

ANALISIS YURIDIS MEKANISME PENERTIBAN REKLAME YANG TELAH HABIS MASA BERLAKU IZINNYA DI KABUPATEN KENDAL PROVINSI JAWA TENGAH

Oleh: Nadia Diandra Raisyafillah^{*}, Rizky Septiana Widyaningtyas^{}**

INTISARI

Penulisan hukum ini bertujuan mengetahui konsekuensi hukum terhadap reklame yang telah habis masa berlaku izin pemasangannya di Kabupaten Kendal dan untuk mengetahui mekanisme penertiban reklame yang telah habis masa berlaku izin pemasangannya di Kabupaten Kendal berdasarkan peraturan perundang undangan yang berlaku. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kendala yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Kendal dalam menertibkan reklame yang telah habis masa berlaku izin pemasangannya di Kabupaten Kendal.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif empiris yang bersifat deskriptif. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Adapun data primer diperoleh melalui wawancara terhadap narasumber dari Satpol PP dan Bapenda Kabupaten Kendal. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reklame yang telah habis masa berlaku izin pemasangannya di Kabupaten Kendal pada dasarnya menimbulkan konsekuensi hukum administratif karena melanggar kewajiban perizinan, sedangkan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 31 Peraturan Daerah Kabupaten Kendal Nomor 11 Tahun 2015 hanya dapat dikenakan apabila terdapat perbuatan penyelenggaraan reklame yang memenuhi unsur pelanggaran tertentu dan diposisikan sebagai *ultimum remedium*. Mekanisme penertiban reklame dilaksanakan melalui tahapan administratif yang berjenjang oleh perangkat daerah terkait, khususnya Satuan Polisi Pamong Praja, dan pada prinsipnya telah berjalan sesuai dengan Asas-Asas Umum Pemerintahan yang Baik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014, terutama asas kepastian hukum, kecermatan, tidak menyalahgunakan kewenangan, dan kepentingan umum. Pelaksanaan penertiban reklame masih menghadapi kendala administratif, ekonomi, dan sosial, sehingga penegakan hukum administrasi reklame memerlukan penguatan kapasitas kelembagaan, koordinasi antarperangkat daerah, serta peningkatan kepatuhan penyelenggara reklame.

Kata Kunci: reklame, perizinan, sanksi administratif, penertiban reklame, pemerintah daerah.

* Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

** Dosen Departemen Hukum Administrasi Negara Fakultas Hukum, Universitas Gadjah Mada

***JURIDICAL ANALYSIS OF THE ENFORCEMENT MECHANISM
AGAINST ADVERTISEMENTS WITH EXPIRED PERMITS IN KENDAL
REGENCY, CENTRAL JAVA PROVINCE***

By: Nadia Diandra Raisyafillah^{*}, Rizky Septiana Widyaningtyas^{**}

ABSTRACT

This study aims to examine the legal consequences of advertisements whose installation permits have expired in Kendal Regency and to analyze the mechanism for enforcing the removal of such advertisements based on the prevailing laws and regulations. In addition, this study seeks to identify the obstacles faced by the Government of Kendal Regency in regulating advertisements whose installation permits have expired.

This research employs a normative–empirical legal research method with a descriptive approach. The data used consist of primary and secondary data. Secondary data include primary, secondary, and tertiary legal materials, while primary data were obtained through interviews with informants from the Municipal Police (Satuan Polisi Pamong Praja) and the Regional Revenue Agency (Bapenda) of Kendal Regency. The collected data were analyzed qualitatively.

*The results of the study indicate that advertisements whose installation permits have expired in Kendal Regency primarily give rise to administrative legal consequences due to violations of licensing obligations. Criminal sanctions, as regulated in Article 31 of Kendal Regency Regional Regulation Number 11 of 2015, may only be imposed when the organization of advertisements fulfills specific elements of violation and are positioned as *ultimum remedium*. The enforcement mechanism for expired advertisements is carried out through a staged administrative process by the relevant regional authorities, particularly the Municipal Police, and has generally been implemented in accordance with the General Principles of Good Governance as stipulated in Law Number 30 of 2014, especially the principles of legal certainty, prudence, non-abuse of authority, and public interest. However, the implementation of advertisement enforcement continues to face administrative, economic, and social constraints, indicating the need for strengthening institutional capacity, improving inter-agency coordination, and enhancing compliance among advertisement operators.*

Keywords: advertisement, licensing, administrative sanctions, advertisement enforcement, local government