

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Propinsi Lampung. Oleh karena itu, selain merupakan pusat kegiatan pemerintahan, sosial, politik, pendidikan dan kebudayaan, Kota ini juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 197,22 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan, Kota Bandar Lampung terletak di wilayah yang strategis karena merupakan daerah transit kegiatan perekonomian antar pulau Sumatera dan pulau Jawa sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan pengembangan kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri dan pariwisata. Seiring dengan tingkat pertumbuhan ekonomi, sosial dan pembangunan fisik kota. Kota berkembang seperti kota Bandar Lampung mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Dan sejak berlakunya pasar bebas, secara langsung meningkatkan persaingan didunia perekonomian, salah satunya yaitu dibidang perdagangan [1].

Sarana periklanan terutama di Kota Bandar Lampung, yang salah satunya saat ini marak adalah melalui media reklame, baik reklame papan/*billboard*/megatron, kain, sticker, selebaran, udara, suara, film/slide, dan lainnya. Penggunaan reklame sebagai media informasi dan promosi, menjadikan reklame memiliki kedudukan penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat luas [4]. Berdasarkan Bab 1 Pasal 1 Nomor 15 Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 05 Tahun 2019 tentang Tata Cara Perizinan Reklame, Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan/atau corak ragamnya untuk tujuan komersil dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, seseorang atau badan yang diselenggarakan/ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum [5].

Dalam bidang perdagangan dan ekonomi iklan menjadi salah satu sarana yang berfungsi sebagai media promosi serta informasi yang efektif dalam mempengaruhi

konsumen untuk membeli benda konsumsi yang akan digunakan [2]. Saat ini banyak media promosi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk melakukan pemasaran produknya. Salah satunya promosi dilakukan dengan menggunakan media iklan melalui spanduk, baliho, serta papan iklan. Diperlukan adanya suatu wadah promosi dan pengenalan yang dapat dilihat oleh setiap orang dalam bentuk papan iklan untuk mendukung perkembangan ekonomi [3].

Sasaran dan fungsi papan reklame yaitu sebagai jatidiri komersial (*commercial identity*) sebagai jatidiri pertokoan, seperti papan nama (*name plate*), sign advertising (papan reklame). Papan reklame yang berada pada trotoar termasuk dalam klasifikasi *freestanding sign* atau tanda – tanda (papan reklame) yang berdiri sendiri yang didukung oleh satu tiang (*pole sign*), adapun sifatnya *permanent sign* yang berfungsi sebagai papan *advertising (signboard)*, komersial yang maksudnya untuk mempublikasikan kepentingan dagang, memiliki jangka waktu pasang tertentu, sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau diundangkan [6].

Pemasangan reklame diharuskan mengikuti aturan yang ada. Reklame yang terpasang berlebihan akan menimbulkan masalah hingga mengganggu fungsi dari reklame tersebut. Dari segi perancangan kota, pemasangan reklame yang begitu banyak dapat merusak keindahan kota dan cenderung menimbulkan kesan kota yang semrawut. Hal ini dapat dijumpai di sekitar jalan utama ataupun tempat-tempat ramai di Kota Bandar Lampung. Seiring banyaknya papan reklame yang berdiri tidak beraturan juga menimbulkan rasa tidak nyaman bagi pengguna jalan. Lokasi pemasangan reklame harus sesuai dengan lingkungan sekitar, apakah dekat dengan pusat perdagangan atau dekat dengan pusat pendidikan. Keamanan bangunan disekitar titik reklame pun perlu diperhatikan. Serta kelayakan konten reklame juga tidak kalah penting. Hal tersebut perlu diperhatikan karena akan berdampak bagi masyarakat sekitar yang mana dalam kesehariannya secara langsung melewati dan melihat reklame tersebut. Untuk itu, penempatan papan reklame harus tepat sasaran dan juga harus sesuai dengan lingkungan sekitarnya. Dalam pemilihan lokasi papan reklame terdapat beberapa kriteria yang menurut pengguna dapat membuat lokasi tersebut menjadi lokasi yang strategis untuk penempatan iklan. Kriteria tersebut antara lain adalah kepadatan lalu lintas jalan, jumlah reklame sejenis pada persekitaran jalan tersebut, dan jarak-jarak terdekat

dari tempat umum seperti mall atau apartemen. Setiap pengguna yang akan memasang papan reklame memiliki penilaian prioritas yang berbeda-beda terhadap kriteria [1].

