

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang sistematika penulisan skripsi yang akan memudahkan peneliti dalam proses penyusunan skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi dengan judul “Implementasi Peraturan Daerah Bantul Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017” sebagai berikut :

A. Latar Belakang Masalah

Konsep otonomi daerah di Indonesia sudah tidak asing lagi, pasalnya setiap daerah memiliki kewenangan untuk mengatur urusan daerahnya sendiri. Pengertian otonomi menyangkut dua hal pokok yaitu: kewenangan untuk membuat hukum sendiri (*own laws*) dan kebebasan untuk mengatur pemerintahan sendiri (*self goverment*). Otonomi daerah pada hakikatnya adalah hak atau wewenang untuk mengurus rumah tangga sendiri bagi suatu daerah otonom. Hak atau wewenang tersebut meliputi pengaturan pemerintahan dan pengelolaan pembangunan yang diserahkan oleh Pemerintah Pusat kepada Pemerintah Daerah.¹

¹ Sjafrizal.2014.Perencanaan Pembangunan Daerah Dalam Era Otonomi.Jakarta: PT RajaGrafindon Persada. hlm.106

Wewenang daerah untuk mengurus urusan rumah tangganya sendiri menjadi tanggungjawab penuh untuk setiap daerah otonom di Indonesia. Disamping itu, kewenangan daerah tidak terlepas dari urusan administrasi, infrastruktur, ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan lain sebagainya. Namun dalam urusan pemberian atau menyebarkan informasi kepada masyarakatpun dinilai sangat penting, sebagai contoh penyelenggaraan reklame. Reklame dapat didefinisikan sebagai benda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk, susunan dan atau corak ragamnya dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau seseorang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum.²

Sebagai contoh daerah otonom yaitu kota Yogyakarta, kota Yogyakarta juga terkenal dengan kota wisata dimana banyak sekali wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini tidak terlepas dari banyaknya pengusaha-pengusaha yang menanamkan modal usaha besar-besaran dengan cara melakukan iklan dan pemasangan iklan berupa spanduk ataupun reklame diberbagai sudut kota Yogyakarta. Seperti yang diungkapkan oleh Gubernur DIY, Sri Sultan Hamengku Buwono mengatakan bahwa banyaknya reklame diluar ruangan yang kurang tertata di kota Yogyakarta kembali menjadi sorotan, semrawutnya reklame tersebut jika tidak segera ditata akan merusak estetika Yogyakarta.³

² Bakri Yulisar.1999."Studi Faktor Nilai Strategis Lokasi Dalam Penempatan Reklame."Tesis Magister tidak diterbitkan, Program Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Program Pasca Sarjana, Institut Teknologi Bandung

³ M Fauziarakhman.2015.Reklame Semrawut Sultan Minta Pemkot Lakukan Penertiban.(Online)(diakses dari jogja.tribunnews.com/2015/07/27/reklame-semrawut-sultan-minta-pemkot-lakukan-penertiban diakses pada 29 Maret 2017 pukul 11.45 WIB)

Mengingat salah satu Kabupaten di DI Yogyakarta rawan terjadi bencana alam gempa bumi yaitu di Kabupaten Bantul, maka pada tahun 2015, pemerintah daerah Kabupaten Bantul mengeluarkan regulasi yang berkaitan dengan penataan reklame, yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 20 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi, memiliki tujuan yakni untuk melakukan penertiban, penataan dan pengendalian penyelenggaraan reklame dan media informasi agar memenuhi aspek etika dan estetika sehingga tercipta keamanan dan keselarasan dengan lingkungan. Aspek tata kelola wilayah menjadi sangat penting disini karena dengan pemasangan reklame yang tidak tertata rapi sangat mengganggu pemandangan disepanjang jalan.

Pelanggaran pemasangan reklame disepanjang jalan di Kabupaten Bantul masih banyak ditemukan. Seperti yang disampaikan oleh Wakil Ketua Komisi B DPRD Kabupaten Bantul, Setiya menyarankan penegakan Perda Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Papan Informasi di Kabupaten Bantul disebabkan pada awal bulan Januari di beberapa sudut persimpangan strategis di wilayah Kabupaten Bantul masih berdiri lebih dari tiga reklame, sebagai contoh, di perempatan Ring Road Katandan Banguntapan khususnya di jalan Wonosari. Argumen tersebut didasari pada isi perda tersebut yang mengatur bahwa setiap sudut persimpangan hanya boleh berdiri satu papan reklame, dan selebihnya harus berjarak minimal 50 meter dari titik tersebut.⁴ Berikut

⁴ Nusarina Yuliasuti. 2017. Pekab Bantul Diminta Tegas Tegakkan Perda Reklame.(Online) (diakses dari m.antarayogya.com/berita/244193/pekab-bantul-diminta-tegas-tegakkan-perda-reklame diakses pada 29 Maret 2017 pukul 11.31 WIB)

pemasangan reklame disepanjang Simpang Empat Ketandan Banguntapan Kabupaten Bantul:⁵

1.1 Gambar Reklame di Simpang Empat Ketandan

Banguntapan Kabupaten Bantul Pada Bulan Januari Tahun 2017



Dari paparan gambar diatas memperlihatkan pemasangan baliho disudut jalan simpang empat Ketandan Banguntapan Kabupaten Bantul di bulan Januari tahun 2017 terlihat menumpuk dan tidak tertata rapi. Akibatnya perlu tindakan tegas dari pemerintah daerah Kabupaten Bantul dalam proses penyelenggaraan reklame guna meningkatkan keindahan tata ruang di Kabupaten Bantul.

