

EFEKTIVITAS PERWALI NO. 73 TAHUN 2025 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME DALAM MEMINIMALISIR PELANGGARAN REKLAME (STUDI KASUS : PERIZINAN DI SURABAYA BARAT)

Syafana Attillah Ramadhani

Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Negara, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya

syafana.22116@mhs.unesa.ac.id

Indonesia

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih ditemukannya reklame liar dan reklame tidak berizin di Surabaya Barat meskipun Pemerintah Kota Surabaya telah menerapkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 dalam meminimalisir pelanggaran reklame melalui sistem perizinan di Surabaya Barat, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman dengan mengacu pada teori efektivitas Duncan yang meliputi pencapaian tujuan (goal attainment), integrasi (integration), dan adaptasi (adaptation). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Perwali Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 secara umum sudah cukup efektif. Pada aspek goal attainment, tujuan kebijakan telah tercapai meskipun masih terdapat kendala administrasi, koordinasi antarinstansi, dan kepatuhan sebagian pelaku usaha. Pada aspek integration, prosedur pelayanan dan koordinasi antarinstansi telah berjalan baik, namun sosialisasi kepada pelaku usaha masih perlu ditingkatkan. Pada aspek adaptation, aparaturnya mampu menyesuaikan diri terhadap perkembangan kondisi lapangan melalui peningkatan kemampuan dan dukungan sarana prasarana. Faktor pendukung meliputi kejelasan dasar hukum, koordinasi antarinstansi, kompetensi aparaturnya, dan pemanfaatan sistem pelayanan berbasis digital. Faktor penghambat meliputi rendahnya kepatuhan sebagian pelaku usaha, kurang optimalnya sosialisasi, keterbatasan sarana operasional, meningkatnya beban kerja aparaturnya, serta perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar pelaksanaan kebijakan berlangsung lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Efektivitas, Perizinan Reklame, Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025, Teori Duncan.*

I. PENDAHULUAN

Kebijakan publik merupakan salah satu instrumen utama yang digunakan pemerintah dalam menjalankan fungsi pengaturan, pelayanan, dan pengendalian terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat[1]. Salah satu bentuk kebijakan publik yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat perkotaan adalah pengaturan penyelenggaraan reklame. Reklame sebagai media komunikasi komersial yang menempati ruang publik kota memerlukan regulasi yang jelas dan terstruktur agar tidak mengganggu estetika, keselamatan, maupun ketertiban umum.

Kota Surabaya merupakan kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat, khususnya di wilayah Surabaya Barat yang menjadi salah satu pusat bisnis, perdagangan, permukiman, dan investasi. Pesatnya perkembangan tersebut mendorong meningkatnya kebutuhan akan media promosi berupa reklame[2]. Namun demikian, peningkatan jumlah reklame tidak selalu diikuti kepatuhan terhadap aturan yang berlaku, sehingga masih banyak ditemukan reklame yang dipasang tanpa izin resmi atau ditempatkan pada lokasi yang tidak semestinya.

Data Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Surabaya mencatat bahwa pada Agustus hingga pertengahan September 2025 terdapat sekitar 150 reklame tidak berizin dan 100 reklame liar, khususnya di kawasan Surabaya Barat. Keberadaan reklame tidak berizin dan liar tersebut menimbulkan berbagai permasalahan dalam penataan kota, mulai dari terganggunya estetika lingkungan, potensi bahaya bagi pengguna jalan, hingga hilangnya potensi pendapatan daerah dari sektor pajak reklame[3]. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Pemerintah Kota Surabaya menerbitkan Peraturan Wali Kota (Perwali) Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai penyempurnaan atas regulasi sebelumnya, yaitu Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Reklame. Meskipun

regulasi ini telah menetapkan kerangka hukum yang komprehensif dan terstruktur, efektivitas pelaksanaannya di lapangan, khususnya dalam sistem perizinan, masih menjadi pertanyaan besar mengingat reklame liar dan tidak berizin masih terus bermunculan di berbagai lokasi strategis kota[4].

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan teori efektivitas yang dikembangkan oleh Duncan, yang meliputi tiga dimensi yaitu pencapaian tujuan (*goal attainment*), integrasi (*integration*), dan adaptasi (*adaptation*). Melalui analisis terhadap ketiga dimensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana efektivitas pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 dalam meminimalisir pelanggaran reklame melalui sistem perizinan di Surabaya Barat, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan kebijakan tersebut[5].

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai efektivitas pelaksanaan kebijakan perizinan reklame di Surabaya Barat. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman terhadap fenomena penataan reklame berdasarkan pengalaman, persepsi, dan pandangan informan yang terlibat secara langsung dalam pelaksanaan maupun pengawasan kebijakan tersebut.

