

**Implementasi Kebijakan Pemasangan Reklame Di Kota Kediri  
(Study Pada Dinas Penanaman Modal Kota Kediri)**

***Implementation of Advertising Installation Policy In Kediri City  
(Study at Dinas Penanaman Modal Kota Kediri)***

**Nanda Erlambang**

Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Pawayatan Daha, Kabupaten Kediri, Indonesia

[miggnanda@gmail.com](mailto:miggnanda@gmail.com)

**ABSTRAK**

Reklame sebagai sarana mempromosikan produk dan jasa ditempat umum menjadi masalah publik apabila tidak dikelola dengan baik dan benar. Pemasangan reklame yang tidak berizin dan dipasang tidak sesuai tempatnya terjadi di Kota Kediri. Melalui Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame, Pemerintah Kota Kediri berupaya untuk mengatur serta memberikan kepastian hukum bagi masyarakat agar pemasangan reklame sesuai dengan ketentuan administratif, syarat teknis pemasangan, teratur dan tertata khususnya diwilayah Kota Kediri.

Tujuan dari penelitian ini berusaha mengetahui dan mendeskripsikan proses implementasi kebijakan pemasangan reklame seperti baliho ditinjau dari alur pengurusan perizinan dan teknis pemasangannya. Selanjutnya secara konkret menjabarkan seluruh faktor pendukung dan faktor penghambat yang mempengaruhinya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan model analisis data interaktif dari Miles, Huberman, Saldana digunakan untuk mengkaji serta menganalisa permasalahan implementasi kebijakan pemasangan reklame di Kota Kediri. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Sumber data berasal dari pihak swasta pengguna reklame dan seluruh aparat sipil negara di Dinas Penanaman Modal Kota Kediri.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya keteraturan dan kesesuaian regulasi serta teknis perizinan pemasangan reklame. Adapun faktor pendukungnya yaitu tersedianya layanan *mobile public service* yang memberikan pelayanan kepada masyarakat secara langsung dan berkala melalui balai desa setempat diwilayah Kota Kediri. Selanjutnya pendaftaran online perizinan pemasangan reklame melalui laman [kswi.kedirikota.go.id](http://kswi.kedirikota.go.id) dengan proses 1x24 jam juga memudahkan masyarakat. Namun masih ditemukan data pemasangan reklame tidak memiliki izin dan dipasang oleh oknum swasta tidak sesuai dengan tempat yang telah ditentukan. Masalah mendasarnya adalah lokasi pemasangan reklame yang dilegalkan sangat terbatas yaitu hanya berjumlah 11 titik lokasi sedangkan tidak sebanding dengan luas wilayah Kota Kediri yang mencapai 63,404 km<sup>2</sup>.

***Kata Kunci: Implementasi Kebijakan, Reklame, Kota Kediri.***

### ***ABSTRACT***

*Advertising as a means of promoting products and services in public places becomes a public problem if it is not managed properly and correctly. The installation of unlicensed billboards and installed inappropriately occurred in the City of Kediri. Through Mayor Regulation Number 7 of 2013 concerning the Implementation of Billboards, the City of Kediri seeks to regulate and provide legal certainty for the community so that the installation of billboards is by administrative provisions, technical requirements for installation, regularly and organized, especially in the Kediri City area.*

*The purpose of this study is to find out and describe the process of implementing billboards as baliho in terms of the licensing process and technical installation. Furthermore, concretely describes all the supporting factors and inhibiting factors that influence it.*

*This study uses a descriptive method with a qualitative approach and an interactive data analysis model from Miles, Huberman, and Saldana is used to examine and analyze the problems of implementing billboards in the city of Kediri. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data sources come from private parties using billboards and all state civil servants at the Kediri City Investment Office.*