Tidak hanya faktor pemasangan reklame yang tidak sesuai prosedur, namun faktor lain seperti masalah perizinan perlu dipertegas lagi. Ketua Komisi A Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD), Amir Syarifudin Kabupaten Bantul

⁵ [www.rii.id/yogyakarta/post/berita/348394/hukum - kriminal/wilayah bantul marak _pelanggaran_reklame_iklan.html](http://www.rii.id/yogyakarta/post/berita/348394/hukum-kriminal/wilayah-bantul-marak-pelanggaran-reklame-iklan.html)

menyarankan perlunya tindakan tegas dari Satpol PP terkait pihak-pihak yang memasang reklame secara ilegal tanpa melalui perizinan kepada pihak terkait.⁶

Terkait konsekuensi perda tersebut adalah penurunan retribusi reklame. Wakil Ketua Komisi B DPRD Kabupaten Bantul mengatakan pada tahun lalu retribusi dari reklame jumlahnya sekitar Rp 2,5 miliar namun tahun ini dikarenakan ada pembatasan pemberlakuan Perda Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi maka pada tahun ini targetnya sekitar Rp 1 miliar. Setiap reklame yang dipasang harus ada biaya bongkar yang harus disetorkan kepada Pemkab sehingga tidak ada alasan lagi untuk tidak segera ditertibkan.⁷

Dari paparan diatas muncul berbagai pelanggaran seperti reklame ilegal, perizinan reklame yang melampaui batas, dan banyaknya reklame yang melanggar aturan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan pemerintah daerah khususnya Satpol PP mampu bersikap tegas terkait dengan penataan reklame. Dalam hal ini peneliti mengambil judul yaitu “Implementasi Perda Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017”.

⁶ Sumadiyono. 2017. Penegakan Perda Satpol PP Bantul Diminta Tindak Tegas Reklame Ilegal.(Online)(diakses dari [ww.harianjogja.com /baca/2017/01/12/penegakan-perda-satpol-pp-bantul-diminta-tindak-tegas-reklame-ilegal-783630](http://ww.harianjogja.com/baca/2017/01/12/penegakan-perda-satpol-pp-bantul-diminta-tindak-tegas-reklame-ilegal-783630) diakses pada 1 29 Maret 2017 pukul 12.34 WIB)

⁷ Sumadiyono. 2017. Penegakan Perda Satpol PP Bantul Diminta Tindak Tegas Reklame Ilegal.(Online)(diakses dari [ww.harianjogja.com /baca/2017/01/12/penegakan-perda-satpol-pp-bantul-diminta-tindak-tegas-reklame-ilegal-783630](http://ww.harianjogja.com/baca/2017/01/12/penegakan-perda-satpol-pp-bantul-diminta-tindak-tegas-reklame-ilegal-783630) diakses pada 1 29 Maret 2017 pukul 12.34 WIB)

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Perda Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Implementasi Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi Perda Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini meliputi :

1. Untuk mengetahui dan mengkaji Implementasi Perda Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi Perda Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017 sudah dikatakan baik atau belum.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Memberikan informasi kepada para penyelenggara reklame terkait dengan tata letak reklame dan media informasi, kewajiban penyelenggara reklame dan media informasi, perizinan reklame, masa berlaku izin, jaminan pembongkaran reklame dan ketentuan terkait dengan pelanggaran pembuatan reklame.
- b) Sebagai bahan referensi untuk perbaikan atau penyempurnaan kebijakan penyelenggaraan reklame dan media informasi khususnya Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul.
- c) Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya.
- d) Masukan kepada pihak-pihak pelaksana Perda Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi Bantul atau OPD terkait dalam upaya penegakan perda tersebut.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi pemerintah daerah khususnya Dinas Perizinan dan Penanaman Modal Bantul, sebagai acuan dalam pembuatan kebijakan penyelenggaraan papan reklame dan media informasi, sebagai bahan evaluasi penyelenggaraan reklame dan upaya peningkatan kualitas pelayanan publik bagi pemohon penyelenggara reklame atau pengusaha.

- b) Bagi Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Bantul, sebagai upaya meningkatkan keamanan terkait perizinan pemasangan reklame dan tata kelola wilayah yang baik, rapi dan bersih.
- c) Bagi masyarakat, memperoleh kenyamanan dalam akses berkendara umum.

E. Kerangka Dasar Teori

1. Otonomi Daerah

Makna otonomi daerah adalah hak mengurus rumah tangga sendiri bagi suatu daerah otonom. Hak tersebut sumber dari wewenang pangkal dan urusan-urusan Pemerintah Pusat yang diserahkan kepada Daerah. Istilah sendiri dalam hak mengatur dan mengurus rumah tangga merupakan inti dari keotonomian suatu daerah: penetapan kebijakan sendiri, pelaksanaan sendiri serta pembiayaan dan pertanggungjawaban daerah sendiri, maka hak itu dikembalikan kepada pihak yang memberi, dan berubah kembali menjadi urusan Pemerintah Pusat.⁸ Adapun jenis otonomi daerah, meliputi :

1. Otonomi Daerah menurut Sistem Rumah Tangga Materiil

Sistem rumah tangga materiil bertolak daripada pemikiran bahwa urusan pemerintahan itu dapat dipilah-pilah antara pusat dan daerah. Dengan demikian otonomi daerah menurut sistem rumah tangga materiil hakekatnya kewenangan yang dimiliki daerah merupakan suatu

⁸ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaenudin. hlm 45

pemberian dari Pemerintah Pusat. Otonomi daerah menurut sistem rumah tangga materiil dibedakan lagi menjadi dua diantaranya :⁹

a. Otonomi Daerah menurut Sistem Rumah Tangga Formal

Dalam sistem rumah tangga formal, pada prinsipnya daerah dapat mengatur dan mengurus sesuatu urusan pemerintahan sebagai urusan rumah tangganya sendiri atas dasar kebebasan dan inisiatif sendiri, meskipun urusan tersebut belum diserahkan.

b. Otonomi Daerah menurut Sistem Rumah Tangga Riil

Dalam sistem rumah tangga riil, urusan rumah tangga daerah didasarkan pada keadaan atau faktor-faktor nyata yang ada di suatu daerah.

