

## **ABSTRAK**

Kebijakan media luar ruang merupakan isu kebijakan komunikasi yang melibatkan banyak aktor kebijakan dalam proses perumusannya. Hal ini dikarenakan kebijakan komunikasi yang terkait dengan berbagai aspek seperti: aspek teknis, aspek ekonomi, aspek estetika dan tata kota. Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang karena problem kebijakan media luar ruang, mendapatkan kritik dan sorotan berbagai pihak mulai dari akademisi, komunitas, hingga pemerintah propinsi. Perumusan Perda No.2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame juga dianggap lamban. Hal ini diperparah dengan belum ditetapkannya regulasi pendukung Perda yaitu Peraturan walikota (Perwal) sebagai Petunjuk Teknis Pelaksanaan Perda. Melalui pertanyaan penelitian, bagaimana proses perumusan perwal juknis Perda No.2 Tahun 2015, dengan metode studi kasus, peneliti juga mengelaborasi siapa sajakah aktor dan kepentingan yang dibawa oleh aktor kebijakan yang terlibat dalam perumusan perwal juknis Perda No.2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perumusan perwal berjalan lamban, aktor-aktor kebijakan yang terlibat kurang memahami persoalan. Selain itu juga terdapat intervensi dari dewan dan perusahaan periklanan dalam proses perumusan perwal. Oleh karena itu, Pemkot Yogyakarta perlu melakukan sosialisasi dan pemahaman kepada jajaran SKPD yang terlibat sebagai aktor kebijakan perumus perwal juknis reklame perihal problem kebijakan media luar ruang. Selanjutnya, dibutuhkan keterlibatan pihak di luar eksekutif seperti akademisi, creator (seniman), komunitas dalam perumusan kebijakan. Sehingga menciptakan sinergitas antar negara dan warganya.

Kata kunci: proses perumusan kebijakan, media luar ruang, perwal reklame kota Yogyakarta.

## **ABSTRACT**

Outdoor media policy is a policy issue of communication that involves many actors in the policy formulation process. This is because the communication policy related to various aspects such as: technical aspects, economic aspects, aesthetics aspects and urban design. Yogyakarta is one of the cities in Indonesia are due to problems of outdoor media policy, get the criticism from academics, community, up to the provincial government. The formulation process of Regional Regulation Number 2 Year 2015 and Mayor Regulation is also considered slow. Through the research question, how does the formulation process of Mayor Regulation concerning Technical Guidance of Regional Regulation Number 2 Year 2015, with the case study method, researcher also elaborates who the actors and what interests are. The results showed that the formulation of Mayor Regulation run slowly, the actors involved in the policy do not understand the problem. There is also the intervention of the council and the advertising company in the Mayor Regulation formulation process. Therefore, Yogyakarta city government needs to socialize and understanding to the ranks SKPD involved as an actor policy regarding outdoor media policy. Furthermore, it takes the involvement of outside executives such as academia, creator (artist), communities in policy formulation. Thus creating a synergy between the state and its citizens.

**Keywords:** policy formulation, outdoor media, Mayor Regulation concerning billboard