

Efektivitas Penyelenggaraan Perizinan Reklame di Kota Surabaya

Yulia Dewi Masitoh¹ dan Hananto Widodo²

¹Fakultas Hukum, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, alimasnun@unesa.ac.id, <https://orcid.org/0000-0001-9744-588X>

²Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia, aiuelisabeth@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9744-588X>

Abstrak

This study is motivated by the continued occurrence of violations in billboard administration in Kota Surabaya despite the issuance of the latest regulation through Mayor Regulation Number 107 of 2024 concerning Billboard Administration. This condition indicates that the implementation of licensing and supervision policies has not been fully effective. The main issues are reflected in the lack of optimal coordination between the Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu and the Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya, limited supervisory capacity, and the low level of business compliance with licensing requirements. This study aims to analyze the effectiveness of billboard licensing administration and to identify inhibiting factors as well as improvement efforts in its implementation. This research employs an empirical legal method with a qualitative approach. Data were collected through interviews with relevant institutions, document analysis, and a review of applicable laws and regulations. The analysis applies the theory of legal effectiveness and policy implementation to assess the alignment between regulatory norms and actual practices. The findings reveal that the implementation of billboard licensing remains suboptimal due to limited human resources, lack of integrated licensing data systems, and weak field supervision. Nevertheless, the latest regulation provides a clearer procedural and enforcement framework. In conclusion, improving the effectiveness of billboard administration requires strengthening inter-agency coordination, optimizing electronic licensing systems, and enhancing legal awareness among business actors to achieve orderly administration and legal certainty.

Kata kunci: *effectiveness, policy implementation, supervision, compliance.*

A. PENDAHULUAN

Reklame adalah alat promosi, informasi dan komunikasi di bidang jasa yang memiliki fungsi untuk menarik atau mempengaruhi masyarakat agar membeli suatu produk. Reklame termasuk dalam bagian penataan kota dan merupakan bagian dari PAD (pendapatan asli daerah). Ditemukan sejumlah pelanggaran reklame yang

menimbulkan beberapa permasalahan seperti terganggunya ketertiban umum, berkurangnya nilai estetika kota hingga dapat membahayakan keselamatan masyarakat. Maka perlu adanya pengaturan terkait perizinan reklame sebagai instrumen hukum administrasi negara agar dapat meminimalkan pelanggaran reklame yang menimbulkan berbagai permasalahan.

Secara nasional pelanggaran reklame meningkat secara signifikan seiring dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatnya kebutuhan promosi yang tinggi di wilayah perkotaan. Di sisi lain reklame meningkatkan PAD, namun karena banyaknya kasus pelanggaran reklame tentu saja memberikan dampak dalam penurunan PAD. pelanggaran terkait reklame liar tersebut disebabkan oleh, lemahnya sistem pengawasan yang mengakibatkan pendapatan daerah yang berasal dari pajak reklame menjadi tidak maksimal. tidak hanya permasalahan hukum dan permasalahan dalam pendapatan asli daerah, adanya reklame liar memberikan dampak pada aspek estetika kota Akibatnya mengganggu keindahan tata ruang, bahkan hingga menurunkan kualitas penataan ruang di lingkungan perkotaan.

Permasalahan reklame menjadi sangat kompleks, salah satu contoh bentuk pelanggaran reklame yakni reklame yang berdiri tanpa izin. Dengan banyaknya jumlah pelanggaran izin tersebut merupakan suatu permasalahan kota yang berlarut larut serta tidak selaras dengan peraturan perundang - undangan yang berlaku. Kondisi ini menunjukkan jika terdapat kelemahan pada hal perizinan serta pengawasan oleh pemerintah daerah padahal pelaksanaan izin reklame merupakan salah satu bentuk intervensi hukum administrasi negara dengan kata lain pemerintah daerah dituntut untuk memberikan pelayanan terkait perizinan reklame sesuai dengan ketentuan dengan memenuhi prinsip pemerintahan yang baik(Widodo and Masnun 2018). Menurut Sitorus,izin dalam hukum adminitrasi dapat digunakan untuk mengatasi

perilaku warga negara Chrismo H Sitorus, Mahmul Siregar, and Joiverdia Arifiyanto, “Di Kota Medan (Studi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro , Kecil Dan Menengah Dan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja)” 4307, no. August (2025): 5322–28.. Perizinan juga memberikan kepastian hukum bagi masyarakat, prinsip kepastian hukum menuntut agar pelaksanaan administrasi dalam pemerintahan dilakukan secara jelas dan konsisten.