*The results of this study indicate that there is regularity and conformity with regulations and technical licensing for the installation of billboards. The supporting factors are the availability of mobile public services that provide services to the community directly and periodically through the local village hall in the Kediri City area. Furthermore, online registration for licensing the installation of billboards through the [kswi.kedirikota.go.id](http://kswi.kedirikota.go.id) page with a 1x24 hour process also makes it easier for the public. However, it was still found that the data on the installation of advertisements did not have a permit and were installed by private persons not following the specified place. The fundamental problem is that the location of legalized billboards is very limited, which is only 11 points location while it is not proportional to the area of Kediri City, which reaches 63,404 km<sup>2</sup>.*

***Keywords: Policy Implementation, Advertising, Kediri City.***

## **PENDAHULUAN**

Reklame menjadi bagian dari gaya hidup modern yang memiliki pengaruh signifikan terhadap aktifitas masyarakat sebagai salah satu sarana penyampaian informasi diruang publik dan digunakan oleh pemerintah maupun swasta. Reklame memiliki variatif konten yang disampaikan baik berupa himbauan dan pengumuman dari pemerintah hingga kepentingan bisnis oleh swasta seperti kegiatan promosi barang dan jasa.

Memahami lebih jauh tentang pengertian reklame ditinjau dari perspektif perniagaan seperti dikemukakan oleh (*Berkouwer dalam Winardi, 1992:2*) reklame merupakan setiap argumentasi yang bersifat aktual dan terukur oleh pelaku bisnis yang diberikan kepada masyarakat dengan sasaran dan tujuan untuk memperbanyak penjualan produknya.

Pemasangan reklame menjadi hal biasa yang mudah ditemukan seperti di Kota Kediri. Dengan pembagian 3 kecamatan wilayah administratif yaitu Kecamatan Kediri Kota, Kecamatan Pesantren, dan Kecamatan Mojojoto serta jumlah total 46 kelurahan potensi pemasangan reklame sangat besar oleh karena itu membutuhkan kebijakan dan regulasi dari pemerintah setempat untuk mengatur dan mengakomodirnya.

Dewasa ini perkembangan reklame tidak selalu mengarah kepada manfaat yang positif, namun juga berdampak negatif jika tidak diatur dengan baik dan benar karena sifatnya yang melibatkan kepentingan publik maka wajib ditertibkan. Pemasangan reklame tidak berizin dan dipasang tidak sesuai dengan tempatnya terjadi diwilayah Kota Kediri. Data dari Dinas Penanaman Modal Kota Kediri menunjukkan bahwa dari tahun 2014-2015-2016 setidaknya terdapat 263 jenis reklame baliho tidak berizin dan dipasang tidak sesuai dengan lokasi yang telah ditentukan. Pemerintah Kota Kediri berupaya mengimplementasikan kebijakan pemasangan reklame yang diaktualisasikan melalui Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Dari regulasi tersebut pemerintah Kota Kediri memberikan panduan kepada seluruh pihak berkepentingan memasang reklame dengan ketentuan: izin penyelenggaraan reklame, titik lokasi pemasangan reklame, tata cara pemasangan reklame, pengawasan, pencabutan izin dan pemberian sanksi. Implementasi kebijakan tersebut sebagai wujud nyata peran pemerintah Kota Kediri untuk memberikan kepastian hukum terkait kepentingan pemasangan reklame diwilayah Kota Kediri.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Untuk mendeskripsikan sebuah permasalahan pada kajian empiris dibutuhkan penelitian yang dilakukan yang berguna sebagai sumber informasi valid sesuai yang ada dilapangan. (*Menurut Woody C, 1927:172*) penelitian adalah sebuah metode berfikir kritis bertujuan memperoleh kebenaran melalui penyidikan. Definisi, hipotesis dan pengujian menjadi bagian wajib yang ada dalam penelitian.

Terkait penelitian ini, peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan masalah empiris. (*Menurut Bogdan dan Taylor, 1975*) penelitian kualitatif adalah metodologi penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data deskriptif secara detail melalui susunan kalimat. Intepretasi masalah dalam penelitian ini melihat dari perspektif adanya masalah dari implementasi kebijakan pemasangan reklame di Kota Kediri dari latar belakang tersebut maka perlu diadakan penelitian untuk lebih jauh memahami masalah dan membuat kesimpulan akhir.

