

Jenis reklame media luar ruang yang boleh diselenggarakan di bangunan permanen pada Kawasan Malioboro adalah :

- a. Papan/billboard;
- b. Cahaya;
- c. Kain/plastik;
- d. Udara/balon.

Penyelenggaraan reklame pada Kawasan Malioboro yang menutupi seluruh fasad bangunan cagar budaya atau warisan budaya diwajibkan untuk dibuka seluruhnya seperti bentuk aslinya. Penyelenggaraan reklame di bangunan permanen pada Kawasan Malioboro termasuk bangunan cagar budaya atau warisan budaya meliputi facade depan dan samping bangunan, serta lorong arkit.

Ketentuan teknis reklame pada facade depan bangunan :

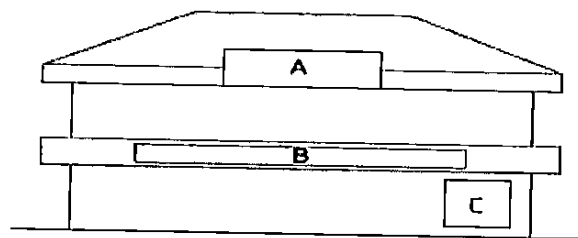
- a. Posisi sejajar jalan 1 (satu) sisi, tidak boleh posisi melintang jalan 2 (dua) sisi, ditempatkan pada listplank muka depan bangunan;
- b. Tidak boleh menutup ornamen/arsitektural bangunan maupun atap bangunan;
- c. Tinggi maksimal 1,5 (satu koma lima) meter;
- d. Panjang menyesuaikan panjang maksimal listplank bangunan.

Ketentuan teknis reklame pada facade samping bangunan :

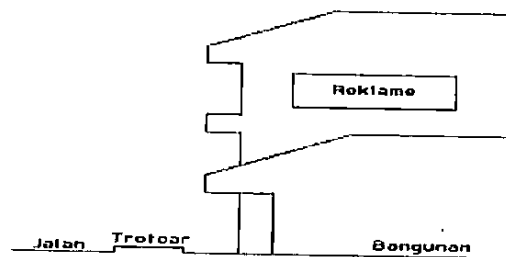
- a. Tinggi maksimal 2,5 (dua koma lima) meter;
- b. Panjang maksimal menyesuaikan panjang bangunan;

Ketentuan teknis reklame pada lorong/arkit Malioboro adalah panjang maksimal 2,5 (dua koma lima) meter, tinggi maksimal 0,6 (nol koma enam) meter, dan jarak minimal bidang terbawah reklame 2,3 (dua koma tiga) meter dari lantai.

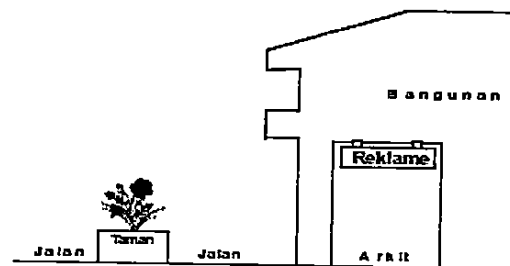
1. FACADE DEPAN



2. FACADE SAMPING



3. LORONG ARKIT



Gambar 1.
GAMBAR TEKNIS REKLAME FACADE DEPAN, SAMPING
DAN LORONG ARKIT DI KAWASAN MALIOBORO
YOGYAKARTA



Gambar 2
Kondisi Reklame di Malioboro

Sedangkan terkait perizinan diatur dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 75 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Izin Penyelenggaraan Reklame. SKPD yang ditunjuk untuk menerbitkan Izin adalah DPDPK. Dalam menerbitkan izin dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Pelayanan izin untuk reklame yang memerlukan rekomendasi dari SKPD dan atau instansi lain yang dipandang perlu adalah :
1. Penyelenggaraan reklame baru berukuran besar;
 2. Penyelenggaraan reklame baru berukuran sedang dan kecil yang peletakan konstruksi tiang penyangga di atas tanah negara;
 3. Penyelenggaraan reklame baru berukuran sedang yang konstruksinya di atas tanah hak milik perorangan/badan;
 4. Penyelenggaraan reklame baru yang menyatu dengan fasilitas umum;
 5. Masa berlakunya rekomendasi untuk jangka waktu paling lama 3 (tiga) tahun dan dapat ditinjau kembali sebelum jangka waktu 3 (tiga) tahun apabila dipandang perlu;

6. Setelah masa waktu 3 tahun berakhir untuk mendapatkan izin tahun berikutnya diperlakukan sebagaimana permohonan baru
- b. Pelayanan izin untuk reklame yang tidak memerlukan rekomendasi dari SKPD dan atau instansi lain yang dipandang perlu adalah :
1. Penyelenggaraan reklame baru dan atau perpanjangan berukuran kecil yang konstruksi tiang penyangganya di atas tanah hak milik perorangan/badan;
 2. Penyelenggaraan reklame baru dan atau perpanjangan yang dipasang di dalam ruang;
 3. Penyelenggaraan reklame baru dan atau perpanjangan dengan jenis reklame berjalan, baliho, spanduk, umbul-umbul, rontek/*vertical banner*, melekat, selebaran, suara dan film/*slide*;
 4. Penyelenggaraan alat peraga.

Pelayanan izin untuk alat peraga yang memerlukan rekomendasi yaitu penyelenggaraan alat peraga untuk pemasangan baru di atas trotoar atau di atas tanah negara yang sudah dibangun untuk fasilitas umum dengan cara melubangi sarana dan prasarana yang telah ada.