1. Otonomi Daerah berdasarkan UU 32/2004.

Paradigma Pemerintahan Daerah yang akan dikembangkan menurut undang-undang ini adalah bertumpu pada nilai demokrasi, pemberdayaan dan pelayanan. UU 32/2004 menganut sistem rumah tangga formal yang terlihat dari bunyi Pasal 10 ayat (1) bahwa. "Pemerintah Daerah menyelenggarakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangannya, kecuali urusan pemerintahan yang oleh Undang-Undang ini dan Arif Zaeni ditentukan menjadi urusan pemerintah. Yaitu meliputi urusan

⁹ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaenudin. hlm 47

(pasal 10 ayat 3) politik luar negeri;pertahanan;keamanan;yustisi; moneter dan fiskal nasional; serta agama.¹⁰

2. Pemerintah Daerah

Pemerintahan Daerah menurut Ketentuan Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh Pemerintah Daerah dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) menurut Asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sisten dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota dan Perangkat Daerah sebagai unsur penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Pemerintah Daerah adalah kepala daerah beserta perangkat daerah otonom yang sebagai badan eksekutif daerah. Artinya, lembaga eksekutif terdiri dari kepala daerah beserta perangkat daerah otonom yang lain.¹¹ Ciri-ciri pemerintah daerah menurut Oppenheim antara lain:¹²

1. Adanya lingkungan atau daerah batas yang lebih kecil daripada negara;
2. Adanya jumlah penduduk yang mencukupi;
3. Adanya kepentingan-kepentingan yang coraknya sukar dibedakan;
4. Adanya organisasi yang memadai untuk menyelenggarakan kepentingan-kepentingan tersebut;

¹⁰ *op.cit.*Dyah Mutiarin dan Arif Zaenudin. hlm 49

¹¹ Widarta.2001.Cara Mudah Memahami Otonomi Daerah. Jakarta:Larela Pustaka Utama. hlm 9

¹² Prabawa Utama.1991.Pemerintahan di Daerah.Jakarta:IND-HILL-CO.hlm 11

5. Adanya kemampuan untuk menyediakan biaya yang diperlukan.

Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah, dalam melakukan urusan pemerintahan daerah terdapat unsur-unsur penyelenggaraan pemerintahan daerah, yaitu antara lain sebagai berikut :¹³

1. Kepala Daerah, merupakan unsur penyelenggara pemerintahan daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan sebagaimana diatur pada pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.
2. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, merupakan unsur kedua sebagai penyelenggara pemerintahan daerah setelah kepala daerah sebagaimana diatur pada pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.
3. Perangkat Daerah, dibentuk untuk membantu kepala daerah dan DPRD dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan daerah sebagaimana diatur dalam pasal 208 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

¹³ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah.

3. Kebijakan Publik

Kebijakan dapat diartikan sebagai arah tindakan yang mempunyai tujuan yang diambil oleh atau sejumlah aktor dalam mengatasi suatu masalah atau persoalan.¹⁴ Para ahli yang mempelajari pengambilan keputusan atau kebijakan umum antara lain Joyce Mitchell. Joyce Mitchell dalam bukunya *political analysis an public policy*, menyatakan : politik adalah pengambilan keputusan kolektif atau pembuatan kebijakan umum untuk masyarakat seluruhnya. Kebijakan (*policy*) adalah suatu pengambilan keputusan yang diambil oleh seorang pelaku atau kelompok politik, dalam usaha memilih tujuan dan cara untuk mencapai tujuan itu.¹⁵ Adapun unsur-unsur pembuat kebijakan meliputi : tiga unsur yang harus diperhatikan dalam proses pembuatan kebijakan yaitu jumlah orang yang ikut mengambil keputusan, peraturan pembuat keputusan atau formula pengambilan keputusan, dan informasi.

Komponen kebijakan publik yaitu: tujuan yang luas, sasaran yang spesifik dan cara mencapai sasaran tersebut. Komponen yang terakhir biasanya tidak dijelaskan secara resmi, dalam mencapai sasaran terkandung beberapa komponen yakni siapa pelaksana atau implementatornya, berapa besar dan dari mana dana yang diperoleh, siapa kelompok sasarannya bagaimana program dilaksanakan, bagaimana sistem manajemennya serta

¹⁴ Budi Winarno.2002.Teori dan Proses Kebijakan Publik , Media Pressindo . Yogyakarta.hlm 16

¹⁵ Mariam Budiarjo.2013.Dasar-Dasar Ilmu Politik. Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama.hlm.20.

bagaimana keberhasilan atau kinerja yang diukur.¹⁶ Secara umum terdapat empat faktor yang mempengaruhi proses kebijakan, yaitu lingkungan, persepsi pembuat kebijakan mengenai lingkungan, aktivitas pemerintah perihal kebijakan dan aktivitas masyarakat perihal kebijakan.¹⁷ Proses pembuatan dan pelaksanaan kebijakan dibagi menjadi empat tahap, yaitu politisasi suatu permasalahan (penyusunan agenda), perumusan, dan pengesahan tujuan dan program, pelaksanaan program, dan monitoring dan evaluasi suatu program.¹⁸

4. Implementasi Kebijakan

Implementasi intinya adalah kegiatan untuk mendistribusikan keluaran kebijakan (*to deliver policy output*) yang dilakukan oleh para implementator kepada kelompok sasaran (*target group*) sebagai upaya untuk mewujudkan kebijakan.¹⁹ Secara umum, implementasi kebijakan dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh pemerintah maupun swasta, baik secara individu atau kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan dalam kebijakan..²⁰ Menurut Edwards III, studi implementasi kebijakan adalah krusial bagi administrasi publik termasuk didalamnya kebijakan publik. Implementasi kebijakan adalah tahap

¹⁶ *Ibid.* Miriam Budiardjo. hlm 16

¹⁷ *op.cit*, Ramlan Subakti. hlm 194

¹⁸ *Ibid*, Ramlan Subakti. hlm 194

¹⁹ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2012. Implementasi Kebijakan Publik: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta:Gava Media. hlm.21