## **Fokus Penelitian**

Kualitas penelitian salah satunya dibentuk melalui focus penelitian yang harus ditentukan. Hal ini bertujuan subjek dan objek penelitian dapat difokuskan dan tidak meluas pada pembahasan diluar penelitian ini. Berikut adalah fokus dalam penelitian ini:

1. Proses Implementasi Kebijakan Pemasangan Reklame Di Kota Kediri.
  - a) Perizinan pemasangan reklame di Kota Kediri.
  - b) Teknis pemasangan reklame di Kota Kediri.
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pemasangan Reklame Di Kota Kediri
  - a) Faktor Pendukung: Regulasi Pemasangan Reklame Di Kota Kediri, Inovasi Pelayanan Publik, Pendaftaran-Perizinan Pemasangan Reklame Di Kota Kediri.
  - b) Faktor Penghambat: Keterbatasan Titik Lokasi Pemasangan Reklame Di Kota Kediri.

## **Lokasi Penelitian**

Pemilihan lokasi penelitian merupakan tahapan penting yang ditentukan oleh peneliti yang bertujuan untuk mendapatkan data primer dan sekunder valid sesuai dengan kesesuaian tema penelitian. *(Menurut Al Muchtar, 2015:243)* lokasi penelitian harus memuat pertimbangan relevansi dan keunikan dengan topik yang dipilih sehingga diharapkan peneliti menemukan makna baru dari penelitiannya. Dalam penelitian implementasi kebijakan pemasangan reklame di Kota Kediri, lokasi penelitian dilaksanakan di Dinas Penanaman Modal Kota Kediri dengan pertimbangan bahwa implementor kebijakan pemasangan reklame beserta seluruh data primer dan sekunder tersedia di instansi tersebut.

## **Jenis Dan Sumber Data**

Data merupakan bagian penting dari penelitian yang memuat tentang keadaan nyata pada objek penelitian sehingga diperlukan validitas data yang pasti untuk mendeskripsikan setiap fakta empiris. Dari jenisnya data dibagi menjadi dua yaitu data sekunder dan data primer. *(Wardiyanta dalam Sugiarto, 2017:87)* menjelaskan definisi dari data primer yaitu informasi yang didapatkan melalui sumber primer seperti narasumber. Sedangkan data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh secara tidak langsung kepada narasumber, tetapi melalui pihak lainnya atau pihak ketiga. Selanjutnya dalam penelitian ini ditetapkan dua sumber data yang digunakan, sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer
  - a. Kepala Seksi Pengawasan-Pengendalian Reklame Dinas Penanaman Modal Kota Kediri
  - b. Kepala Seksi Perizinan Reklame Dinas Penanaman Modal Kota Kediri
  - c. Staff Regulasi, Perizinan, Pelayanan Reklame Dinas Penanaman Modal Kota Kediri.
  - d. Pengusaha (Pihak Swasta Pemohon Pemasangan Reklame Diwilayah Kota Kediri)

2. Sumber Data Sekunder

- a. Arsip dan Dokumentasi Dinas Penanaman Modal Kota Kediri
- b. Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

### **Instrumen Penelitian**

Dalam kerangka penelitian ilmiah dapat ditemukan beberapa indikator penting yang menjadi bagian mutlak ada didalamnya seperti instrument penelitian. (*Sugiyono, 2012:305*) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif instrument/alat peneliti yaitu panduan observasi, rumusan lembar wawancara, dokumentasi berupa foto maupun visual-audio lainnya dan peneliti itu sendiri. Merujuk pendapat tersebut juga disebutkan instrument dalam penelitian ini diantaranya:

1. Buku Catatan Observasi: dipergunakan untuk menulis dan mencatat seluruh informasi yang berkaitan dengan penelitian implementasi kebijakan pemasangan reklame di Kota Kediri.
2. Rumusan Lembar Wawancara: berfungsi sebagai pedoman wawancara kepada narasumber untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini dilaksanakan dua metode wawancara berencana dan tidak berencana kepada seluruh karyawan Dinas Penanaman Modal Kediri Dan Pihak Swasta yang memiliki kepentingan dalam urusan reklame.
3. Kamera Dan Tape Recorder: sebagai upaya untuk megumpulkan data valid dan bukti konkret penelitian dibutuhkan beberapa alat untuk mendokumentasikan hasil penelitian yang dilakukan langsung dilapangan seperti kamera dan tape recorder. Proses arsiparis dan dokumentasi akan lebih mudah dilakukan jika terdapat alat bantu yang mendukung, termasuk dalam penelitian ini terkait implementasi kebijakan pemasangan reklame.
4. Peneliti Sendiri: orang yang melakukan penelitian merupakan bagian dari instrument penelitian maka sebelum melakukan penelitian terlebih dahulu seorang peneliti harus memperhitungkan serta menguasai konsep, sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mendukung penelitiannya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mencapai tujuan penelitian maka dibutuhkan teknik pengumpulan data sebagai sarana untuk menghimpun data yang diperlukan sebagai bahan kajian dan paparan hasil penelitian. Dalam penelitian ini dtentukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

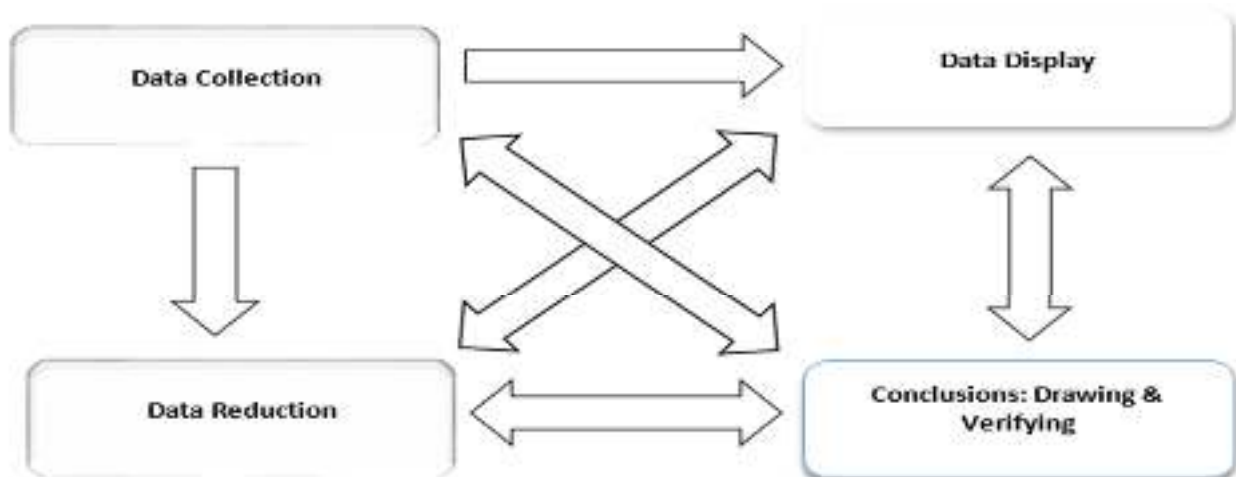
1. Wawancara: memberikan pertanyaan kepada narasumber melalui wawancara merupakan cara mengumpulkan data valid. (*Moelong, Lexy 2012*) pengertian wawancara adalah serangkaian dialog dua pihak yang berisi pertanyaan dan jawaban oleh peneliti yang melakukan wawancara kepada narasumber. Di penelitian ini wawancara dilakukan kepada seluruh pihak terkait yaitu aparatur sipil negara pada Dinas Penanaman Modal dan pihak swasta yang berkepentingan memasang reklame diwilayah Kota Kediri.