Penelitian ini memfokuskan pada Kota Surabaya, Hal ini karena tingginya jumlah pelanggaran reklame setiap tahunnya. Serta besarnya kontribusi reklame dalam pendapatan daerah dan adanya regulasi terbaru yang diterbitkan pada tahun 2024 yang bertujuan untuk memperkuat dalam pengawasan dan penertiban reklame. Sebagai kota dengan intensitas pemasangan reklame yang tinggi, untuk mengatur hal tersebut Kota Surabaya mengeluarkan Peraturan Walikota No. 70 Tahun 2024 Tentang Perizinan reklame yang telah diganti menjadi peraturan Wali Kota nomor 107 tahun 2024 sebagai aturan pelaksana dari Peraturan Daerah nomor 5 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan reklame. Pada Februari 2024, Satuan polisi pamong praja menemukan sejumlah pelanggaran terkait perizinan reklame. Satuan polisi pamong praja menemukan 22 reklame dengan jenis pelanggaran terkait dengan surat izin dan pembayaran pajak., persoalan reklame di kota Surabaya masih menyisakan banyaknya pelanggaran. Meskipun regulasi mewajibkan adanya izin masih banyak reklame yang berdiri tanpa izin, serta Upaya penegakan hukum belum berjalan dengan ideal karena keterbatasannya personel dan rendahnya kepatuhan masyarakat (Nugraha and Widodo 2020). Hal serupa juga ditegaskan oleh (Mahvido 2017) Bahwa dalam efektivitas pengawasan reklame insidental belum efektif akibat adanya keterbatasan unit patroli, luasnya wilayah pengawasan, serta minimalnya infrastruktur sebagai penunjang, Akibatnya menimbulkan banyaknya reklame yang luput dari penindakan.

Berdasarkan data Satuan Polisi Pamong Praja, dalam Periode tiga tahun terakhir pelanggaran perizinan reklame di Kota Surabaya masih berada dalam kategori tinggi. Sebagai contoh, sepanjang tahun 2023 ditemukan sekitar 22 Reklame tanpa izin yang resmi sedangkan ditahun 2024 jumlahnya meningkat tajam hingga sekitar 5.216 reklame liar yang ditertibkan oleh Satpol PP karena perizinannya yang tidak jelas maupun tidak memenuhi pembayaran pajak reklamenya (Mahendra,2024). Kondisi tersebut menekankan bahwa penyelenggaraan perizinan reklame masih menghadapi berbagai kendala, terutama lemahnya pengawasan serta belum optimalnya koordinasi antar instansi yang terkait. Di sisi lain hingga pertengahan tahun 2025 masih ditemukan sejumlah pelanggaran terkait reklame, Pemerintah Kota Surabaya menertibkan 155 objek reklame yang melanggar ketentuan izin maupun masa berlaku (Setiawan 2025). Reklame -reklame tersebut tersebar pada beberapa titik termasuk pusat perbelanjaan dan ruang terbuka publik. Penertiban tersebut merujuk pada pasal 41 peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024. Meskipun peraturan wali kota nomor 107 Tahun 2024 tentang penyelenggaraan reklame menetapkan terkait pedoman teknis dalam penyelenggaraan reklame untuk menjaga kesesuaian dengan tata ruang, estetika kota, serta norma dan sosial, namun dalam praktik di lapangan menunjukkan masih terdapat reklame yang tidak sesuai dengan regulasi tersebut. Sehingga fakta tersebut menunjukkan bahwa implementasi Peraturan Walikota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 Tentang penyelenggaraan reklame belum sepenuhnya efektif dalam menciptakan kepatuhan pelaku usaha terhadap ketentuan hukum yang berlaku.

Berdasarkan hasil telaah yang dilakukan peneliti terhadap berbagai penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian terkait reklame di kota Surabaya umumnya hanya memfokuskan pada aspek pengawasan atau penegakan hukumnya terhadap pelanggaran reklame sebelum adanya regulasi terbaru. Belum terdapat

penelitian yang secara khusus membahas Efektivitas penyelenggaraan perizinan setelah diberlakukannya Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 Dengan menilai keterpaduan antara pelaksanaan kebijakan, kepatuhan Pelaku usaha, Serta peran aparat penegak hukum dalam menegakkan Hukum administrasi daerah.