Kepala DPDPK berwenang menandatangani surat pemberitahuan masa berlakunya izin akan berakhir, penolakan permohonan izin penyelenggaraan, surat peringatan/teguran, surat pencabutan izin dan

Pemohon izin penyelenggaraan reklame baru, dilakukan dengan mengisi blanko yang telah disediakan oleh DPDPK dengan melampiri :

- a. Foto copy Kartu Tanda Penduduk pemohon/identitas diri yang sah (rangkap 4 (empat));
- b. Foto copy Ijin Gangguan (HO) tempat diselenggarakannya reklame nama usaha yang berada di Daerah (rangkap 4 (empat));
- c. Foto lokasi pemasangan reklame dengan 2 sudut pandang masing-masing asli dan foto copy rangkap 3 (tiga), dengan syarat :
 - 1) Sudut pandang pengambilan foto sejajar trotoar/jalan dengan ketentuan reklame terlihat secara keseluruhan (dari bawah tiang sampai dengan atas reklame);
 - 2) Sudut pandang pengambilan foto tegak lurus trotoar/jalan dengan ketentuan latar belakang (bangunan/pohon/lain-lain) terlihat utuh beserta bangunan persil di kanan kirinya;
 - 3) foto memperlihatkan simulasi gambar reklame pada rencana penempatan titik reklame;
- d. Gambar situasi/denah lokasi yang jelas posisi titiknya (rangkap 4 (empat)) dilengkapi keterangan :
 1. nama toko/kantor/tanah kosong/lain-lain di belakangnya;
 2. jarak terhadap jembatan/simpang jalan;
- e. Gambar teknis konstruksi asli dan foto copy rangkap 3 (tiga) dilengkapi keterangan :

- 2) Dimensi diameter pipa tiang penyangga;
 - 3) Dimensi kedalaman, panjang dan lebar pondasi (peletakan tiang reklame di atas tanah);
 - 4) Jenis bahan konstruksi;
 - 5) Ukuran panjang lebar konstruksi;
 - 6) Etinggian reklame;
 - 7) Gambar detail hubungan konstruksi dengan facade/atap bangunan (bila reklame menempel di facade/di atas gedung).
- f. gambar potongan terhadap persil/trotoar/jalan;
- g. gambar desain reklame yang akan dipasang (obyek reklame) asli dan foto copy rangkap 3 (tiga);
- h. surat Pernyataan Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap segala resiko yang diakibatkan oleh penyelenggaraan reklame (rangkap 4);
- i. foto copy Surat Perjanjian Kerjasama (rangkap 4), khusus reklame yang diselenggarakan dalam rangka kerjasama dengan Pemerintah Daerah.;
- j. surat-surat lain yang dianggap perlu.

Pemohon izin penyelenggaraan reklame perpanjangan mengisi blanko yang telah disediakan oleh DPDPK dengan melampiri :

- a. Foto copy naskah izin tahun sebelumnya dan bukti Titipan Jaminan

- b. Foto reklame terakhir yang dimohonkan izin asli dan foto copy rangkap 3 (tiga);
- d. Surat Pernyataan bermeterai Rp.6.000,- (enam ribu rupiah) bahwa konstruksi masih layak dan bertanggung jawab atas resiko yang diakibatkan oleh penyelenggaraan reklame asli dan foto copy rangkap 3 (tiga);
- e. Surat-surat lain yang dianggap perlu, antara lain : bukti sewa, Surat Perjanjian Kerjasama, Kontrak Pengelolaan Titik Reklame, surat tidak keberatan dari pemilik lahan dan lain-lain.

Pemohon izin penyelenggaraan alat peraga baru mengisi blanko surat permohonan izin kepada Walikota yang telah disediakan dengan tembusan kepada kepala DPDPK dengan melampiri :

- a. Foto kopy kartu tanda penduduk pemohon atau identitas lainnya yang sah;
- b. Gambar naskah alat peraga;
- c. Data lokasi tempat pemasangan alat peraga.

Permohonan izin penyelenggaraan alat peraga perpanjangan dengan ketentuan mengisi blanko Surat Permohonan Izin kepada Walikota yang telah disediakan dengan tembusan kepala DPDPK dengan mencantumkan data yang ada. Dalam hal penyelenggaraan reklame dan alat peraga menempati tanah milik perorangan/badan, harus melampirkan surat

2. Kepatuhan Aparatur Terhadap Peraturan Walikota Yogyakarta No 85 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di kawasan Malioboro

Bertolak dari sudut pandang *Compliance* dalam mengkaji implementasi kebijakan publik. Maka dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian mengenai implementasi kebijakan Peraturan Walikota Yogyakarta No 85 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di kawasan Malioboro Yogyakarta dengan memfokus pada aspek keberhasilan implementasi. Aspek keberhasilan implementasi kebijakan publik dengan indikasinya yaitu kepatuhan dalam hal ini lembaga atau Badan pemerintah yang diberi wewenang yaitu DPDPK sebagai ketua koordinasi dalam penyelenggaraan reklame di kawasan Malioboro dalam merealisasikan atau menjabarkan serta menerjemahkan Peraturan Walikota Yogyakarta tersebut melalui juklak dan juknis sesuai tahapan atau mekanisme yang ada.

Dalam hal menafsirkan implementasi kebijakan sebagai serangkaian sikap atau tindakan yang diambil melalui kebijakan yang telah ditetapkan yaitu kebijakan Penyelenggaraan Reklame di kawasan Malioboro (Perwal No 85 Tahun 2011) yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mengkaji implementasi Peraturan Walikota Yogyakarta No 85 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan

implementasinya serta menampilkan berbagai kejadian yang sebenarnya dengan faktor-faktor penyebabnya.

Dalam hal ini yang banyak diuraikan nantinya adalah keadaan reklame di kawasan Malioboro sesuai dengan fokus yang telah ditentukan sebelumnya, dan sesuai hasil wawancara dengan beberapa informan, baik dari pemilik reklame itu sendiri, maupun dari aparat pelaksana, serta hasil pengamatan peneliti sendiri dimana terdapat beberapa permasalahan dalam proses implementasi Peraturan Walikota Yogyakarta No 85 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di kawasan Malioboro.

