

## Kajian Penetapan Lokasi Promosi pada Jalan-Jalan Protokol di Kota Kupang (2012)

### Kesimpulan

Penempatan media promosi atau reklame di Kota Kupang baik di jalan protokol maupun di kawasan-kawasan tertentu di Kota Kupang pada umumnya tidak sesuai dengan tata ruang perkotaan atau pemanfaatan ruang berdasarkan peruntukannya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan reklame di Kota Kupang terutama berhubungan dengan prosedur perijinan, pemungutan pajak, penempatan, pengawasan dan penertiban belum berjalan dengan baik. Fakta ini dapat dilihat dari beberapa hal :

1. Penempatan media reklame ini lebih didasarkan pada pertimbangan titik strategis berdasarkan sudut pandang dan tingkat kepadatan mobilitas masyarakat disekitar lokasi penempatan, dan sering mengabaikan kepentingan masyarakat serta keindahan kota terutama dari segi bentuk, ukuran dan jumlah media. Lokasi yang umumnya dimanfaatkan adalah persimpangan jalan, sisi kiri kanan jalan pada ruang terbuka maupun kawasan aktivitas penduduk yang tinggi, seputar *traffic light*, pertokoan, terminal, halte, jembatan, dan jalur hijau.
2. Penetapan dan penempatan lokasi promosi pada jalan protokol dan kawasan-kawasan tertentu yang belum tertata berdampak pada terganggunya keamanan dan kenyamanan masyarakat, ambruknya kewibawaan pemerintah di mata masyarakat terkait akuntabilitas dan ketegasan pengelolaan, dan tidak terbangunnya keindahan dan ketertiban kota terkait kehadiran reklame atau media promosi lainnya.
3. Regulasi atau peraturan yang dijadikan acuan dalam penempatan media reklame di jalan-jalan protokol saat ini misalnya Perda Kota Kupang No. 7 tahun 2002, tentang pajak reklame yang ditindaklanjuti dengan surat keputusan Walikota Kupang nomor 38/KEP/HK/2006 tentang penetapan sewa reklame yang selanjutnya dirubah melalui peraturan Walikota Kupang nomor 09 tahun 2011 tentang Perhitungan Nilai Sewa Reklame dan Perda Kota Kupang nomor 12 tahun 2011 tentang RDTR Kota Kupang, Permen PU No. 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan & dan Penggunaan Bagian Jalan serta beberapa aturan mengenai tugas pokok dan fungsi instansi pemerintah, belum secara jelas dan tegas mengatur mengenai lokasi lokasi penempatan, karakteristik reklame (jenis, ukuran, bentuk, isi pesan), prosedur pengurusan ijin, instansi-instansi yang bertanggungjawab, hak dan kewajiban penyelenggaraan, pengawasan, dan penertiban. Selain itu aturan teknis dari setiap instansi atau SKPD terkait tidak secara jelas mengatur dan tidak dilaksanakan secara baik termasuk dalam berkoordinasi untuk melaksanakannya.\
4. Instansi atau SKPD teknis yang berhubungan dengan pelaksanaan reklame seperti BPPT Kota Kupang dan DPRTR Kota Kupang yang bertanggungjawab mengenai perinjian dan pengawasannya, termasuk juga Badan Kesbang Linmas untuk ijin pemasangan spanduk dan Bagian Ekonomi dan Pembangunan untuk ijin prinsip penggunaan lahan; DP2KD yang berhubungan dengan penentuan objek pajak dan pemungutan pajak; Sat Pol PP Kota Kupang sebagai penegak peraturan daerah yang bertugas mengawasi dan menerbitkan penempatan media reklame; dan instansi lainnya seperti Bagian Tata Pemerintahan, Dinas Perhubungan BAPPEDA, Dinas PU, Kecamatan, dan Kelurahan, belum melaksanakan tugasnya secara baik dalam proses perijinan, penempatan, pengawasan, dan penerbitan media promosi atau reklame.
5. Faktor penghambat dalam penataan lokasi penempatan media reklame di Kota Kupang antara lain regulasi, kurangnya koordinasi antara instansi, lemahnya pengawasan dan monitoring, serta tidak ada aturan yang jelas mengenai kewenangan bagi setiap instansi tersebut, serta kurangnya sumber daya pelaksana, anggaran, dan fasilitas pendukung.

## **Saran/Rekomendasi**

Untuk melakukan penataan media reklame di jalan-jalan protokol dalam wilayah Kota Kupang sejalan dengan upaya mendukung fungsi keberadaan media promosi atau media reklame dan kesesuaian pemanfaatan kawasan atau ruang, maka ada beberapa hal yang dapat dilaksanakan antara lain :

1. Pemerintah Kota melalui instansi teknis terkait perlu menyusun Prosedur Tetap Pelayanan Perijinan yang memuat mengenai tahapan, persyaratan, biaya dan waktu pelayanan serta instansi penanggung jawab atau yang terlibat dalam prosesnya.
2. Pemerintah perlu menyusun Master Plan Penataan Utilitas Kota untuk menjalani pemanfaatan ruang perkotaan sesuai dengan peruntukkan kawasan, termasuk dalam hubungannya dengan penetapan media reklame di wilayah Kota Kupang.
3. Pelaksanaan pengawasan dan monitoring secara terkoordinasi dan berkala oleh instansi berwenang untuk penerbitan media reklame yang tidak berijil, relokasi media yang tidak sesuai aturan penempatan, penerbitan yang telah habis masa berlakunya, atau yang tidak sesuai dengan rekomendasi yang diberikan.
4. Peningkatan koordinasi antara Instansi Teknis atau SKPD terkait, berdasarkan tugasnya masing-masing dan juga dengan penyelenggara reklame.
5. Perlu adanya regulasi yang jelas melalui Peraturan Daerah Kota Kupang tentang penyelenggaraan reklame di Kota Kupang sehingga ada dasar hukum penataan dan penempatan media reklame sesuai dengan RTRW dan RDTRK, terciptanya keteraturan, keindahan kota dan ada kejelasan tugas serta kewenangan instansi yang terkait. Peraturan Daerah yang mengatur tentang karakteristik reklame (jenis, bentuk, ukuran, konstruksi, isi, pencahayaan), kawasan, dan lokasi penempatan, prosedur perijinan, dan sistem pemungutan pajak, instansi yang bertanggung jawab dan kewenangannya dalam setiap aktifitas penataan reklame, hak dan kewajiban penyelenggara, prosedur pengawasan, evaluasi dan penertiban serta sanksi yang tegas.