2. Observasi: pengamatan yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk memahami secara detail yang berhubungan dengan penelitian. (Gibson dan Mitchell 1995) menjelaskan bahwa observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dengan tujuan untuk menyortir penentuan keputusan dan kesimpulan kepada narasumber yang diamati. Observasi dalam penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Kediri dan lingkungan kerja Dinas Penanaman Modal Kota Kediri.

3. Dokumentasi: kegiatan dokumentasi dilakukan sebagai bagian dari rangkaian penelitian untuk mengumpulkan bukti serta menguji keabsahan data yang dimiliki seorang peneliti. Penelitian ini juga memuat seluruh dokumentasi langsung yang relevan dengan penelitian implementasi kebijakan pemasangan reklame melalui buku, informasi serta arsip dinas terkait seperti Badan Pusat Statistik Kota Kediri dan Dinas Penanaman Modal Kota Kediri.

### **Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh (Miles, Huberman dan Saldana, 2014) yang menjelaskan empat tahapan dalam menganalisa data melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi. Dari penjelasan tersebut kemudian divisualisasikan melalui keterangan gambar sebagai berikut:



**Sumber: Miles, Huberman dan Saldana, 2014.**

1. Penyajian data: penjelasan dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk narasi dengan informasi yang mudah dipahami oleh pembaca. Dengan susunan kalimat, gambar dan tabel peneliti berupaya memaparkan setiap unsur penelitian secara detail dan komprehensif sehingga penelitian ini dapat memuat kesimpulan yang sesuai dengan fakta empiris yang ada.

2. Pengumpulan data: peneliti memilih megumpulkan data dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang relevan sesuai dengan masalah yang ada dalam penelitian memberikan gambaran nyata, aktual dan faktual sesuai yang terjadi lapangan.

3. Reduksi data: detail dari penelitian kualitatif dibutuhkan teknik reduksi data dengan tujuan untuk menyelaraskan dan memusatkan data yang ada sesuai dengan topik pembahasan dalam penelitian ini.

4. Verifikasi dan penarikan kesimpulan: identifikasi masalah menjadi awal peneliti menentukan fokus penelitiannya. Selanjutnya masalah yang sudah diketahui akan dikumpulkan dan dijelaskan melalui tinjauan kembali untuk memastikan bahwa data dari permasalahan telah lengkap. Terakhir penarikan kesimpulan akan dilakukan ketika seluruh kegiatan penelitian telah selesai dan data yang diperoleh telah sesuai dengan fakta yang ada dilapangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kota Kediri memiliki luas wilayah 63, 404 km<sup>2</sup> menjadikannya sebagai kota terbesar ketiga provinsi Jawa Timur. Dengan jumlah penduduk mencapai 286.796 jiwa tersebar di tiga kecamatan wilayah administrasinya (*Sumber data primer: Badan Pusat Statistik Kota Kediri*). “*djojo ing bojo*” merupakan semboyan resmi pemerintah Kota Kediri yang bermakna mengalahkan marabahaya menjadikan ciri khasnya, selain itu juga dikenal sebagai kota tahu.

Berkaitan dengan kepentingan publik melalui regulasi dan peraturan pemerintah Kota Kediri hadir untuk memberikan solusi agar kepentingan tersebut dapat diakomodir dengan baik seperti halnya kepentingan pemasangan reklame untuk seluruh pihak dan masyarakat. Melalui Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame, pemerintah membuat regulasi proses perizinan, aturan pemasangan reklame dan teknis pemasangannya. Berikut proses dan alur perizinan reklame di Kota Kediri: pemohon hadir ke kantor Dinas Penanaman Modal Kota Kediri untuk melengkapi berkas persyaratan yang wajib dilengkapi kemudian dilanjutkan dengan pengajuan blanko perizinan sesuai jenis reklame insidentil atau permanen, pemeriksaan berkas 1x24 jam dan pemberian tanda terima berkas pemohon pemasangan reklame, cek lokasi titik pemasangan reklame oleh petugas Dinas Penanaman Modal Kota Kediri, penetapan dan pembayaran biaya retribusi oleh pemohon, proses pembuatan surat keputusan pemasangan reklame dengan waktu 3x24 jam kerja, terakhir pemberian surat keputusan pemasangan reklame kepada pemohon.