Lokasi penelitian dilaksanakan di wilayah Surabaya Barat karena merupakan kawasan yang mengalami perkembangan paling pesat sebagai pusat bisnis, perdagangan, permukiman, dan investasi di Kota Surabaya. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan keterlibatan dan pemahaman informan terhadap pelaksanaan kebijakan perizinan reklame. Informan penelitian terdiri atas pihak Badan Pendapatan Daerah (Bapenda), Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya, serta pelaku usaha reklame di Surabaya Barat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman dan persepsi informan terhadap pelaksanaan kebijakan perizinan reklame. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi reklame di lapangan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa dokumen resmi, laporan instansi, dan regulasi terkait[6].

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan

triangulasi teknik untuk memastikan validitas dan kredibilitas hasil penelitian. Fokus penelitian mengacu pada teori efektivitas Duncan yang terdiri atas dimensi pencapaian tujuan (*goal attainment*), integrasi (*integration*), dan adaptasi (*adaptation*)[7].

III. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap informan penelitian, diperoleh gambaran mengenai efektivitas pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame di Surabaya Barat berdasarkan tiga dimensi teori efektivitas Duncan, yaitu *pencapaian tujuan* (*goal attainment*), *integrasi* (*integration*), dan *adaptasi* (*adaptation*). Analisis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelaksanaan kebijakan perizinan reklame mampu memenuhi tujuan pengaturan reklame serta meminimalisir pelanggaran reklame di lapangan.

A. Goal Attainment (Pencapaian Tujuan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Goal Attainment* pada pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 telah tercapai dengan cukup baik di Surabaya Barat. Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) secara rutin melakukan penertiban terhadap reklame yang tidak memiliki izin maupun yang tidak membayar pajak reklame, sebagai tindak lanjut dari permohonan bantuan penertiban (*bantip*) yang diajukan oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda). Upaya penertiban ini turut didukung dengan penetapan target pedestrian yang harus bersih dari reklame tidak berizin di berbagai wilayah Surabaya, termasuk Surabaya Barat. Meskipun demikian, pencapaian tujuan tersebut belum sepenuhnya optimal karena pelanggaran reklame masih bersifat berulang; reklame yang telah ditertibkan pada pagi hari kerap kembali muncul pada malam harinya.

Selain itu, tingkat kepatuhan sebagian pelaku usaha terhadap prosedur perizinan reklame masih tergolong rendah, serta kendala administratif dan koordinasi antarinstansi turut mempengaruhi capaian tujuan kebijakan secara keseluruhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penertiban semata belum cukup tanpa dibarengi dengan sistem perizinan yang efektif untuk mencegah munculnya kembali reklame tidak berizin.

Kendala lain yang ditemukan adalah masih terbatasnya sarana operasional penertiban serta meningkatnya beban kerja aparat Satpol PP dalam menjangkau seluruh titik reklame tidak berizin di wilayah Surabaya Barat yang cukup luas. Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun capaian tujuan kebijakan sudah cukup baik, penguatan sistem perizinan serta peningkatan kapasitas sarana dan

sumber daya manusia aparaturnya masih diperlukan agar pelanggaran reklame dapat diminimalisir secara berkelanjutan.

B. Integration (Integrasi)

Pada dimensi *Integration*, prosedur pelayanan perizinan reklame yang melibatkan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) sebagai leading sector, Bapenda, dan Satpol PP telah berjalan dengan cukup baik. Koordinasi antarinstansi tersebut tercermin dari alur pelaporan pelanggaran reklame yang diteruskan dari Bapenda kepada Satpol PP untuk ditindaklanjuti melalui kegiatan bantuan penertiban di lapangan. Selain itu, DPMPTSP turut berperan dalam memastikan proses perizinan reklame permanen dilaksanakan sesuai prosedur yang berlaku.

Namun demikian, sosialisasi kebijakan perizinan reklame kepada pelaku usaha dinilai masih perlu ditingkatkan. Sebagian pelaku usaha mengaku belum sepenuhnya memahami prosedur perpanjangan izin maupun konsekuensi administratif apabila reklame yang dipasang tidak memiliki izin. Kurangnya pemahaman ini turut berkontribusi terhadap masih tingginya angka reklame tidak berizin di Surabaya Barat.

