

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kota pada hakikatnya adalah suatu tempat yang akan berkembang terus-menerus sesuai dengan perkembangan zaman dan potensi yang dimilikinya. Dalam perkembangannya, segala aspek akan ikut tumbuh dan berkembang serta memunculkan permasalahan yang kompleks pula. Perkembangan dan perubahan suatu kota terjadi pada kondisi fisik, ekonomi, sosial, dan politik. Dalam perubahan dan perkembangan kota, para perencana kota diharapkan mempertahankan atau memelihara sesuatu yang baik tentang kota dan berupaya merencanakan pertumbuhan dan perubahannya (Catanese & Snider, 1998).

Reklame merupakan salah satu bentuk alat komersial yang diletakkan di titik-titik kota yang dianggap strategis untuk tujuan iklan suatu produk. Sehingga reklame juga perlu dijaga tata letak dan nilai estetikanya untuk menambah daya tarik suatu kota. Menurut Kasali, (2003: 67) reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan, dan corak ragamnya ditujukan untuk komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan

suatu barang, jasa atau orang ataupun menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang di tempatkan atau dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat oleh umum. Reklame terdiri dari berbagai jenis dan bentuk. Diantaranya adalah reklame billboard, reklame baliho, reklame spanduk, reklame poster, reklame melekat (stiker), reklame slide/film, reklame banner, dan lain sebagainya, (hasil observasi pra riset). Keefektivitasan dari penggunaan media reklame dilihat dari beberapa indikator, antara lain: (1) Konsumen lebih cepat mengetahui produk-produk yang dipasarkan; (2) Lebih jelasnya produk yang ditawarkan; dan (3) Lebih cepatnya informasi yang disampaikan kepada masyarakat.

Reklame merupakan salah satu media periklanan yang efektif dan efisien dalam mempromosikan suatu barang atau jasa, karena tata letaknya yang berada di luar ruang membuat siapa saja dapat dengan mudah melihat, memperhatikan, atau mengetahui informasi dari pesan yang tertera dalam iklan tersebut. Nilai tersebutlah yang dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang memiliki kepentingan untuk mempermudah dan mempersingkat waktu mereka dalam hal promosi. Namun, tidak semua pengusaha yang beriklan melalui media reklame menaati tata aturan dalam penerbitan sebuah reklame. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan saat pra-riset baik di dinas terkait maupun di lapangan, ada banyak pelanggaran yang terjadi dan ditemukan ketika petugas-petugas terkait melakukan penertiban umum secara berkala, baik dalam bentuk perizinan, titik penempatan, maupun ketidaksesuaian reklame dengan Perda/melanggar Perda. Reklame yang tidak sesuai aturan dan melanggar titik penempatan tentu selain merugikan daerah dari segi perizinan, juga mengganggu nilai estetik tata kota. Untuk menangani

permasalahan tersebut sebenarnya Pemerintah Kota Bandar Lampung sudah memiliki instrumen yuridis untuk mengendalikan pelanggaran yang ada. Dalam hal ini pemerintah menggunakan Perda Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Tata Cara Perizinan Titik Reklame untuk menyikapi permasalahan reklame dan sebagai penyelenggara ketertiban umum Badan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan Tupoksinya yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2010 tentang Satuan Polisi Pamong Praja, bertanggung jawab penuh dalam penegakkan Perda tersebut.

Namun, untuk menjalankan pengendalian dan pengawasan terhadap suatu permasalahan yang sudah terlanjur berkembang di masyarakat tidaklah mudah. Dibutuhkan badan pengawas yang mampu menertibkan permasalahan yang ada, dalam hal ini Badan Satuan Polisi Pamong Praja sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsinya berkewajiban untuk menjalankan tugasnya sebagai penyelenggara ketertiban umum, dimana permasalahan reklame liar (reklame yang tidak sesuai aturan) menjadi salah satu cakupan tanggung jawab mereka. Peranan Satpol PP dalam menyelenggarakan ketertiban umum tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2010 tentang Satuan Polisi Pamong Praja.

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk mencoba meneliti dan mendeskripsikan masalah peranan Satuan Polisi Pamong Praja dalam menghadapi dan menangani permasalahan reklame liar yang berkembang di Kota Bandar Lampung, dengan mengambil judul:

**“Peranan Satuan Polisi Pamong Praja dalam Menyelenggarakan Ketertiban Umum Guna Meningkatkan Estetika Tata Kota Bandar Lampung Tahun 2013 (Studi terhadap reklame liar)”.**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah peranan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandar Lampung dalam menyelenggarakan ketertiban umum khususnya dalam menangani permasalahan reklame liar?
2. Kendala-kendala apa sajakah yang dihadapi Satuan Polisi Pamong Praja dalam menertibkan permasalahan reklame liar di Kota Bandar Lampung?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peranan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandar Lampung dalam mengatasi permasalahan reklame liar yang menjadi cakupan tugas pokok dan fungsinya sebagai penyelenggara ketertiban umum.
2. Untuk mengetahui dan memahami kendala-kendala yang dihadapi Satuan Polisi Pamong Praja dalam menertibkan permasalahan reklame liar di Kota Bandar Lampung.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan penambahan ilmu pengetahuan dalam khasanah Ilmu Administrasi Negara, terutama Studi tentang Peranan Badan Publik.

##### 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi yang berkaitan dalam hal peranan Satuan Polisi Pamong Praja dalam penanganan permasalahan reklame liar.