Berikut peraturan pemasangan reklame di Kota Kediri: wajib memuat etika kesopnanan dan keetrtiban umum, jarak dengan *traffic light* 50 meter, terdapat stiker resmi pada reklame dari Dinas Penanaman Modal Kota Kediri, yang bersangkutan melaksanakan pembongkaran reklame jika masa berlakunya habis, pemberian izin pemasangan reklame berlaku 14 hari kerja jika tidak dilaksanakan pemasangan reklame maka wajib registrasi ulang.

Dalam Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, juga telah diatur tata cara pemasangan reklame, sebagai berikut: jenis reklame baliho ukuran 4x6 meter, material reklame yaitu rangka besi, durasi pemasangan reklame hingga 30 hari terhitung sejak reklame dipasang dan dapat dilakukan perpanjangan sesuai dengan ketentuan berlaku, adapun besaran nominal yang dibayarkan sebesar setiap 1 meter Rp. 50.000,-/bulan atau 1 meter Rp.5000,-/harinya. Adanya regulasi ini dapat dijadikan sebagai pedoman bagi seluruh pihak yang memiliki kepentingan memasang reklame diwilayah Kota Kediri.

## **FAKTOR PENDUKUNG:**

### **- Mobile Public Service.**

Pemerintah Kota Kediri melalui Dinas Penanaman Modal Kediri mengimplementasikan inovasi pelayanan publik yang diberikan kepada masyarakat untuk mengurus perizinan pemasangan reklame. *Mobile Public Service* merupakan program pemberian layanan kepada masyarakat secara langsung dengan metode “jemput bola”. Program ini diluncurkan sejak bulan oktober tahun 2016 oleh Dinas Penanaman Modal dengan tujuan untuk lebih mendekatkan akses pengurusan perizinan pemasangan reklame kepada masyarakat sehingga tidak perlu ke kantor Dinas Penanaman Modal Kota Kediri, memberikan edukasi dan bimbingan kepada masyarakat untuk mempersiapkan seluruh persyaratan terkait pemasangan reklame, meningkatkan gairah masyarakat untuk tertib regulasi dan administrasi pengurusan perizinan reklame. Jadwal pelayanan *mobile public service* dilaksanakan setiap hari selasa dengan lokasi kantor Kecamatan Mojojoto, hari rabu dikantor Kecamatan Kota Kediri dan hari kamis berlokasi di kantor Kecamatan Pesantren. Adapun seluruh dokumen yang diperlukan untuk mengurus pemasangan reklame dibedakan menjadi dua yaitu reklame insidental: scan kartu tanda penduduk penanggung jawab, scan surat izin usaha sesuai materi iklan, surat persetujuan bermaterai (jika dipasang tidak dilahan pribadi), gambar desain dari reklame, foto penempatan reklame. Reklame permanen: scan kartu tanda penduduk pemilik reklame, scan izin usaha sesuai materi iklan, gambar titik lokasi pemasangan reklame, foto desain reklame, foto lokasi pemasangan reklame, surat perjanjian sewa (jika dipasang dilahan pemerintah), surat persetujuan dan bukti pemilikan lahan, surat pernyataan tidak keberatan atas pemasangan reklame dilahan yang telah ditentukan, scan gambar kontruksi reklame, scan perhitungan biaya kontruksi dengan tanda tangan penanggung jawab pemohon pemasangan reklame.