Penguatan sosialisasi menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan efektivitas integrasi kebijakan, mengingat kepatuhan pelaku usaha sangat dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadap prosedur perizinan yang berlaku. Selain itu, koordinasi antarinstansi dalam proses penindakan reklame tidak berizin juga masih dihadapkan pada keterbatasan waktu dan sumber daya, sehingga proses penertiban terkadang berjalan lebih lambat dari yang diharapkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa integrasi kebijakan tidak hanya ditentukan oleh baiknya prosedur pelayanan internal, tetapi juga oleh kejelasan sosialisasi dan efektivitas koordinasi antarinstansi dalam pelaksanaannya di lapangan.

C. Adaptation (Adaptasi)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Adaptation* pada pelaksanaan kebijakan menunjukkan bahwa aparaturnya pelaksana kebijakan telah mampu menyesuaikan diri terhadap perkembangan kondisi di lapangan. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah pemanfaatan kendaraan penertiban seperti Sky Lift/SkyWalker oleh Satpol PP untuk menjangkau reklame yang terpasang pada ketinggian tertentu, serta pemanfaatan sistem pelayanan berbasis digital seperti SEPEKAN untuk mendukung proses administrasi perizinan.

Selain itu, peningkatan kemampuan aparaturnya melalui pelatihan maupun penyesuaian prosedur kerja turut mendukung pelaksanaan kebijakan agar tetap relevan

dengan dinamika permasalahan reklame di lapangan. Dukungan sarana dan prasarana operasional yang memadai juga menjadi faktor penting dalam menunjang efektivitas proses penertiban dan pengawasan reklame di wilayah Surabaya Barat.

Meskipun demikian, keterbatasan sarana operasional serta meningkatnya beban kerja aparaturnya masih menjadi tantangan yang perlu diatasi agar proses adaptasi kebijakan dapat berlangsung lebih optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi aparaturnya tidak hanya ditentukan oleh kesiapan sumber daya manusia, tetapi juga oleh dukungan sarana, prasarana, dan teknologi yang memadai dalam pelaksanaan kebijakan di lapangan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 telah berjalan cukup efektif berdasarkan tiga dimensi teori efektivitas *Duncan*. Faktor pendukung efektivitas pelaksanaan kebijakan ini antara lain kejelasan dasar hukum, koordinasi antarinstansi, kompetensi aparaturnya, serta pemanfaatan sistem pelayanan berbasis digital. Adapun faktor penghambat meliputi rendahnya kepatuhan sebagian pelaku usaha, kurang optimalnya sosialisasi kebijakan, keterbatasan sarana operasional, meningkatnya beban kerja aparaturnya, serta perlunya peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar pelaksanaan kebijakan dapat berlangsung lebih efektif dan berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame di Surabaya Barat tergolong cukup efektif dalam meminimalisir pelanggaran reklame, dilihat dari tercapainya tujuan kebijakan (*goal attainment*), terlaksananya integrasi antarinstansi (*integration*), serta kemampuan adaptasi aparaturnya terhadap dinamika di lapangan (*adaptation*). Namun demikian, efektivitas tersebut belum berjalan optimal secara menyeluruh karena masih dihadapkan pada kendala kepatuhan pelaku usaha, keterbatasan sosialisasi kebijakan, dan sarana operasional penertiban yang belum memadai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas kebijakan penataan reklame tidak hanya ditentukan oleh ketegasan regulasi, tetapi juga oleh sinergi antarinstansi, kapasitas kelembagaan, dan tingkat kepatuhan pelaku usaha terhadap sistem perizinan yang berlaku. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis efektivitas pelaksanaan Perwali Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 menggunakan pendekatan teori *Duncan* telah tercapai dan diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Pemerintah Kota Surabaya dalam memperkuat sosialisasi kebijakan, koordinasi antarinstansi, sarana operasional penertiban, serta

kapasitas sumber daya manusia aparaturnya agar pelaksanaan kebijakan perizinan reklame dapat berlangsung lebih optimal dan berkelanjutan di masa mendatang.

REFERENSI

- [1] L. Agustino, *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [2] Pemerintah Kota Surabaya, *Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 73 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame*. Surabaya, 2025.
- [3] Pemerintah Kota Surabaya, *Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 5 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Reklame*. Surabaya, 2019.
- [4] Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kota Surabaya, *Data Reklame Tidak Berizin dan Reklame Liar Kota Surabaya*, 2025.
- [5] R. Rahmawati, dkk., "Efektivitas Kebijakan Publik dan Kepatuhan Masyarakat Terhadap Tata Kelola Daerah," *Jurnal Kebijakan Publik*, 2024.
- [6] M. B. Miles, A. M. Huberman, and J. Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2014.
- [7] Fasawwa, R., "Perencanaan Tata Ruang Perkotaan dan Pengaturan Pemanfaatan Ruang Publik," *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 2022.