Adanya problematika hukum pada regulasi reklame di Kota Surabaya yang menyebabkan tidak efektifnya implementasi kebijakan. Pemerintah Kota Surabaya telah mengeluarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 70 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Reklame yang mengatur prosedur, persyaratan, biaya, serta pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame. Dengan demikian, meskipun telah ada pembaruan regulasi melalui Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 70 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Reklame, praktik di lapangan masih menunjukkan lemahnya pengawasan dan masih maraknya pelanggaran terkait izin reklame. Hal tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian mengenai efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame di Kota Surabaya, dengan rumusan masalah: bagaimana efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame oleh Pemerintah Kota Surabaya berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024, serta apa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame dan kepatuhan pelaku usaha berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024.

Penelitian mengenai efektivitas perizinan reklame maupun tata kelola pelayanan perizinan telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Namun demikian, kajian-kajian tersebut masih menunjukkan adanya keterbatasan ruang lingkup, objek kajian, maupun relevansi terhadap perkembangan regulasi terbaru di Kota Surabaya. Oleh

karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang mampu menjawab kebutuhan hukum dan kebijakan terkini, khususnya setelah diberlakukannya Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 70 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Reklame.

Penelitian yang dilakukan oleh Agnesia Margaretha Gunawan pada tahun 2020 berjudul *Studi Deskriptif tentang Efektivitas Pengawasan Perizinan Reklame di Kota Surabaya* menunjukkan bahwa pengawasan perizinan reklame belum berjalan secara efektif. Hal tersebut disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia, minimnya peralatan operasional, serta lemahnya koordinasi antarinstansi terkait. Penelitian tersebut menitikberatkan pada aspek pengawasan, sedangkan penelitian ini berfokus pada penyelenggaraan perizinan reklame secara menyeluruh dengan menguji efektivitas implementasi Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024.

Selanjutnya, penelitian oleh Albar Prastya berjudul *Penegakan Hukum terhadap Pelanggaran Izin Reklame di Kota Surabaya* menemukan bahwa penegakan hukum terhadap pelanggaran izin reklame masih belum efektif. Kendala utama yang dihadapi meliputi minimnya jumlah personel Satuan Polisi Pamong Praja, rendahnya kesadaran hukum masyarakat, serta kurangnya kepatuhan pelaku usaha reklame. Penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek represif melalui penegakan hukum, sedangkan penelitian ini mengkaji peningkatan efektivitas penyelenggaraan perizinan serta kepatuhan pelaku usaha dari sisi kebijakan administratif.

Adapun penelitian Mahvido berjudul *Efektivitas Sistem Informasi Pelayanan Terpadu di Kabupaten Banyumas* menyimpulkan bahwa penerapan sistem informasi pelayanan perizinan online di Kabupaten Banyumas telah berjalan cukup efektif. Akan tetapi, penelitian tersebut berfokus pada sistem pelayanan umum dan dilakukan pada daerah yang berbeda. Sementara itu, penelitian ini secara khusus membahas efektivitas

penyelenggaraan reklame sebagai bentuk perizinan substantif yang berada di bawah kewenangan Pemerintah Kota Surabaya.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan penelitian berupa belum adanya kajian yang secara spesifik meneliti efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame di Kota Surabaya berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 sebagai regulasi terbaru. Selain itu, belum terdapat penelitian yang mengkaji upaya peningkatan efektivitas perizinan reklame sekaligus kepatuhan pelaku usaha berdasarkan pendekatan kebijakan daerah. Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki unsur kebaruan karena menelaah efektivitas regulasi terbaru sekaligus merumuskan langkah strategis dalam meningkatkan kepatuhan dan kualitas penyelenggaraan perizinan reklame di Kota Surabaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis empiris dengan pendekatan sosiologi hukum, yaitu menelaah hubungan timbal balik antara hukum dengan gejala sosial dalam masyarakat guna menilai efektivitas pelaksanaan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 tentang Perubahan atas Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 70 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Reklame. Penelitian ini berfokus pada sejauh mana ketentuan perizinan reklame diterapkan oleh Pemerintah Kota Surabaya serta dipatuhi oleh pelaku usaha reklame. Lokasi penelitian dilaksanakan di Kota Surabaya, khususnya pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Surabaya. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam dengan pejabat atau staf DPMPTSP, petugas Satpol PP, serta pelaku usaha reklame yang terlibat dalam proses perizinan. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan berupa peraturan