Salah satu faktor dalam penentuan pajak reklame di Kota Bandar Lampung adalah posisi peletakan titik reklame pada kawasan jalan dan nilai jual objek pajak reklame yang ditentukan dengan memperhatikan nilai perolehan atau biaya pembuatan, biaya pemasangan dan pemeliharaan reklame, serta jangka waktu pemasangan dan ukuran reklame. Reklame Kota Bandar Lampung tersebut di kelola oleh pemerintah Kota Bandar Lampung. Pajak reklame merupakan pajak yang dipungut atas penyelenggaraan reklame dimana reklame tersebut dikenakan pajak atas alasan bahwa pajak reklame digunakan sebagai media untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang atau jasa yang dapat dilihat atau didengar dalam suatu tempat tertentu kecuali yang dilakukan pemerintah [6]. Pernyataan di atas dapat dikatakan bahwa reklame merupakan salah satu objek yang dapat dikenakan pajak sehingga total pendapatan asli daerah dapat bertambah. Hal tersebut akan berdampak pada naiknya anggaran daerah yang pada akhirnya akan terciptanya *money follow function*. *Money follow function* merupakan prinsip desentralisasi fiskal yang sudah dipraktekkan secara luas di dunia. Desentralisasi fiskal merupakan pemberian kewenangan kepada daerah untuk menggali sumber-sumber pendapatan, hak untuk menerima *transfer* dari pemerintahan yang lebih tinggi, dan menentukan belanja rutin maupun investasi [7].

Berkaitan dengan keberadaan reklame di kota Bandar Lampung baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah telah mengeluarkan peraturan yang berkaitannya dengan reklame. Peraturan tersebut antara lain yaitu Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang penataan ruang, Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 05 Tahun 2019 tentang tata cara perizinan reklame, Peraturan Walikota Nomor 16 Tahun 2014 tentang kelas jalan peletakan titik reklame dan pemasangan reklame, Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2014 tentang tata cara peletakan reklame dan pemasangan reklame dan Peraturan Walikota Bandar Lampung No 18 Tahun 2014 tentang tata cara pemungutan pajak reklame pada ruas jalan Kota Bandar Lampung. Dengan adanya peraturan di atas tentunya bertujuan

untuk mewujudkan Kota Bandar Lampung sebagai kota tapis berseri yang perlu didukung dengan penciptaan tata letak reklame bertiang luar ruang yang sesuai dengan ketentuan peraturan baik dari nilai ekonomi dan lokasi serta memenuhi nilai-nilai estetika guna mewujudkan keberadaan reklame di Kota Bandar Lampung menjadi tertib, tertata dan tidak membahayakan keselamatan masyarakat.

Pada praktiknya penempatan reklame di suatu kota, seringkali tidak mempertimbangkan rencana tata ruang kota yang sebenarnya telah ditentukan dalam suatu peraturan. Keberadaan reklame dapat ditemukan hampir di setiap sudut jalan kota tanpa memperhatikan aspek keindahan kota sehingga menimbulkan kesan tidak terpelihara dengan baik. Banyak reklame yang berdiri tegak di tempat yang tidak semestinya dan tanpa izin, seperti di ruang terbuka hijau, pohon-pohon, tiang listrik dan tempat lainnya yang didirikan oleh perusahaan advertising yang tidak bertanggung jawab. Penempatan reklame yang tidak sesuai dengan tempat yang telah disediakan dan tanpa izin tentu saja mengganggu hak masyarakat untuk menikmati ruang publik yang bersih, nyaman, dan aman [4].

Salah satu kasus nyata akibat keberadaan reklame yang ramai atau berdiri yaitu dengan tema iklan rokok yang membanjiri di Kota Bandar Lampung yang diberitakan oleh koran Lampung Post. Pada aturannya iklan reklame rokok di jalan utama tidak dibolehkan. Hal tersebut tertuang pada Peraturan Pemerintah RI Nomor 109 Tahun 2012 tentang pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif berupa produk tembakau bagi kesehatan. Pemerintah Kota Bandar Lampung sendiri memiliki aturan mengenai reklame bertema iklan rokok yaitu Perwali Nomor 17 Tahun 2014 tentang tatacara peletakan titik reklame dan pemasangan reklame. Dalam Pasal 3 Ayat 5 Perwali tersebut, khusus reklame rokok tidak diperkenankan di jalan utama. Kemudian Pasal 32 huruf B menyebutkan penyelenggara reklame tidak diperkenankan memasang reklame rokok pada jalan utama/protokol. Namun, dalam penjelasan Perwali tersebut cukup janggal, sebab jalan utama/protokol hanya mencatumkan Jalan Ahmad Yani, Raden Intan, dan RA Kartini. Sementara Jalan Zainal Abidin Pagaralam dan Jalan Teuku Umar, masuk ke dalam kategori jalan kelas I [8].