Hal tersebut juga didukung dengan informasi dari arsip pada bidang dan subbidang lembaga pemerintah yaitu oleh DPDPK dan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta yang menginformasikan mengenai proses penataan reklame di kawasan Malioboro.

Dalam implementasinya banyak reklame di sepanjang Malioboro yang masih melanggar. Pemerintah Kota Yogyakarta bahkan mengancam melakukan penurunan secara paksa reklame yang melanggar Ketentuan Peraturan Wali Kota Nomor 85 Tahun 2011 tentang pemasangan reklame di kawasan Malioboro maupun reklame yang diketahui tak berizin.

Menurut keterangan Bapak Tugiyarta :

Pemkot telah melakukan penertiban reklame di kawasan Malioboro mulai dari penggal Teteg hingga Jalan Dagen. Dari pendataan yang dilakukan Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan (DPDPK), di penggal tersebut didapati 32 reklame tak berizin dari 57 reklame. Terhadap reklame yang melanggar maka Pemerintah Kota segera mengirimkan surat kepada setiap pemilik usaha.³⁴

Lebih lanjut Bapak Tugiyarta selaku Kasi Pendataan dan Pendaftaran DPDPK Kota Yogyakarta:³⁵

Ada tiga kategori surat yang segera dilayangkan. Kategori pertama, surat untuk pengusaha yang papan reklamenya kedapatan tak berizin serta pemasangannya menyalahi Perwal 85 tahun 2011 maka masing-masing toko untuk bisa melakukan perbaikan terhadap reklame yang sudah terpasang dengan batas waktu 14 hari sejak surat diterima. Diharapkan seluruh reklame di kawasan Malioboro sudah bisa menyesuaikan dengan aturan yang berlaku.

Sementara itu menurut Syarif Teguh, Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Malioboro menyatakan:³⁶

Kami telah mengirim surat pemberitahuan kepada pemilik toko terkait pemasangan reklame di kawasan tersebut. Namun menurutnya UPT bersama pihak-pihak terkait sebenarnya telah melakukan sosialisasi sejak akhir tahun 2012. Penataan Malioboro secara menyeluruh masih menunggu penyusunan Rencana Tata Bangunan dan Lingkungan (RTBL) selesai yang saat ini masih dibahas pemerintah. Pada tahap pertama dilakukan penertiban reklame dan pembenahan pot-pot bunga di kawasan Malioboro untuk mendukung kawasan pedestrian.

Berdasarkan keterangan di atas menunjukkan bahwa pada kenyataannya implementasi Peraturan Wali Kota Nomor 85 Tahun 2011 tentang pemasangan reklame di kawasan Malioboro tersebut belum berjalan dengan sukses, sukses yang dimaksud bisa diartikan dengan tidak adanya persoalan atau konflik, serta tertibnya pelaksanaan dengan indikasi kesesuaian antara apa yang ditetapkan dalam peraturan dengan apa yang terjadi di lapangan. Namun memang diakui bahwa dalam melaksanakan sebuah program atau kebijakan tentu saja pasti ada kekurangan.

³⁵ Ibid

³⁶ Wawancara dengan Bapak Syarif Teguh, Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Malioboro, 15

Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Kisbiantoro

“Pelaksanaan penataan reklame di kawasan Malioboro saat ini baru berjalan tahap satu, yaitu pembenahan dari ujung utara Malioboro (hotel Ina Garuda) hingga simpang jalan Dagen. Pembenahan Malioboro tersebut terdiri dari pembenahan vertikal dan horizontal. Vertikal adalah pembersihan dari reklame melintang untuk mengembalikan gaya visual bangunan Hindis dan Cina yang selama ini tertutup oleh dominasi berbagai bentuk media iklan. Sementara horizontal adalah mengganti pot-pot besar di tepi jalan dengan tanaman-tanaman kecil agar Malioboro terasa lebih lapang dan ramah pejalan kaki.³⁷

Bila aparat pelaksana tidak patuh terhadap ketentuan atau kebijakan yang sedang dilaksanakan tersebut maka output kebijakan yang dicapai atau hasil yang akan dicapai pasti tidak sesuai dengan ketentuan yang sebenarnya, karena ketika dalam melaksanakan penataan reklame tersebut selalu didasarkan pada kebijaksanaan aparat pelaksana yang berdasarkan pada peraturan daerah.

3. Aspek Output Kebijaksanaan Penataan Reklame (Peraturan Walikota Yogyakarta No 85 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di kawasan Malioboro).

Output kebijakan Perwal 85 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di kawasan Malioboro adalah adanya perubahan teknis pemasangan reklame di kawasan Malioboro. Perubahan aturan pemasangan maupun ukuran reklame dimaksudkan agar kawasan Malioboro sebagai kawasan cagar budaya tidak tertutupi papan reklame .

Dalam petunjuk teknis pemasangan reklame sesuai ketentuan Perwal, Tugiyarta menyatakan bahwa:³⁸

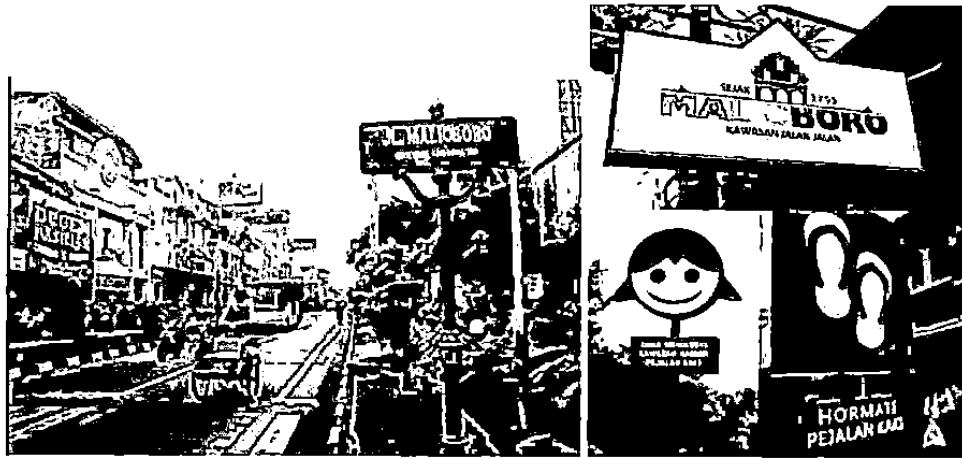
³⁷ Wawancara dengan Bapak Kisbiantoro selaku staff DPDPK Kota Yogyakarta, 13 November 2013

³⁸ Wawancara dengan Bapak Tugiyarta, *op.cit*

Perbedaan Perwal lama dan Perwal baru ini terletak pada ukuran dan posisi pemasangan. Perwal lama memperbolehkan memasang reklame di fasad bangunan dengan tinggi maksimal 3 meter sedang Perwal baru hanya 1,5 meter.