perundang-undangan, buku, jurnal ilmiah, dokumen resmi, dan literatur lain yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, wawancara mendalam, dan observasi lapangan pada sejumlah titik pemasangan reklame di Kota Surabaya untuk menilai tingkat kepatuhan terhadap ketentuan izin, kesesuaian lokasi, serta aspek estetika kota. Data yang telah diperoleh kemudian diolah melalui tahapan reduksi data, klasifikasi data, dan penyajian data, selanjutnya dianalisis secara kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori efektivitas hukum dan teori implementasi kebijakan untuk memperoleh gambaran mengenai efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame serta upaya peningkatan kepatuhan pelaku usaha di Kota Surabaya.

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Efektivitas Penyelenggaraan Perizinan Reklame oleh Pemerintah Kota Surabaya Berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024

Penyelenggaraan perizinan reklame di Kota Surabaya berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 secara normatif telah memberikan dasar hukum yang cukup jelas mengenai prosedur perizinan, persyaratan teknis, pengawasan, serta sanksi administratif. Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) telah menerapkan sistem pelayanan elektronik melalui Surabaya Single Window (SSW Alfa) dan E-Reklame sebagai sarana pengajuan izin reklame. Melalui sistem tersebut, pelaku usaha dapat mengajukan izin secara daring dengan melampirkan persyaratan administratif dan teknis sesuai ketentuan yang berlaku

Berdasarkan data DPMPTSP, jumlah permohonan izin reklame pada tahun 2025 dan 2026 menunjukkan bahwa mekanisme perizinan telah dimanfaatkan oleh pelaku usaha secara signifikan, baik untuk reklame insidental maupun reklame tetap. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari aspek administratif, sistem perizinan telah berjalan dan mampu memberikan akses layanan yang cukup baik kepada masyarakat. Digitalisasi pelayanan juga mempercepat proses permohonan izin, mempermudah pemohon dalam mengunggah dokumen, serta meningkatkan keterbukaan informasi mengenai tahapan proses perizinan

Selain aspek pelayanan, keberadaan regulasi ini juga memberikan kepastian hukum mengenai kewajiban pelaku usaha reklame. Setiap penyelenggara reklame diwajibkan memperoleh izin sebelum pemasangan, membayar kewajiban pajak daerah, serta menaati ketentuan lokasi, ukuran, dan jangka waktu pemasangan. Ketentuan tersebut penting karena reklame tidak hanya berkaitan dengan kepentingan ekonomi pelaku usaha, tetapi

juga menyangkut estetika kota, keselamatan pengguna jalan, serta ketertiban ruang publik. Dengan demikian, izin reklame memiliki fungsi pengendalian yang strategis dalam tata kelola perkotaan.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas kebijakan tersebut belum sepenuhnya tercapai. Masih ditemukan praktik penyalahgunaan izin, yaitu izin diajukan pada lokasi tertentu yang lebih mudah memperoleh persetujuan, tetapi reklame dipasang pada lokasi lain yang lebih strategis secara komersial. Selain itu, terdapat reklame yang tetap terpasang meskipun masa izin telah berakhir karena pelaku usaha tidak segera melakukan pembongkaran. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara norma hukum dengan praktik di lapangan.

Praktik pelanggaran tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha masih menempatkan pertimbangan keuntungan ekonomi di atas kepatuhan hukum. Lokasi yang ramai lalu lintas dan memiliki visibilitas tinggi dianggap lebih menguntungkan untuk kepentingan promosi, sehingga mendorong terjadinya pemasangan reklame pada titik yang dilarang atau tidak sesuai izin. Jika kondisi ini dibiarkan, maka tujuan pengaturan reklame sebagai instrumen ketertiban kota menjadi sulit tercapai dan dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat antar pelaku usaha reklame.