²⁰ Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin. 2014. Manajemen Birokrasi dan Kebijakan Penulurusan Konsep dan Teori. Yogyakarta:Pustaka Pelajar. hlm 19

pembuatan kebijakan antara pembentuk kebijakan dan konsekuensi-konsekuensi kebijakan bagi masyarakat yang dipengaruhinya.²¹ Konsep implementasi mencakup dua hal pokok, yaitu program kebijakan (*policy*) yang kemudian akan menghasilkan *outcome*. Tujuan-tujuan dari kebijakan dirumuskan oleh aktor dalam proses politik, sehingga definisi aktor ini meliputi dua kelompok yaitu formulator dan implementator. Dengan mengembangkan formula awal maka implementasi dapat disajikan dalam formula berikut:²²

$$[\text{DF2}] \text{ Implemetation} = F (\text{Policy, Outcome, Formulator, Implementor, Inisiator, Time}).$$

a. Model implemetasi kebijakan, meliputi :

a) Model van Meter dan van Horn

Model ini menganggap bahwa implementasi kebijakan dipengaruhi oleh dimensi kebijakan, yaitu:

- a. Jumlah masing-masing perubahan yang akan dihasilkan
- b. Jangkauan/lingkup kesepakatan terhadap tujuan antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses implementasi akan lebih tinggi jika perubahan yang dikehendaki lebih sedikit, sementara kesepakatan terhadap tujuan utama ari mereka yang mengoperasikan program lapangan relatif tinggi.

²¹ *op.cit*, Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 38

²² *op.cit*. Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin hlm.23

Menurut van Meter dan van Horn ada lima variabel yang mempengaruhi kinerja implementasi, yaitu: (1) standard dan sasaran kebijakan; (2) sumberdaya; (3) komunikasi antar organisasi dan penguatan aktivitas; (4) karakteristik agen pelaksana (5) kondisi sosial,ekonomi dan politik.

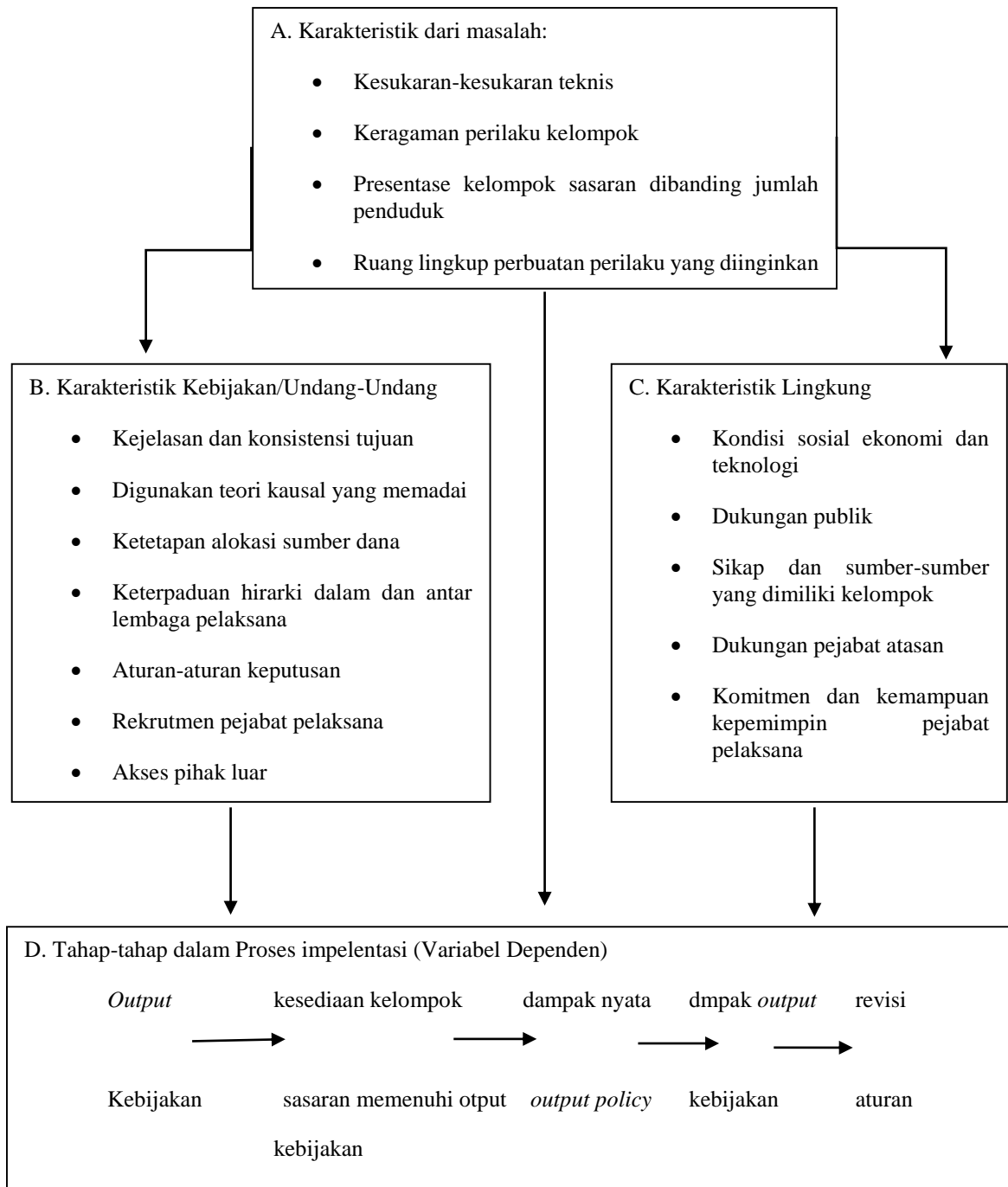
b) Model Mazmanian dan Sabatier

Menurut model ini, peran penting dari analisis implementasi kebijakan adalah mengidentifikasi variabel-variabel berikut²³:

- 1) Karakteristik masalah yang akan dikendalikan
- 2) Karakteristik kebijakan/Undang-Undang
- 3) Variabel lingkungan kebijakan

²³ *Op.cit.*Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 28

Gambar 1.1 Variabel-Variabel Proses Implementasi Kebijakan²⁴



²⁴ ²⁴ *Op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 28

c). Model Grindle

Menurut Grindle isi kebijakan meliputi beberapa hal, sebagai berikut:

- a. Sejauh mana dalam isi kebijakan.
- b. Jenis manfaat yang diterima oleh target group.
- c. Sejauh mana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan.
- d. Apakah letak sebuah program sudah tepat

Isi kebijakan atau *content policy* yang berkaitan dengan jenis kebijakan yang mempengaruhi proses implementasi meliputi:

- a. Kepentingan-kepentingan yang dipengaruhi.
- b. Tipe keuntungan (dapat terbagi/terbagi, jangka pendek/panjang).
- c. Tingkat perubahan pelaku

Lokasi pembuatan keputusan secara (geografis dan organisasioanal)

- a. Pelaksana program yang ditunjuk.
- b. Sumberdaya.

d) Model George C. Edwards III

Dalam bukunya yang berjudul “*Implementing Public Policy*”, Edwards mengemukakan pendapatnya bahwa terdapat empat faktor atau variabel kritis dalam implementasi kebijakan publik, yaitu komunikasi sumberdaya, disposisi (sikap kecenderungan) dan struktur birokrasi.²⁵

²⁵ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 38

Adapun secara terperinci Edwards III menjelaskan keempat faktor sebagai berikut:²⁶

a. Komunikasi

Dalam faktor komunikasi terdapat aspek pokok, yaitu: transmisi (*transmission*), kejelasan (*clarity*) dan konsistensi (*consistency*).

1) Transmisi (*Transmission*)

Beberapa hambatan yang mungkin timbul dan mentransmisikan perintah-perintah implementasi tersebut:

- a) Pertentangan pendapat antara para pelaksana dengan perintah yang dikeluarkan oleh pengambil kebijakan (*Disagreement of Implementers*).
- b) Distorsi yang ditimbulkan karena informasi melalui banyak lapisan hirarki.
- c) Birokrasi (*Distorsion may arise as information passes through multiple layers of the bureaucratic hierarchy*)
- d) Penangkapan komunikasi mungkin dihambat oleh persepsi yang selektif dan ketidakmauan para pelaksana untuk mengetahui persyaratan-persyaratan kebijakan

2) Kejelasan (*Clarity*)

Edward mengidentifikasi terdapat empat faktor yang mendorong terjadinya ketidakjelasan komunikasi kebijakan, yaitu:

²⁶ *Ibid.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 38

- a) *Complexity of public policies* (Kompleksitas kebijakan publik)
- b) *The desire not to irritate segments of the public* (Keinginan untuk tidak mengganggu kelompok-kelompok dalam masyarakat)
- c) *Lack of consensus on the goals of a policy* (Kuranginya konsensus mengenai tujuan-tujuan kebijakan)
- d) *The problem in a strating up a new policy* (Masalah-masalah yang memulai kebijakan baru)
- e) *Avoiding accountability for policies* (Menghindari akuntabilitas kebijakan)
- f) *The nature of judicial decision making* (Hakekat pembuatan keputusan judicial)

3) Konsestensi (*Consistency*)

Dari beberapa faktor yang menghasilkan komunikasi yang tidak jelas juga menyebabkan komunikasi yang tidak konsisten, antara lain:

- a) Kompleksitas kebijakan publik
- b) Kesulitan-kesulitan untuk memulai program baru
- c) Banyaknya tujuan dari berbagai kebijakan

b. Sumber daya

Sumberdaya yang penting untuk implementasi kebijakan meliputi staf dengan jumlah yang sesuai dan dengan keahlian yang memadai dan relevan dengan implementasi kebijakan, kewenangan dan fasilitas..²⁷

- 1) Staf (*Staffs*). Jumlah staf yang mencukupi dan memiliki *skill* yang memadai untuk melaksanakan tugas-tugas.
- 2) Informasi (*Information*). Informasi memiliki dua bentuk, yaitu: 1) Informasi mengenai bagaimana melaksanakan suatu kebijaka, implementator perlu mengetahui apa yang perlu dilakukan; 2) Data tentang ketaatan personil-personil lain terhadap peraturan-peraturan pemerintah.
- 3) Wewenang (*Authority*): wewenang akan berbeda-beda dari suatu program ke program lain serta memiliki bentuk yang berbeda-beda.
- 4) Fasilitas-fasilitas (*Facilities*). Fasilitas-fasilitas meliputi bangunan (*Buildings*), perlengkapan (*Equiupment*) dan perbekalan (*Supplies*).

c. Disposisi (Sikap Kecenderungan)

Kecenderung-kecenderungan mungkin menghalangi implementasi kebijakan bila implementor benar-benar tak setuju

²⁷ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 40

dengan substansi suatu kebijakan. Kadang-kadang implementasi dihambat oleh keadaan-keadaan yang sangat kompleks, seperti para pelaksana menanggukkan pelaksanaan suatu kebijakan yang mereka setuju untuk meningkatkan kemungkinan-kemungkinan mencapai tujuan kebijakan lain yang berbeda.²⁸

d. Struktur Birokrasi

Struktur yang tepat dapat memberikan dukungan kuat terhadap kelancaran implementasi kebijakan. Terdapat dua hal penting dalam struktur birokrasi yaitu prosedur-prosedur kerja standard (*Standard Operating Procedures*) dan fragmentasi (*Fragmentation*).²⁹

1) *Standard Operating Procedures* (SOP)

SOP dikembangkan sebagai respon internal terhadap keterbatasan waktu dan sumber daya dari pelaksana dan keinginan untuk keseragaman dan bekerjanya organisasi-organisasi yang kompleks dan tersebar luas.³⁰

2) Fragmentasi.