### **- Perizinan Online Pemasangan Reklame.**

Peraturan Walikota Kediri Nomor 43 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) memberikan ruang bagi pemerintah Kota Kediri untuk memberikan pelayanan publik secara mudah, efektif dan efisien. Melalui laman *kswi.kedirikota.go.id* Dinas Penanaman Modal Kota Kediri membuat kebijakan perizinan online yang dapat diakses oleh masyarakat Kota Kediri melalui internet. Adapun tujuan dari kebijakan ini adalah mempersingkat dan mempercepat waktu pelayanan kepada masyarakat, akses mudah masyarakat pada perizinan, memangkas pelayanan birokrasi konservatif. Dalam mengimplementasikan kebijakan ini Dinas Penanaman Modal Kota Kediri menyiapkan tahapan proses pendaftaran perizinan pemasangan reklame, sebagai berikut: membuka alamat website *kswi.kedirikota.go.id*, memilih jenis perizinan penyelenggaraan reklame, memasukkan data/*input* scan kartu tanda penduduk.

Proses selanjutnya dari pendaftaran online pengurusan perizinan pemasangan reklame yaitu menunggu validasi data yang dilakukan oleh petugas Dinas Penanaman Modal Kota Kediri dijam pelayanan kerja dengan durasi hingga 1x24 jam. Jika seluruh data telah selesai divalidasi oleh petugas selanjutnya dilakukan pemanggilan kepada yang bersangkutan mengajukan pendaftaran untuk ke kantor Dinas Penanaman Modal Kota Kediri untuk mencetak seluruh bukti fisiknya dan melengkapi syarat pemasangan reklame sesuai dengan jenisnya.



## **FAKTOR PENGHAMBAT**

### **- Keterbatasan Titik Lokasi Pemasangan Reklame**

Pemasangan reklame yang tidak memiliki izin dan dipasang tidak sesuai dengan ketentuan berpotensi melanggar regulasi yang berlaku. Masalah ini ditemukan di Kota Kediri. Sesuai dengan hasil penelitian ditemukan fakta bahwa hal ini disebabkan oleh pembagian titik lokasi pemasangan reklame yang terbatas diwilayah administratif Kota Kediri. Dari ketentuan dan regulasi Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, telah ditentukan lokasi yang diperbolehkan untuk memasang reklame, sebagai berikut:

1. Kecamatan Kediri Kota: (Jalan Achmad Yani, sepanjang markas komando distrik militer Kediri, sepanjang jalan stadion brawijaya Kediri), (Sisi Utara Madrasah Aliyah Negeri 3 Kota Kediri), (Jalan Urip Sumoharjo Kelurahan Ngronggo/jembatan lama), (Jalan Pattimura, Setono Betek), (Jalan Perintis Kemerdekaan, Taman Ngronggo), (Jalan Supersemar, Ngronggo)
2. Kecamatan Mojoroto: (Jalan Sultan Iskandar Muda, Jembatan Baru), (Jalan Letjend Sutoyo, Sepanjang Jalan Raya Mojoroto)
3. Kecamatan Pesantren: (Pasar Pahing Jalan HOS Cokroaminoto, Pesantren), (Jalan Mauni, Bangsal Pesantren).

Sebelas lokasi titik pemasangan reklame diwilayah Kota Kediri telah dilegalkan oleh Dinas Penanaman Modal Kota Kediri jumlah tersebut sangat terbatas dan berimplikasi pada pemasangan reklame tidak berizin dan dipasang disembarangan tempat tidak sesuai tempat yang ditentukan. diwilayah Kota Kediri mencakup Kecamatan Kediri Kota, Kecamatan Pesantren dan Kecamatan Mojoroto ditemukan pemasangan reklame tidak berizin dengan rincian pada tahun 2014 sejumlah 77 reklame baliho, pada tahun 2015 sejumlah 96 reklame baliho dan pada tahun 2016 sejumlah 90 reklame baliho.