Dari sisi pengawasan, Satpol PP Kota Surabaya telah melaksanakan patroli rutin dan penertiban terhadap reklame yang melanggar izin maupun tata lokasi pemasangan. Akan tetapi, pengawasan belum optimal karena masih terkendala keterbatasan sumber daya manusia, sarana prasarana, serta belum terintegrasinya data perizinan antarinstansi secara real time. Akibatnya, proses verifikasi legalitas reklame di lapangan menjadi kurang efisien dan pelanggaran masih sering terjadi.

Selain itu, pola pengawasan yang masih bersifat konvensional menyebabkan aparat lebih banyak bertindak setelah terjadi pelanggaran daripada mencegah pelanggaran sejak awal. Beberapa pelaku usaha bahkan menyesuaikan waktu pemasangan reklame pada

malam hari, dini hari, atau hari libur untuk menghindari pengawasan. Fenomena ini menunjukkan bahwa pengawasan preventif masih perlu diperkuat melalui penggunaan teknologi, pemetaan wilayah rawan pelanggaran, serta sistem pelaporan masyarakat yang responsif.

Berdasarkan teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto, kondisi tersebut menunjukkan bahwa faktor aparat penegak hukum, sarana, dan budaya hukum masyarakat belum berjalan optimal. Meskipun substansi hukum telah tersedia, hukum belum dapat bekerja secara maksimal apabila masyarakat belum patuh dan penegakan hukumnya masih lemah. Oleh sebab itu, keberhasilan kebijakan reklame tidak cukup hanya diukur dari banyaknya izin yang diterbitkan, tetapi juga dari tingkat kepatuhan pelaku usaha serta menurunnya jumlah pelanggaran di lapangan.

Dengan demikian, efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame di Kota Surabaya berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 dapat dinilai belum sepenuhnya efektif karena masih terdapat pelanggaran berulang, lemahnya kepatuhan pelaku usaha, dan keterbatasan pengawasan. Regulasi yang baik masih memerlukan dukungan implementasi yang konsisten agar tujuan hukum dapat diwujudkan secara nyata.

2. Upaya Meningkatkan Efektivitas Penyelenggaraan Perizinan Reklame serta Kepatuhan Pelaku Usaha Berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024

Upaya peningkatan efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame perlu dilakukan melalui penguatan sistem administrasi, pengawasan, penegakan hukum, dan pembinaan kepatuhan pelaku usaha. DPMPTSP Kota Surabaya telah melakukan digitalisasi layanan perizinan melalui sistem SSW Alfa untuk meningkatkan transparansi, efisiensi, dan akuntabilitas pelayanan publik. Selain itu, diperlukan pengembangan integrasi data antara

DPMPTSP, Badan Pendapatan Daerah, dan Satpol PP agar proses pengawasan terhadap status izin reklame dapat dilakukan secara cepat dan akurat.

Integrasi sistem tersebut penting karena persoalan utama dalam pengawasan sering terletak pada lambatnya pertukaran informasi antar instansi. Apabila data izin, masa berlaku, lokasi, dan kewajiban pajak dapat diakses dalam satu sistem bersama, maka potensi pelanggaran dapat dideteksi lebih dini. Langkah ini juga dapat mengurangi tumpang tindih kewenangan antar perangkat daerah dalam menangani penyelenggaraan reklame.

Dari aspek pengawasan, Satpol PP perlu memperkuat patroli berkala dan operasi penertiban terpadu terhadap reklame yang tidak berizin atau melanggar ketentuan teknis. Penegakan sanksi administratif harus dilaksanakan secara konsisten agar menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha. Selama ini, tindakan pembongkaran reklame tanpa diikuti sanksi lain dinilai belum cukup efektif untuk menekan angka pelanggaran. Selain penertiban langsung, pengawasan dapat diperkuat melalui penggunaan teknologi seperti basis data titik reklame, dokumentasi digital, serta pemanfaatan kamera pemantau di kawasan strategis. Pemerintah daerah juga dapat membuka kanal pengaduan masyarakat agar warga dapat melaporkan reklame yang berpotensi membahayakan keselamatan atau tidak sesuai ketentuan. Partisipasi publik akan membantu memperluas jangkauan pengawasan pemerintah.

Peningkatan kepatuhan pelaku usaha juga perlu dilakukan melalui pendekatan persuasif berupa sosialisasi berkala mengenai prosedur perizinan, perubahan regulasi, kewajiban pembayaran pajak reklame, serta konsekuensi hukum atas pelanggaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha belum sepenuhnya memahami perubahan regulasi terbaru, sehingga komunikasi kebijakan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepatuhan.