Fragmentasi berasal dari tekanan-tekanan di luar unit-unit birokrasi, seperti komisi-komisi legislatif, kelompok kepentingan, pejabat eksekutif, konstitusi negara dan sifat

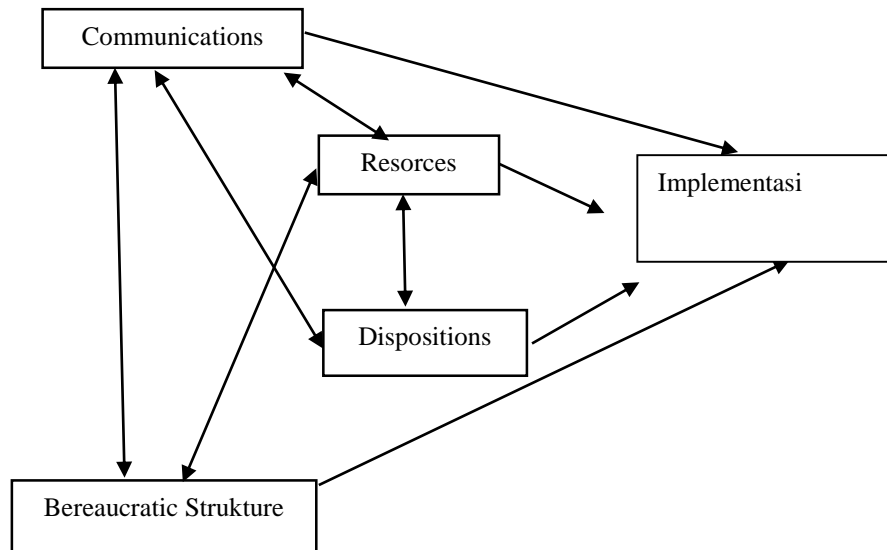
²⁸ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 42

²⁹ *Ibid.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 42

³⁰ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 43

kebijakan, dan sifat kebijakan yang mempengaruhi organisasi publik. Fragmentasi adalah penyebaran tanggung jawab terhadap suatu wilayah kebijakan di antara beberapa unit organisasi. *“Framentation is the dispersion of responsibility for a policy area among several organizational units”*.

Gambar 1.2 Dampak langsung dan tidak langsung pada implementasi Menurut Model George C. Edwards III ³¹



³¹ *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 42

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Kebijakan

Dalam menganalisis implementasi kebijakan pemerintah yang bersifat desentralistis, maka diperlukan suatu kerangka yang dapat mengukur keberhasilan ataupun kegagalan suatu implementasi kebijakan. Cheema dan Rondinelli, mengungkapkan empat kelompok variabel atau faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan suatu peraturan daerah, yakni sebagai berikut :³²

1. Kondisi Lingkungan (*Environmental Conditions*)

Kebijakan muncul dari lingkungan sosio-ekonomi-politik yang kompleks dan khas yang membentuk tidak hanya isi kebijakan namun juga pola hubungan antar organisasi dan karakteristik agen pelaksana, di samping menentukan sumber daya yang tersedia untuk melaksanakannya. Pemahaman terhadap kondisi sosio-ekonomi-politik dalam lingkungan pembuatan kebijakan sangat penting untuk memahami hambatan dan peluang bagi organisasi pelaksana menerjemahkan kebijakan ke dalam tindakan. Struktur politik nasional, ideologi sangat mempengaruhi arah kebijakan. Di samping itu karakteristik struktur kekuasaan daerah dan karakteristik sosial budaya kelompok yang terlibat dalam pembuatan kebijakan, tingkat keterlibatan masyarakat dalam

³² *op.cit.* Dyah Mutiarin dan Arif Zaivudin, hlm 34

pelaksanaan program, serta ketetapan infrastruktur fisik untuk mendistribusikan layanan.

2. Hubungan Antar Organisasi (*Inter-Organizational Relationship*)

Keberhasilan implementasi kebijakan membutuhkan interaksi dan koordinasi sejumlah besar organisasi pada level yang berbeda dalam pemerintahan baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat, serta kerjasama antara lembaga swadaya masyarakat dan kelompok masyarakat. Lingkungan yang kondusif dan hubungan organisasi yang efektif diperlukan, namun tidak mencukupi bagi keberhasilan pelaksanaan kebijakan desentralisasi. Tingkat agen pelaksana menerima sumber keuangan, administrasi dan dukungan teknis yang memadai juga berpengaruh terhadap keberhasilan program desentralisasi. Agen pelaksana harus mempunyai kewenangan menggunakan dana, ketepatan alokasi anggaran, serta ketersediaan dalam dimensi waktu sumber dana tersebut, dan ketepatan otoritas anggaran bagi daerah.

3. Karakteristik dan Kemampuan Agen Pelaksana (*Characteristics of Implementing Agencies*)

Karakteristik organisasi internal dan kemampuan dari agen pelaksana juga menentukan pelaksanaan program. Di dalamnya termasuk kemampuan teknis, manajerial dan politik dari staf

agen pelaksana, kemampuan teknis, manajerial dan politik dari staf agen pelaksana, kemampuan mengkoordinasi, mengawasi dan mengintegrasikan keputusan dari sub unitnya, serta kekuatan dukungan politik dari pimpinan politik nasional, administrator di organisasi lainnya, serta kelompok terkait.

5. Reklame

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 yang biasa ditemukan dikota-kota Asia.³³ Reklame dapat didefinisikan sebagai benda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk, susunan dan 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.³⁴ Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik

³³ Frank Jefkins.1996.*Periklana*.Edisi Ketiga. Terjemahan Haris Munandar. Jakarta:Erlangga. hlm.126

³⁴ Bakri Yulisar.1999."Studi Faktor Nilai Strategis Lokasi Dalam Penempatan Reklame." Tesis Magister tidak diterbitkan, Program Magister Perencanaan Wilayah dan Kota, Program Pasca Sarjana, Institut Teknologi Bandung

perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan dan/atau dinikmati oleh umum.³⁵

Tipologi reklame dapat dibedakan dalam berbagai klasifikasi. Pengklasifikasian setiap reklame berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang, tujuan dan kepentingan yang hendak dicapai.³⁶ Adapun klasifikasi tersebut meliputi:

1. Klasifikasi secara umum, dapat berdasarkan isi pesan, bahan sifat informasi dan teknis pemasangannya. Berdasarkan hal ini, klasifikasi media reklame ini akan dipaparkan sebagai berikut di bawah ini.³⁷ Berdasarkan isi pesannya media reklame dapat dibedakan atas media komersial dan media reklame non-komersial.
2. Berdasarkan bahan dan periode waktu yang digunakan, media dibedakan atas media reklame permanen dan media reklame temporer.
3. Berdasarkan sifat penyampaian informasi, terdiri atas:³⁸ media reklame yang bersifat langsung dan media reklame yang bersifat tidak langsung.
4. Secara teknis pemasangannya, media reklame dibedakan atas:³⁹ media reklame yang berdiri sendiri (*free standing signs*), media reklame pada atap bangunan (*roof signs*).