Pada *outdoor advertising*, lokasi salah satu aspek terpenting yang harus diperhatikan karena akan merupakan mempengaruhi penyampaian informasi

produk yang sedang diiklankan. Pemilihan lokasi pemasangan reklame ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal berkaitan dengan biro iklan selaku pihak penyelenggara pemasangan reklame. Sedangkan pada faktor eksternal, berkaitan dengan konsumen atau masyarakat dan Pemerintah daerah setempat dalam hal ini Pemda DKI Jakarta [9]. Peletakan titik potensi reklame di Bandar Lampung diatur pada Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2014 tentang tata cara peletakan reklame dan pemasangan reklame, yang mana pada pasal 24 Terdapat aturan antar jarak titik reklame bahwa jarak pemasangan antar konstruksi reklame bertiang satu minimal 100 (seratus) meter pada tiap ruas jalan di Kota Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian diatas tersebut maka dilakukanlah penelitian dengan judul “Analisis Sebaran Reklame *Billboard* Terhadap Lokasi Dan Nilai Pajak Reklame Berbasis Sistem Informasi Geografis (Studi Kasus : Bandar Lampung)”. Penelitian ini merupakan salah satu sarana efisien guna mengetahui sebaran reklame *billboard* terhadap aspek pajak dan lokasi di wilayah Kota Bandar Lampung untuk mengevaluasi tatanan lokasi titik reklame *billboard* dan penerimaan pajak dari tiap titik reklame *billboard* di Kota Bandar Lampung.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini :

- a. Mengidentifikasi persebaran Pendapatan Asli Daerah dari pajak reklame berdasarkan jumlah sebaran titik reklame *billboard* di Kota Bandar Lampung.
- b. Menghasilkan informasi lokasi titik reklame *billboard* yang tidak sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2014 pada kelas jalan utama di daerah kota Bandar Lampung.
- c. Menghasilkan informasi potensi titik reklame *billboard* baru pada kelas jalan utama dan pendapatan pajak reklame yang bertambah di daerah kota Bandar Lampung.

### 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup masalah dari penelitian ini :

- a. Wilayah studi penelitian ini adalah wilayah Kota Bandar Lampung
- b. Jenis reklame dalam penelitian ini adalah reklame *billboard*.
- c. Ruang lingkup penelitian pada tujuan di *point* kedua dan ketiga adalah kelas jalan utama di daerah kota Bandar Lampung dengan jenis reklame yang diteliti yaitu reklame *billboard* besar bertiang satu yang terletak pada ruang milik jalan di kelas jalan utama Kota Bandar Lampung.
- d. Peraturan daerah yang menjadi acuan penelitian ini adalah Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 05 Tahun 2019 tentang tata cara perizinan reklame, Peraturan Walikota Nomor 16 Tahun 2014 tentang kelas jalan peletakan titik reklame dan pemasangan reklame, Peraturan Walikota Nomor 17 Tahun 2014 tentang tata cara peletakan reklame dan pemasangan reklame Dan Peraturan Walikota Bandar Lampung No 18 Tahun 2014 tentang tata cara pemungutan pajak reklame pada ruas jalan Kota Bandar Lampung
- e. Perhitungan nilai pajak untuk potensi titik reklame *billboard* bertiang satu menggunakan asumsi dengan variabel ketinggian  $10 \leq 19.99$  meter
- f. Asumsi nilai ukuran reklame *billboard* kecil adalah enam meter, *billboard* ukuran sedang adalah delapan belas meter dan untuk *billboard* ukuran besar adalah dua puluh lima meter.
- g. Pengumpulan data *sampling* titik koordinat lokasi reklame menggunakan GPS handheld.
- h. Pengolahan data koordinat reklame menggunakan perangkat lunak berbasis Sistem Informasi Geografis.