Teknis pada reklame yang dipasang di fasad bangunan sesuai Perwal tersebut, posisinya harus sejajar jalan yakni satu sisi dan tidak boleh melintang jalan atau di dua sisi. Pemasangan dilarang menutupi ornamen atau arsitektural bangunan maupun atap bangunan. "Tinggi maksimal 1,5 meter dan panjang maksimal menyesuaikan panjang listplank bangunan. Sedangkan ketentuan pemasangan pada fasad samping bangunan tinggi maksimal 2,5 meter dengan panjang menyesuaikan panjang bangunan serta tidak boleh menjorok melampaui fasad bangunan. Untuk pemasangan di lorong atau arkit panjang maksimal 2,5 meter tinggi maksimal 0,6 meter dan jarak minimal bidang terbawah reklame 2,3 meter dari lantai. Perwal ini juga dipertegas soal posisi reklame yang tidak boleh melintang dan tidak boleh di dua muka fasad. Perwal ini mengikat semua bangunan permanen di Malioboro tidak hanya bangunan yang termasuk cagar budaya. Penataan reklame ini dilakukan karena memang Malioboro makin lama makin terasa sesak dan tidak ramah pejalan kaki. Penertiban pemasangan reklame di Malioboro menurut merupakan bagian

1. "Malioboro sebagai kawasan dilindungi wisatawan



Gambar 3
Perbedaan setelah dilakukan Implementasi Penataan Reklame

Dengan adanya peraturan wali kota Nomor 85 Tahun 2011 tentang Penataan Reklame di Kawasan Malioboro pemasangan reklame di sepanjang Jalan Malioboro sudah semakin baik dan tertata.

4. Kejelasan dan Ketegasan sanksi Pelanggaran Reklame

Kejelasan peraturan dan ketegasan aparat pelaksana adalah merupakan aspek yang paling penting bagi keberhasilan pelaksanaan program penataan dan penertiban reklame berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 85 Tahun 2011 di kawasan Malioboro.

Dinas Pajak Daerah dan Pengelolaan Keuangan (DPDPK) Kota Yogyakarta telah melakukan pendataan massal terhadap reklame-reklame yang terpasang di kawasan Malioboro. Hal ini untuk memastikan reklame mana saja yang sudah atau belum sesuai aturan

Hal tersebut sebagaimana dinyatakan oleh Bapak Tugiyarta:

"Kami telah melakukan pendataan massal terhadap objek reklame yang ada di kawasan Malioboro. Data tentang nama pemilik toko menurutnya penting, agar tidak terjadi pendataan ganda yang dilakukan oleh petugas DPDPK saat melakukan pendataan reklame. Setiap petugas sudah akan dibekali nama toko yang akan didata. Harapannya, tidak akan ada satu toko terdata lebih dari satu kali,"³⁹

Dengan adanya pendataan tersebut DPDPK akan mampu melakukan identifikasi terhadap reklame yang terpasang di sepanjang Jalan Malioboro, yaitu reklame yang terpasang secara melintang, reklame yang menempel di dinding toko. Namun ketinggiannya melebihi aturan dalam peraturan wali kota dan reklame yang melanggar izin karena terpasang di atap gedung dengan luas lebih dari 24 meter persegi.

Menurut keterangan) Malioboro Syarif Teguh selaku Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) menyatakan bahwa:

Terdapat 180 toko di sepanjang Jalan Malioboro. Disana terdapat 58 reklame yang menempel di toko tersebut dan sudah akan habis masa izinnnya. Semenjak peraturan walikota tersebut diberlakukan, menurutnya sudah banyak toko yang menurunkan reklame yang terbuat dari kain. Sudah ada 20 reklame dari kain yang sudah diturunkan.⁴⁰

Penertiban visual berupa reklame iklan di kawasan Malioboro Yogyakarta mempunyai dampak terhadap anggaran pendapatan daerah karena adanya penertiban reklame berdasarkan peraturan daerah tersebut yaitu akan mengurangi potensi pendapatan daerah. Hal ini sebagaimana

Penerapan Peraturan Walikota (Perwal) No 85/2011 tentang Penataan Reklame, penataan papan nama toko dan reklame harus disesuaikan dengan ukuran toko jelas mengurangi pemasukan daerah. Sesuai ketentuan lebar reklame nantinya hanya diperbolehkan sampai 1,5 meter sejajar dengan bangunan dan panjang papan menyesuaikan bentuk bangunan dengan harapan tidak menutup bangunan asli. Pengusaha harus mendaftar ulang untuk memasang reklame.⁴¹

Menurut Kepala UPT Malioboro Syarif Teguh mengatakan terakhir kali penertiban berhasil menurunkan setidaknya 100 reklame. Kebanyakan yang melanggar adalah papan nama usaha.⁴²



Gambar 4.
Penertiban dan Penurunan Reklame oleh Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta

Berdasarkan keterangan Christiana Suhandini Kasi Penyidikan Dinas Ketertiban (Dintib) Kota Yogyakarta

Berdasarkan data selama Januari hingga Juli 2013, Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta telah menertibkan sedikitnya 242 reklame tak berizin di Kota Yogyakarta. Semua tidak memenuhi Peraturan Daerah tentang reklame, baik izin maupun lokasi pemasangannya.