³⁵ Pasal 1 Ayat 7 Peraturan Bupati Bantul Nomor 50 Tahun 2010 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pajak Reklame

³⁶ *op.cit*, Bakri Yulisar.hlm 199

³⁷ *Ibid*.Bakri Yulisar.hlm 2

³⁸ Hamid Shirvani.1985.*The Urban Design Process*.Van Nostrand Reinhold, New York.hlm 4

³⁹ *op.cit*. Frank Jefkins.hlm 128

F. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah usaha untuk menjelaskan atau sebagaimana gambaran yang lebih jelas mengenai batasan pengertian antara konsep yang satu dengan yang lain agar tidak terjadi kesalahpahaman pengertian.⁴⁰ Adapun definisi konseptual yang akan digunakan meliputi:

1. Otonomi daerah adalah pelimpahan wewenang dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah untuk mengelola daerahnya sendiri.
2. Pemerintah daerah adalah sejumlah
3. Kebijakan umum/publik adalah berbagai macam tindakan yang dilakukan oleh lembaga pemerintah sebagai upaya dalam menyelesaikan berbagai persoalan yang ada dalam masyarakat.
4. Implementasi kebijakan adalah suatu kegiatan yang dilakukan setelah penetapan kebijakan, kegiatan ini berupa keluaran dari tujuan kebijakan yang dilakukan oleh beberapa pelaksana kebijakan yang terkait dengan harapan sesuai dari kebijakan.
5. Reklame adalah suatu papan yang berada di area umum maupun dalam ruangan yang biasanya berupa papan informasi, periklanan baik yang berukuran besar maupun kecil dengan tujuan memberikan dampak tertentu bagi masyarakat.

⁴⁰ Saifudin Azwar.1998. Metode Penelitian.Cetakan Pertama.Yogyakarta:Pustaka Pelajar.hlm.5

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat dapat yang didenifikasikan yang dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasioanal itu akan menunjukkan alat pengambilan data yang cocok digunakan atau mengacu pada bagaimana mengatur suatu variabel.⁴¹ Definisi operasional dari Implementasi Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame Dan Media Informasi sebagai. Dalam penelitian ini definisi operasionalnya antara lain:

A. Implementasi Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi. Menurut Edwards III, implementasi kebijakan dipengaruhi oleh empat variabel, yaitu:

1. Komunikasi (terjadi proses komunikasi yang disampaikan dengan jelas dan konsisten) meliputi:
 - a) Transmisi (*Transmission*)
 - b) Kejelasan (*Clarity*)
 - c) Konsistensi (*Consistency*)
2. Sumberdaya meliputi:
 - a) Staf (*Staffs*)
 - b) Informasi (*Information*)
 - c) Wewenang (*Authority*)

⁴¹ Bahdin Nur Tanjung dan Ardial. 2013. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Proposal, Skripsi, Dan Tesis) Dan Mempersiapkan Diri Menjadi Penulis Artikel. Cetakan ketujuh. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hlm 60

d) Fasilitas-fasilitas (*Facilities*)

3. Disposisi/Sikap Kecenderungan (petunjuk yang jelas)

4. Struktur Birokrasi meliputi :

a) *Standard Operating Procedures* (SOP)

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi. Menurut, Ceema dan Rondinelli implementasi kebijakan dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu:

1. Kondisi Lingkungan (*Environmental Conditions*)

2. Hubungan Antar Organisasi (*Inter-Organizational Relationship*)

3. Ketersediaan Sumber daya (*Resources for Program Implementation*)

4. Karakteristik dan Kemampuan Agen Pelaksana (*Characteristics of Implementing Agencies*)

H. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama.⁴² Metode penelitian kualitatif yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.⁴³ Diharapkan mampu menjawab bagaimana implementasi Perda Bantul Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu satuan kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu peristiwa.⁴⁴

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Bantul dengan mengambil lokasi di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Bantul, Badan Keuangan dan Aset Daerah Bantul (BKAD), Kantor SATPOL PP Bantul dengan alasan bahwa Kabupaten Bantul masih banyak ditemukan banyak reklame sehingga diperlukan tindakan tegas

⁴² Sugiyono.2009.Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Cetakan Kedelapan. Bandung: ALFABETA. hlm 223

⁴³ Sugiyono.2014.Memahami Penelitian Kualitatif.Bandung:CV ALVABETA

⁴⁴ Mohammad Nasir. 1998. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.hm 234

dalam penyelenggaraan reklame Kabupaten Bantul. Oleh karena itu, pihak-pihak pelaksana penyelenggaraan reklame dan media informasi harus memiliki komitmen tinggi dalam upaya penegakan Perda Bantul Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi

3. Unit Analisis

Unit analisis adalah tempat dimana penulis mengumpulkan data-data dan informasi tersebut dapat digunakan oleh peneliti. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu (DPMPT) Bantul, Badan Keuangan dan Aset Daerah Bantul (BKAD), dan Kantor SATPOL PP Bantul. Alasan mengambil unit analisis di Kabupaten Bantul karena masih banyak ditemui reklame ilegal dengan kata lain reklame tidak berijin.

4. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.⁴⁵

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Adapun data-data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁵ *op.cit.* Sugiyono.hal 137

Tabel 1.1 Data Primer

No.	Nama Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Gambaran Umum mengenai Dinas Perizinan dan Penanaman Modal Bantul	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul	Dokumentasi
2.	Gambaran Umum mengenai SATPOL PP Kabupaten Bantul	Kantor SATPOL PP Bantul	Wawancara, Dokumentasi
3.	Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul	Wawancara, Dokumentasi
4.	Satuan Kerja mengenai Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul	Kantor SATPOL PP Bantul	Wawancara, Dokumentasi
5.	Jumlah Reklame di Kabupaten Bantul Tahun 2017	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu	Wawancara, Dokumentasi
6.	Data Hasil Operasi Yustisi Tahun 2017	Kantor SATPOL PP Bantul	Wawancara, Dokumentasi
7.	Berita Acara Peninjauan Lokasi Bantul	Kantor SATPOL PP Bantul	Wawancara, Dokumentasi
8.	Data Pajak Reklame Bantul	Badan Keuangan dan Aset Daerah Bantul	Wawancara, Dokumentasi