## **KESIMPULAN**

Pemasangan reklame diwilayah Kota Kediri dapat berjalan dengan baik dengan adanya Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Aspek keteraturan dan ketertiban menjadi konteks penting dari regulasi tersebut sesuai dengan hasil penelitian maka bias ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses perizinan pemasangan reklame, peraturan pemasangan reklame dan tata cara pemasangan reklame telah sesuai dengan regulasi yang ada mengacu pada Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Dinas Penanaman Modal Kota Kediri dalam hal ini yang memiliki kewenangan dalam mengatur pemasangan reklame juga telah bekerja secara profesional dan proporsional dibuktikan dengan adanya tahapan yang wajib dipenuhi oleh pemohon pemasang reklame diwilayah Kota Kediri yang meliputi: pendaftaran data diri, melengkapi berkas pengajuan jenis reklame, aturan pemasangan reklame, hingga pembayaran retribusi pemasangan reklame.
2. Inovasi pelayanan publik terkait pemasangan reklame diwilayah Kota Kediri dilaksanakan oleh Dinas Penanaman Modal Kota Kediri melalui program *Mobile Public Service* dan perizinan online.

Ini merupakan faktor yang mendukung kepentingan publik terkait penyelenggaraan reklame. Upaya ini sebagai sarana untuk mempermudah masyarakat dalam mengurus berkas administrasi, perizinan pemasangan reklame dengan memperhatikan efektifitas dan efisiensi pelayanan publik.

3. Berdasarkan hasil penelitian terkait implementasi kebijakan pemasangan reklame di Kota Kediri masih ditemukan reklame yang dipasang tidak berizin dan tidak sesuai dengan lokasi yang telah ditentukan oleh Dinas Penanaman Modal Kota Kediri. Lebih lanjut hal ini dikarenakan jumlah titik lokasi terbatas untuk memasang reklame, sehingga dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk memasang reklame disembarang tempat, reklame tidak berizin dominan dipasang dilokasi illegal yang dampaknya implementasi kebijakan pemasangan reklame terhambat dengan permasalahan tersebut.

## **SARAN**

Memahami hasil penelitian terkait implementasi kebijakan pemasangan reklame di Kota Kediri peneliti merekomendasikan beberapa saran kepada Dinas Penanaman Modal Kota Kediri dengan harapan pemasangan reklame dapat dilaksanakan dengan tertib dan sesuai regulasi yang berlaku. Sebagai berikut:

1. Mempertegas sanksi untuk pihak yang tidak bertanggung jawab memasang reklame tidak berizin serta tidak mematuhi dengan lokasi yang telah ditentukan terkait pemasangan reklame diwilayah Kota Kediri.
2. Melaksanakan sosialisasi Peraturan Walikota Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame, kepada pihak yang berkepentingan memasang reklame diwilayah Kota Kediri. Sebagai Upaya meminimalisir pemasangan reklame tidak berizin/liar.
3. Membuat revisi rancangan dan penentuan titik lokasi pemasangan reklame diwilayah Kota Kediri. Penambahan titik lokasi diperlukan agar jangkauan dan variasi lokasi pemasangan reklame dapat menyelesaikan masalah keterbatasan jumlah titik lokasi selama ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Al Muchtar S. (2015) *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Arsip Badan Pusat Statistik Kota Kediri (2016).
- Arsip Dinas Penanaman Modal Kota Kediri (2016).
- Bodgan dan Taylor. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Gibson R.L dan Mitchell M.H. (1995). *Introduction Guidance*. Newyork: Macmillan Publisher..
- Miles, Huberman, Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis Methods Source Book 3*. Arizona State University.
- Moelong, Lexy. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Peraturan Walikota Kediri Nomor 7 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Kediri

Sugiarto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta Diandra Kreatif

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Winardi. (1992). *Promosi-Reklame*. Bandung: Mandarmaju.

Woody, Cliford. (1927). *The Values Eductaional Research The Classroom Teachers*. Michigan: The Journal of Educational Research. Michigan State University.