⁴¹ Wawancara dengan Bapak Tugiyarta, *op.cit*,

⁴² Wawancara dengan Bapak Ulin Teguh, *op.cit*

Tabel 7
Jenis Pelanggaran Reklame Tahun 2012

No	Jenis Pelanggaran	Jumlah
1	Reklame Tidak Berizin	49
2	Ukuran dan Bentuk	84
3	Reklame Habis Masa Berlakunya	58
4	Melanggar Lokasi pemasangan	51
		242

Sumber: dinas Ketertiban Kota Yogyakarta 2012

Terhadap pelanggaran peraturan walikota yang tidak sesuai dengan peraturan maka akan dilakukan penurunan secara paksa oleh Dinas Ketertiban dengan menurunkan reklame.

Sanksi terhadap pelanggaran pemasangan reklame maka jika tidak dapat menunjukkan izin HO dan reklame, maka dianggap melanggar Perda Nomor 2 Tahun 2005 tentang Izin Gangguan dan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 1998 tentang Reklame. Ancaman hukuman denda maksimal Rp 50 juta atau hukuman penjara 3 bulan.

B. Faktor-faktor Penunjang dan Penghambat Proses Implementasi Kebijakan Peraturan Walikota No 85 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kawasan Malioboro

Faktor-faktor yang menunjang keberhasilan proses implementasi kebijakan Peraturan Walikota No 85 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kawasan Malioboro yang dilakukan oleh DPDPK Kota Yogyakarta , berdasarkan hasil kajian data lapangan sangat

1. Faktor penunjang keberhasilan proses implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di kawasan Malioboro

1. Ukuran dan Tujuan kebijakan

Berkaitan dengan tingkat keberhasilan, realistis dan idealnya suatu kebijakan, serta menilai sejauh mana ukuran dasar dan tujuan-tujuan kebijakan pajak reklame telah direalisasikan, maka berdasarkan hasil analisis data lapangan, diketahui bahwa kebijakan penyelenggaraan reklame di kawasan Malioboro di lakukan oleh DPDPK Kota Yogyakarta dirasakan sudah berjalan dengan baik walaupun belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari implementasi Perwal No 85 Tahun 2011 yang telah dilaksanakan sebagai ukuran tingkat keberhasilan implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di kawasan Malioboro. Hal ini karena dalam penataan reklame di kawasan Malioboro reklame yang melintang di atas gedung karena tidak diatur dalam Peraturan Walikota Nomor 85 Tahun 2011.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala DPDPK Kota Yogyakarta, peneliti memperoleh keterangan bahwa pada umumnya pegawai memahami mengenai Perwal Nomor 85 Tahun 2011 Tentang penyelenggaraan reklame.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pegawai di DPDPK, dapat diketahui sebagian besar pegawai menyatakan bahwa Perwal No 85 Tahun 2011 yang didalamnya tersirat mengenai ukuran

reklame dan jenis-jenis reklame kurang dipahami oleh para pegawai. Pada hal seharusnya Perwal tersebut dijadikan sebagai payung hukum dan pedoman bagi pelaksanaan di lapangan. Oleh karena itu tingkat keberhasilan suatu kebijakan sangat dipengaruhi oleh pemahaman mengenai ukuran dan tujuan kebijakan penyelenggaraan reklame di kawasan Malioboro.

2. Sumber Daya.

Berkaitan dengan sumber daya kebijakan, Untuk menunjang keberhasilan implementasi Perwal No 85 Tahun 2011, sumber-sumber kebijakan layak mendapatkan perhatian sehingga dapat mendorong dan memperlancar implementasi yang efektif. Berdasarkan hasil pengamatan pada DPDPK Kota Yogyakarta dapat diketahui bahwa kemampuan atau kompetensi petugas dirasakan cukup baik.

3. Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana

Berkaitan dengan komunikasi antarorganisasi dan aktivitas pelaksana. Implementasi Perwal No 85 Tahun 2011 yang efektif ditentukan oleh ketepatan dan konsistensi dalam mengkomunikasikan ukuran dan tujuan kebijakan. Berdasarkan hasil pengamatan pada DPDPK Kota Yogyakarta telah melakukan komunikasi dengan instansi terkait yaitu dengan Dinas Ketertiban, Unit Pelaksana Teknis PT Malioboro

yang masa pemasangan reklame tersebut habis serta reklame yang melanggar peraturan daerah selama ini telah berjalan dengan baik.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui sebagian besar sumber data menyatakan setuju bahwa komunikasi dan koordinasi telah terjalin dengan baik antara para aparat pelaksana untuk dapat memperlancar keberhasilan implementasi Perwal Nomor 85 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Yogyakarta.

4. Karakteristik Agen Pelaksana

Berkaitan dengan struktur birokrasi sebagai norma-norma dan pola hubungan yang terjadi dalam badan-badan eksekutif. Merupakan karakteristik pelaksanaan, artinya karakteristik organisasi yang merupakan faktor krusial yang menentukan berhasil tidaknya suatu program.

Berdasarkan hasil pengamatan pada DPPKA Kota Yogyakarta tersebut dirasakan sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari pola kerjasama antar badan eksekutif termasuk DPDPK sebagai perangkat daerah untuk dapat terjalin dengan baik dan hal tersebut jelas memperlihatkan karakteristik organisasi yang dicerminkan melalui perilaku para pegawainya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala DPPKA Kota Yogyakarta, peneliti memperoleh keterangan bahwa dukungan administrasi dan kerjasama dengan badan-badan lainnya telah

...