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2017

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal, serta situs internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Tabel 1.2 Data Sekunder Penelitian

No.	Nama Data	Sumber Data
1.	Profil Dinas Perizinan dan Penanaman Modal Bantul	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul
2.	Profil mengenai SATPOL PP Bantul	Kantor SATPOL PP Kabupaten Bantul
3.	Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Bantul	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul
4.	Data Terkait dengan Proses Pelayanan Perijinan Penyelenggaraan Reklame di Bantul	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul
5.	Data mengenai Pajak Reklame Bantul	Badan Keuangan dan Aset Daerah Bantul

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2017

c. Sumber Data

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data ataupun informasi yang diperoleh melalui wawancara maupun dokumentasi dengan fokus penelitian. Berikut ini adalah daftar narasumber pada penelitian ini. Perhatikan tabel 1.3 dibawah ini.

Tabel 1.3 Daftar Institusi/Lembaga dan Nama Narasumber Penelitian

No.	Institusi/Lembaga	Nama Narasumber
1.	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Kabupaten Bantul	<ul style="list-style-type: none">• Kepala Seksi Pelayanan dan Informasi (Leny Yuliani, S.S,M.AP)• Kepala Sub Bagian Program (Wiwin Istiumaya, S.IP)• Katua Seksi Pengaduan (Suharmanta, S.Si)
2.	Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Bantul	<ul style="list-style-type: none">• Kepala Seksi Penyelidikan dan Penyidikan (Sismadi)

3	Badan Keangan dan Aset Daerah Bantul	• Staf Verifikasi Informasi Pendapatan (Ridzkya Dhenta Mahaseba, S.H)
---	--------------------------------------	---

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2017

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data ataupun informasi yang mendukung data priper sebagai acuan dalam penelitian. Seperti: buku-buku, undang-undang, kutipan hasil penelitian, media massa dan sumber lainnya.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informasi secara lisan dari informan yang telah ditntuakan. Pola penelitian ini akan dilakukan wawancara awal dengan keseluruhan informan, dari wawancara awal dapat dijadikan landasan untuk kemudian melakukan secara luas dan mendalam mengenai segala informasi dengan mengajukan tanya jawab atau percakapan secara langsung berdasarkan daftar pertanyaan.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁴⁶ Dari hasil observasi dilapangan, peneliti yang dilakukan pada bulan Oktober Tahun 2017 melihat :

⁴⁶ Supardi.2006.Metodologi Penelitian.Mataram:Yayasan Cerdas Press.hlm 8

- a. Di perempatan Jalan Bantul terlihat 11 reklame berjenis baliho yang melintang disudut persimpangan. Jarak reklame sangat dekat bahkan kurang dari 50 meter.
- b. Di simpang empat Jalan Parangtritis hanya ditemukan 3 reklme berjenis baliho
- c. Di Jalan Nasinal III dekat dengan Terminal Giwangan ditemukan reklame dengan jumlah 17 buah berjenis baliho dan 3 megatron kecil di sudut simpang empat.
- d. Di simpang empat Ketandan terdapat sekitar 18 reklame berjenis billborad, spanduk.
- e. Di bagian belakang Kantor Satpol PP Bantul ditemukan banyak reklame hasil pembongkaran yang menumpuk sehingga terlihat kurang rapi, seharusnya segera dilakukan pembuangan ke TPA.
- f. Di kantor Satpol PP Bantul ditemukan dua mobil patroli yang biasanya digunakan untuk patroli wilayah dan biasanya patroli wilayah terkait dengan penataan reklame di Kabupaten Bantul dilakukan biasanya satu atau dua kali dalam seminggu.

A. Dokumentasi

Melalui teknik ini mempelajari berbagai sumber data melalui laporan hasil penelitian, catatan, buku, agenda, surat kabar dan majalah. Tujuannya adalah untuk mencari kebenaran ilmiah secara umum sebagai landasan berpijak dalam menganalisis data dan menjawab permasalahan yang diajukan.

6. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, atau bahan-bahan yang ditemukan di lapangan.⁴⁷ Ada tiga komponen pokok dalam analisis data dengan model interaktif, yakni:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

b. Penyajian Data

Penyajian data diartikan sebagai pemaparan informasi yang tersusun untuk mencari peluang terjadinya suatu kesimpulan. Selain itu, dalam penyajian data diperlukan adanya perencanaan kolom dan tabel bagi data kualitatif dalam bentuk khususnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam penelitian dimana data-data yang telah diperoleh akan ditarik garis besar/kesimpulan sebagai hasil keseluruhan dari penelitian tersebut. Ketiga komponen tersebut satu sama lain saling berkaitan erat dalam sebuah siklus. Peneliti bergerak di

⁴⁷ Miles dan Huberman, . 1992. Analisis Data Kualitatif. Jakarta: Ghalia Indonesia.hlm 20

antara ketiga komponen tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk memahami atau mendapatkan pengertian yang mendalam, komprehensif dan rinci sehingga menghasilkan kesimpulan induktif sebagai hasil pemahaman dan pengertian penelitian.

Dari paparan diatas peneliti akan mudah untuk melakukan penyusunan skripsi. Mulai dari menentukan masalah yang timbul dari penyelenggaraan reklame dan media informasi baik dalam proses penataan maupun proses pelaksanaan penyelenggaraan reklame. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi Peraturan Daerah Bantul Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017 dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Implementasi Peraturan Daerah Bantul Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017 penulis menggunakan teori Edwards III dan Ceema dan Rondinelli sebagai alat ukur dalam penelitian.

Mengenai objek penelitian dengan judul Implementasi Peraturan Daerah Bantul Nomor 20 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame dan Media Informasi di Kabupaten Bantul Tahun 2017 berfokus pada isi perda dan beberapa instansi penyelenggara reklame. Akan dijelaskan lebih lanjut pada BAB II tentang Deskripsi Objek Penelitian pada halaman selanjutnya.