reklame dinilai sudah cukup efektif dalam penegakan perda; dilihat dari aspek outcome meskipun Satpol PP mengalami keterbatasan sumber daya manusia namun tetap bisa berjalan dengan efektif. Dilihat dari aspek benefit adanya kegiatan penertiban reklame mampu mengurangi jumlah reklame liar yang ada meskipun masih tetap ada pelaku reklame yang memasang reklamenya tidak sesuai aturan; dan dilihat dari aspek impact kondisi reklame di wilayah perkotaan sudah cukup baik, namun pada wilayah perdesaan yang sulit dijangkau masih terdapat reklame liar terlebih yang sifatnya insidental.

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan reklame merupakan bagian yang tak lepas dari penyelenggaraan, perizinan, dan ketertiban. Dengan persamaan objek yang diteliti yaitu sebuah reklame. Perbedaan yang signifikan terdapat pada bagian-bagian tertentu mulai dari sudut pandang islam, study kasus yang ditentukan oleh penulis, dan aturan yang berlaku di masing-masing daerah. Dalam hal ini, keterkaitan antara ruang publik dan stabilitas fungsi ruang public serta pandangan ilmu fiqih yang tak lepas dari pembahasan lingkungan menjadi karakteristik dan sudut pandang tersendiri bagi peneliti. Hal itu semua merupakan bagian dari cara pemecahan masalah yang sering terjadi,

dengan tinjauan dan sudut pandang masing-masing peneliti bagaimana memecahkan masalah , dan memberikan solusi pada masalah tersebut.