Faktor karakteristik sikap pelaksana sangat berpengaruh terhadap efektifitas implementasi penataan reklame. Jika petugas setuju penataan reklame di kawasan Malioboro yang tidak teratur maka mereka akan melaksanakan dengan senang hati tetapi jika pandangan mereka berbeda dengan pembuat kebijakan maka proses penataan reklame akan mengalami banyak masalah. Komitmen seorang pemimpin juga berpengaruh dalam pelaksanaan sebuah kebijakan, pimpinan mempunyai peran yang bisa memberikan disposisi terhadap pelaksanaan kegiatan.

Sikap dan peran aktif pimpinan di suatu daerah menjadi penting, sebab berjalan atau tidaknya sebuah kebijakan salah satunya adalah adanya komitmen dari seorang pemimpin yang bisa memperlancar jalannya implementasi kebijakan. Dukungan para pejabat pelaksana sangat dibutuhkan dalam mencapai sasaran program. Dukungan dari pimpinan sangat mempengaruhi proses penataan reklame sehingga dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Wujud dari dukungan pimpinan ini adalah menempatkan kebijakan menjadi prioritas program, penempatan pelaksana dengan orang-orang yang mendukung program. Disamping itu penyediaan dana yang cukup guna memberikan insentif bagi petugas pemungut agar mereka mendukung dan bekerja secara total dalam melaksanakan penataan reklame.

5. Lingkungan Ekonomi, Sosial, dan Politik

Berkaitan dengan kondisi lingkungan ekonomi, sosial dan politik berpengaruh besar kepada keberhasilan implementasi Peraturan Walikota No 85 tahun 2011. Kebijakan yang diambil dapat dilaksanakan dengan baik apabila ditunjang oleh kondisi yang baik dari lingkungan luar. Berdasarkan hasil observasi pada DPDPK Kota Yogyakarta hal tersebut dirasakan kurang mendukung. Hal ini terlihat dari lingkungan ekonomi di wilayah Kota Yogyakarta yang sangat berpengaruh terhadap nilai jual objek pajak reklame yang semakin meningkat, terutama dalam tata letak pemasangan reklame.

Realisasi pajak reklame sebelum dan sesudah implementasi Perwal No 85/2011 tentang Penataan Reklame di Bangunan Permanen pada Kawasan Malioboro dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Realisasi Target dan Realisasi Pajak Reklame Tahun 2011-2012

No	Tahun 2011		Tahun 2012	
	Target	Realisasi	Target	Realisasi
	5.355.000.000	5.439.731.728	6.400.000.000	6303.861.072

Sumber: DPDPK Kota Yogyakarta

Dari tabel di atas terlihat bahwa sebelum implementasi Perwal No 85 /2011 pada tahun 2011 target pajak reklame adalah Rp. 5.355.000.000 dan realisasi Rp. 5.439.731.728 atau mencapai target dengan realisasi 102%, sedangkan setelah implementasi pada tahun 2012 dari target pendapatan sebesar Rp. 6.400.000.000 hanya teralisasi Rp. 6303.861.072

Berdasarkan analisis peneliti bahwa lingkungan internal dan eksternal jelas sangat berpengaruh terhadap implementasi kebijakan pajak reklame, sedangkan kondisi di DPDPK bahwa pengaruh lingkungan yang paling besar terhadap implementasi Perwal No. 85 Tahun 2011 adalah pengaruh dari luar atau lingkungan luar.

6. Komitmen dari Pelaksana

Komitmen seorang pemimpin sangat berpengaruh dalam pelaksanaan sebuah kebijakan, pimpinan mempunyai peran yang bisa memberikan disposisi terhadap pelaksanaan kegiatan. Sikap dan peran aktif pimpinan di suatu daerah menjadi penting, sebab berjalan atau tidaknya sebuah kebijakan salah satunya adalah adanya komitmen dari seorang pemimpin yang bisa memperlancar jalannya implementasi kebijakan.

Menurut pengamatan penulis, Pemerintah Kota Yogyakarta memiliki komitmen yang tinggi dalam upaya menata kawasan Malioboro. Hal ini dapat dilihat dari berbagai kegiatan koordinasi dan evaluasi antar berbagai Satuan Kerja Perangkat Daerah yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam merealisasikan penataan reklame di kawasan Malioboro. Salah satu bentuk komitmen pemerintah Kota Yogyakarta ditunjukkan dengan telah menyusun peraturan daerah yang mengatur tentang reklame yang sedang dalam tahap pembahasan. Adanya Peraturan Daerah yang dibuat merupakan upaya memberikan

pedoman yang jelas dalam pelaksanaan kegiatan penataan reklame. Penataan reklame dan menjadikan pemungutan pajak reklame di Kota Yogyakarta menjadi proses yang memiliki kekuatan hukum yang sah. Komitmen dari pemimpin daerah tersebut akan memberikan kekuatan dan kepercayaan dalam upaya menata reklame di kawasan Malioboro. Tentunya komitmen tersebut harus dibarengi dengan perangkat yang memadai, baik sarana, biaya maupun tenaga. Perangkat tersebut akan memberikan kelancaran dalam pelaksanaan penataan reklame.

B. Faktor Penghambat

1. Kurangnya Sosialisasi

Salah satu bentuk kegiatan yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk memberikan pemahaman dan pengertian kepada masyarakat mengenai peraturan tentang penyelenggaraan reklame di kawasan Malioboro adalah dengan mengadakan kegiatan sosialisasi.

Sosialisasi dapat diartikan sebagai proses yang menempatkan masyarakat untuk mengetahui dan memahami norma-norma atau nilai-nilai dimana mereka menjadi anggotanya agar dapat berperan sesuai dengan norma-norma atau nilai-nilai tersebut. Dengan kegiatan sosialisasi diharapkan masyarakat dalam hal ini pemilik toko di sepanjang jalan Malioboro dapat memahami dan melaksanakan pengaturan tentang

Dalam upaya memperlancar proses pemungutan penataan reklame di kawasan Malioboro, persiapan yang dilakukan oleh DPDPK Kota Yogyakarta tidak hanya dilakukan pada petugas semata, akan tetapi juga terhadap pemilik melalui kegiatan sosialisasi. Dengan adanya sosialisasi diharapkan akan terbangun pengertian dan pemahaman terhadap tujuan perlu dilakukan penataan reklame, termasuk peruntukannya. Dengan demikian masyarakat dan dunia usaha dapat memahami dan mengerti hakekat dari penataan reklame pajak tersebut dan dapat mendukung proses penataan reklame itu sendiri.