Sosialisasi tersebut sebaiknya tidak hanya dilakukan secara formal, tetapi juga melalui media digital, forum asosiasi usaha reklame, serta pendampingan teknis bagi pelaku usaha kecil. Dengan pendekatan yang komunikatif, pemerintah dapat mendorong perubahan perilaku pelaku usaha dari semula sekadar menghindari sanksi menjadi memahami pentingnya kepatuhan sebagai bagian dari tanggung jawab usaha.

Selain itu, pemerintah daerah perlu mengevaluasi mekanisme biaya dan jaminan pembongkaran reklame agar lebih proporsional. Jika biaya pelanggaran lebih rendah dibandingkan keuntungan ekonomi yang diperoleh, maka pelaku usaha cenderung memilih melanggar ketentuan. Oleh karena itu, kebijakan biaya dan sanksi harus dirancang agar kepatuhan menjadi pilihan yang lebih rasional secara ekonomi.

Dengan demikian, peningkatan efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame di Kota Surabaya harus dilakukan melalui sinergi antar instansi, pengawasan yang konsisten, penegakan hukum yang tegas, serta pembangunan budaya hukum pelaku usaha. Melalui kombinasi pendekatan represif dan persuasif tersebut, tujuan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 dapat diwujudkan secara lebih optimal.

C. KESIMPULAN

Penyelenggaraan perizinan reklame oleh Pemerintah Kota Surabaya berdasarkan Peraturan Wali Kota Surabaya Nomor 107 Tahun 2024 belum sepenuhnya berjalan efektif. Meskipun telah didukung oleh regulasi yang cukup komprehensif serta sistem pelayanan perizinan berbasis elektronik melalui Surabaya Single Window (SSW Alfa), dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai kendala, seperti penyalahgunaan lokasi pemasangan reklame, keterlambatan pembongkaran reklame yang masa izinnya telah berakhir, serta pemasangan reklame pada titik terlarang. Selain itu, keterbatasan sumber daya aparat pengawas, lemahnya integrasi data antar instansi, serta rendahnya budaya

hukum dan tingkat kepatuhan pelaku usaha menjadi faktor yang memengaruhi belum optimalnya implementasi kebijakan perizinan reklame di Kota Surabaya.

Upaya untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan perizinan reklame serta kepatuhan pelaku usaha perlu dilakukan melalui penguatan regulasi, peningkatan koordinasi antar instansi, optimalisasi pengawasan, dan pembangunan budaya hukum masyarakat. Pemerintah daerah perlu menyempurnakan pengaturan mengenai tanggung jawab pelaku usaha, memperkuat penerapan sanksi administratif yang memberikan efek jera, serta membangun sistem integrasi data perizinan secara real time. DPMPTSP dan Satpol PP juga perlu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengawasan. Sosialisasi mengenai prosedur perizinan dan kewajiban hukum pelaku usaha harus dilakukan secara berkelanjutan agar kepatuhan meningkat dan tujuan pengaturan reklame dapat tercapai secara optimal.

REFERENSI

- Mahendra, Dimas. 2024. "Hingga September 2024, Sudah 5.216 Reklame Liar Dibongkar Pemkot Surabaya Karena Tak Bayar Pajak." *Radar Surabaya*.
- Mahvido. 2017. "Efektivitas Pengawasan Hukum Terkait Izin Penyelenggaraan Reklame Di Kota Surabaya." *Novum : Jurnal Hukum* 167–86.
- Nugraha, Albar, and Hananto Widodo. 2020. "Penegakan Hukum Terhadap Pelanggaran Izin Reklame Di Kota Surabaya." *Novum : Jurnal Hukum* 7:115–21.
- Setiawan, Indra. 2025. "Pekot Surabaya Tertibkan Ratusan Reklame Tak Berizin." *ANTARA*.
- Sitorus, Chrismo H., Mahmud Siregar, and Joiverdia Arifiyanto. 2025. "DI KOTA MEDAN (Studi Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro , Kecil Dan Menengah Dan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja)." 4307(August):5322–28.

Widodo, Hananto, and muh ali Masnun. 2018. *Filsafat Hukum Sebuah Pengantar*.