Melalui kegiatan sosialisasi diharapkan akan terjalin komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat dan lebih jauh lagi masyarakat benar-benar siap ketika proses yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka penataan reklame di kawasan Malioboro. Sehubungan dengan itu, Kepala DPDPK Kota Yogyakarta menyatakan “Kegiatan sosialisasi Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2011 dilakukan pada akhir Desember 2011 atau hanya dilakukan pada awal pelaksanaan Peraturan Walikota Nomor 85 Tahun 2011”.⁴³

Berikut ini adalah penyuluhan atau sosialisasi yang pernah dilakukan terkait dengan pemasangan reklame di Kota Yogyakarta.

Tabel 9
Implementasi Penyuluhan terkait Reklame di Kawasan Malioboro

No	Program	Penyuluhan	Peserta	Pelaksana	Keterangan
1	Sosialisasi Peraturan Walikota No 75 tahun 2009	Penyuluhan ijin pemasangan reklame	Seluruh stakeholder eklame di Kota Yogyakarta	DPDPK, Dinas Perizinan	28 Januari 2009
2	Sosialisasi Peraturan Walikota	Penyuluhan tentang pajak reklame	Pemilik Toko di Malioboro, Paguyuban Malioboro	DPDPK Kota Yogyakarta	24 Februari 2010
2	Sosialisasi Peraturan Walikota 85 Tahun 2011	Penyuluhan tentang Reklame di Bangunan Permanen Pada kawasan malioboro yogyakarta	Pemilik Toko di Malioboro, Paguyuban Malioboro	DPDPK, UPT Malioboro, Dinas Perizinan dan PT. Malioboro	12 Desember 2011
4	Sosialisasi Peraturan Walikota No.21 Tahun 2013	Penyuluhan tentang alat peraga dalam pemilu 2014	Partai Politik di Kota Yogyakarta	DPDPK Kota Yogyakarta	4 Maret 2013

Sumber: DPDPK Kota Yogyakarta

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa penyuluhan tentang Peraturan Walikota Nomor 85 Tahun 2011 tentang Reklame di bangunan permanen pada kawasan Malioboro hanya dilakukan pada saat ditetapkan peraturan walikota tersebut dan tidak semua masyarakat mengetahui adanya sosialisasi.

Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil wawancara penulis dengan salah satu pemilik toko yang menyatakan bahwa “mereka tidak pernah mengikuti kegiatan sosialisasi penataan reklame berdasarkan Perwal No 85 Tahun 2011 tetapi melalui surat dari Dinas terkait pelanggaran reklame”.⁴⁴

Temuan yang dikemukakan di atas menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi panataan reklame di kawasan Malioboro sangat kurang dilakukan oleh DPDPK Kota Yogyakarta yang hanya dilakukan pada saat pemberlakuan peraturan walikota tersebut atau pada akhir Desember 2011, padahal kegiatan sosialisasi merupakan salah satu bentuk keterpaduan antara pemerintah dan masyarakat dalam mendukung proses pembangunan sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam mewujudkan Malioboro yang indah untuk dapat menarik wisatawan datang ke Yogyakarta.

2. Kurangnya Koordinasi dengan Instansi Terkait

Diketahui bahwa lingkungan ektern maupun intern dapat mempengaruhi kekuatan yang timbul di luar batas-batas organisasi dan mempengaruhi keputusan serta tindakan di dalam organisasi. Karenanya perlu dilakukan kerjasama dengan kekuatan yang diperkirakan mungkin timbul. Kerjasama tersebut dapat didasarkan atas hak, kewajiban dan tanggung jawab masing-masing orang untuk mencapai tujuan. Keberhasilan suatu organisasi sangatlah dipengaruhi oleh kemampuannya dalam menanggapi lingkungan. Dimana tepat tidaknya tanggapan organisasi terhadap perubahan lingkungan. Situasi lingkungan yang terjadi saat ini dan adanya masukan yang terkait dengan pertimbangan-pertimbangan kondisi yang dihadapi DPDPK Kota Yogyakarta harus diantisipasi dan diadaptasikan.

Kerjasama dengan instansi lain yakni instansi teknis diluar DPDPK

menjadi salah satu fokus kegiatan koordinasi kerja. Kerjasama dengan instansi lain dapat dijadikan sebagai model yang menjelaskan karakteristik lingkungan kerja DPDPK karena dengan adanya kerjasama dengan instansi teknis lainnya maka program kerja dalam penataan reklame di kawasan Malioboro dapat benar-benar dilaksanakan dan tersosialisasi di masyarakat, serta masyarakat akan lebih tahu tentang perkembangan aturan pemerintah daerah.

Melalui kegiatan kerjasama akan didapat teknologi baru, informasi baru untuk dianalisis, diproses, diambil dan disebar, karena suatu organisasi dengan kekosongan informasi tidak dapat membuat keputusan yang rasional. Disamping itu dengan adanya hubungan yang harmonis dari masing-masing unit pelaksana di DPDPK sendiri dengan unit-unit teknis pada Instansi terkait lainnya dalam mengantisipasi pelanggaran pemasangan reklame bekerjasama dengan Dinas Transip Kota Yogyakarta dan PT. Malioboro.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa koordinasi dengan instansi terkait dalam proses penataan reklame masih sangat kurang dilakukan. Instansi terkait yang berkaitan dengan proses penataan reklame di Kota Yogyakarta adalah Dinas Perizinan, , Dinas Pariwisata, Dinas Perhubungan, Dinas Kimpraswil, dan Dinas Lingkungan Hidup serta dengan Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta sebagai instansi yang bertanggung jawab menertibkan dan menindas reklame yang melanggar peraturan

daerah dan Camat sebagai pengemban pelimpahan sebagian kewenangan Walikota di wilayah kecamatan.

Akibat dari kurangnya koordinasi antara Instansi terkait seperti dikemukakan di atas maka tidak diperoleh informasi yang akurat tentang berapa jumlah pengusaha reklame yang telah memiliki ijin usaha dan berapa yang belum memiliki ijin usaha. Selain itu, tidak ada tindakan dari instansi penegak Peraturan Daerah yaitu Dinas Ketertipan terhadap pengusaha reklame yang tidak memiliki ijin usaha, bahkan tidak memiliki Ijin Mendirikan Bangunan maupun Izin Gangguan karena tidak memiliki informasi data tentang itu.

3. Lemahnya Sikap Pelaksana

Faktor sikap pelaksana sangat berpengaruh terhadap efektifitas penataan reklame. Jika petugas dalam melakukan penataan sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 85 Tahun 2011 maka mereka akan melaksanakan dengan senang hati tetapi jika pandangan mereka berbeda dengan pembuat kebijakan maka proses penataan reklame akan mengalami banyak masalah.

Komitmen seorang pemimpin juga berpengaruh dalam pelaksanaan sebuah kebijakan, pimpinan mempunyai peran yang bisa memberikan disposisi terhadap pelaksanaan kegiatan. Sikap dan peran aktif pimpinan di

kebijakan salah satunya adalah adanya komitmen dari seorang pemimpin yang bisa memperlancar jalannya implementasi kebijakan.

Dukungan para pejabat pelaksana sangat dibutuhkan dalam mencapai sasaran program. Dukungan dari pimpinan sangat mempengaruhi proses penataan reklame sehingga dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Wujud dari dukungan pimpinan ini adalah menempatkan kebijakan menjadi prioritas program, penempatan pelaksana dengan orang-orang yang mendukung program, memperhatikan keseimbangan daerah. Disamping itu penyediaan dana yang cukup guna melakukan penataan reklame tidak berizin. Dalam kenyataannya anggaran untuk penertiban reklame di kawasan Malioboro terkendala kurangnya anggaran dan harus menunggu alokasi anggaran pada tahun 2014 untuk melanjutkan penertiban reklame di kawasan Malioboro.

Berdasarkan penelitian terhadap dokumen penataan reklame dan wawancara dengan Kepala Bidang Pendapatan diketahui bahwa sikap pelaksana program kebijakan pemungutan pajak reklame masih kurang maksimal. Hal ini terbukti dengan kurangnya upaya dari pelaksana program untuk memutakhirkan data izin reklame. Hal serupa juga terjadi pada penentuan target penerimaan pajak reklame, dimana penentuannya tidak berdasarkan atas kajian dan analisis terhadap potensi riil yang ada, melainkan atas dasar realisasi tahun sebelumnya.

Berkaitan dengan sikap pelaksana, profesionalitas petugas

Untuk melaksanakan tugas sebagai pemungut pendapatan dilapangan membutuhkan tingkat pengalaman yang tinggi dan komunikasi yang baik. Hal ini disebabkan peran petugas pemungut dilapangan berhubungan langsung dengan masyarakat (wajib pajak) maka keadaan mentalitas aparat yang cukup bagus sangat diperlukan untuk mencapai target penerimaan pendapatan yang maksimal. Untuk mengatasi hambatan tersebut DPDPK Kota Yogyakarta mengadakan orientasi secara berkala. Orientasi lapangan yang diberikan berbentuk pengarahan-pengarahan lapangan yang bertujuan untuk memotivasi para aparat untuk memperbaiki kinerjanya di lapangan sehingga memenuhi target yang diharapkan. Hasil dari orientasi di lapangan belum seluruhnya menunjukkan dampak yang positif, sebab para aparat membutuhkan penyesuaian terhadap berbagai tugas yang diembannya dan dapat dimungkinkan tidak semua aparat dapat memahami materi orientasi secara komperhensif.

4. Lemahnya Penegakan Hukum

Peraturan Walikota adalah produk hukum yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh seluruh aparat Pemerintah Daerah dan seluruh masyarakat daerah. Selama ini Pemerintah Kota Yogyakarta belum mempunyai Peraturan Daerah yang mengatur tentang tentang reklame di Kota Yogyakarta sehingga peraturan Walikota Nomor 28 Tahun 2011 tersebut belum dapat ditegakkan dengan baik karena belum diatur tentang

lemahnya sanksi hukum yang diberikan kepada pelanggar reklame yang hanya akan dilakukan pembongkaran tanpa ada sanksi yang lebih keras. Pelaku usaha reklame sebagai wajib pajak akan sangat menentukan keberhasilan pemungutan pajak reklame, terutama menyangkut kepatuhan mereka atas kewajiban mereka sebagai Wajib Pajak Reklame. Tingginya kepatuhan wajib pajak reklame memenuhi kewajibannya akan sangat mendukung kelancaran pemungutan pajak reklame, sebaliknya rendahnya kepatuhan wajib pajak reklame dalam memenuhi kewajibannya akan dapat menghambat kelancaran pemungutan pajak reklame.

Partisipasi wajib pajak sangat berarti bagi keberlangsungan penataan Malioboro dari reklame liar. Kesadaran dan pemahaman mereka terhadap arti pentingnya membayar pajak reklame menjadi kewajiban yang harus ditanamkan. Sebagai upaya menciptakan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya, Pemerintah Daerah perlu melakukan terobosan, diantaranya melakukan tindakan yang tegas bagi yang tidak patuh sesuai peraturan yang ada, perlu dilakukan pembinaan yang sifatnya menyadarkan dan memberikan pengertian akan arti pentingnya pajak yang mereka bayarkan untuk pembangunan dan kemajuan Kota Yogyakarta.