### 1.4 Metodologi

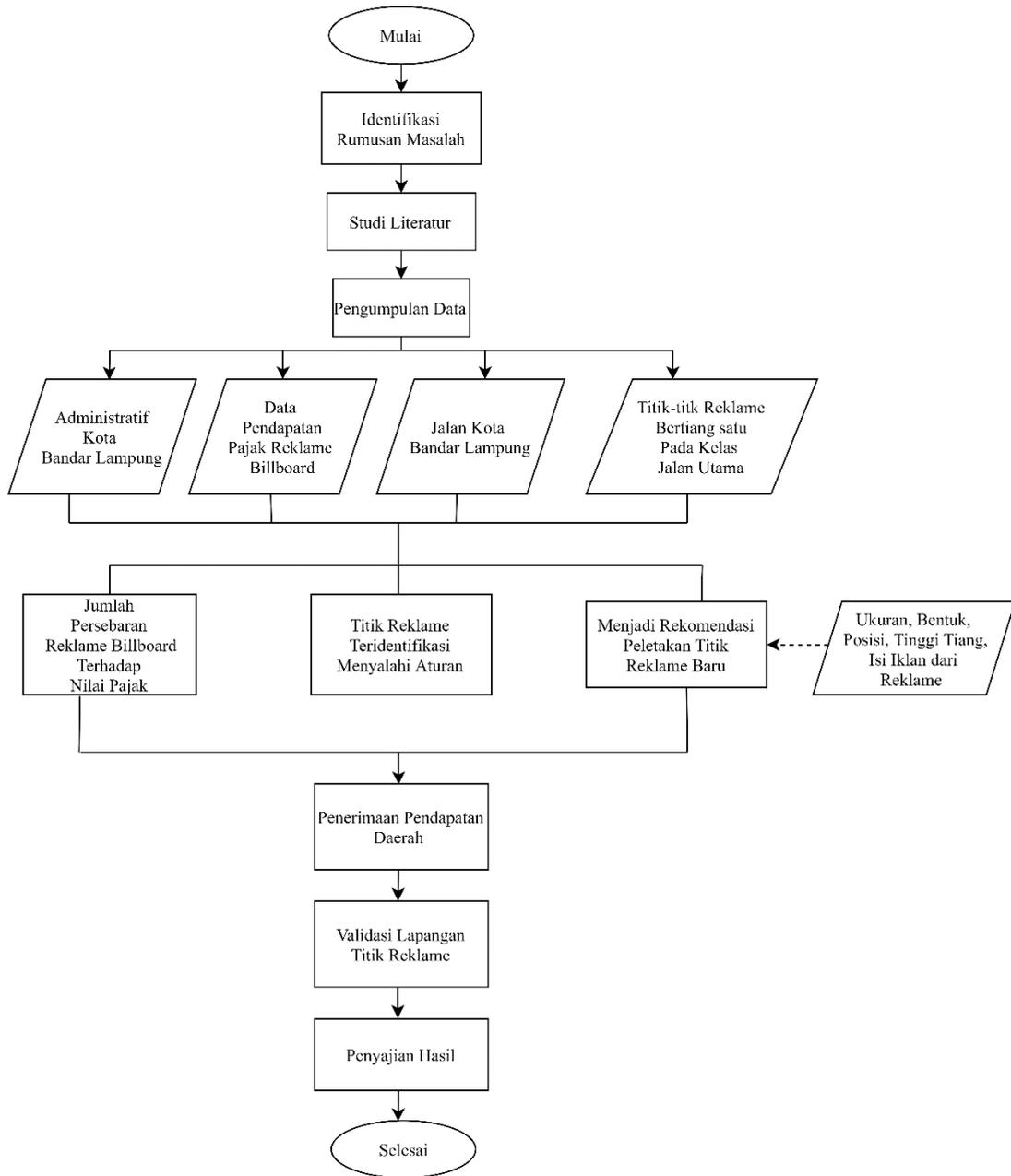
Tahapan dalam penelitian ini diawali dengan melakukan studi literatur yang berkaitan dengan tema pada penelitian tugas akhir ini, yang kemudian dilakukan identifikasi masalah yang ada berdasarkan tema dan ruang lingkup penelitian ini.

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi di wilayah Kota Bandar Lampung mengenai peletakan, perizinan dan pajak reklame *billboard*. Penelitian ini dapat menjadi salah satu sarana efisien guna mengetahui

sebaran reklame *billboard* di Kota Bandar Lampung ,untuk mengevaluasi tatanan lokasi titik reklame *billboard* dan penerimaan pajak dari tiap titik reklame *billboard* di Kota Bandar Lampung.

Pada tahap proses pengumpulan data, data yang diperlukan pada penelitian ini adalah data nilai pajak reklame *billboard*, data lokasi reklame secara sampling di wilayah kota Bandar Lampung serta keseluruhan reklame *billboard* bertiang satu di jalan utama Kota Bandar Lampung dan data peta administrasi serta jalan Kota Bandar Lampung. Pengolahan data dan analisis data untuk menghasilkan informasi mengenai pendapatan asli daerah dari pajak reklame berdasarkan sebaran titik reklame *billboard* di Kota Bandar Lampung dan menghasilkan informasi titik reklame *billboard* yang tidak sesuai dengan peraturan daerah kota Bandar Lampung serta menghasilkan informasi mengenai potensi titik reklame *billboard* bertiang satu. Proses pengolahan data potensi titik reklame *billboard* membutuhkan paramater dari data reklame yaitu fungsi ukuran, bentuk, posisi, tinggi tiang, dan isi reklame. Proses selanjutnya adalah pemvalidasian data persebaran reklame *billboard*.

Tahap akhir dari proses penelitian ini disajikan dalam bentuk laporan tugas akhir. Adapun kerangka berfikir penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir Penelitian

## **1.5 Sistematika Laporan**

Adapun sistematika penulisan dari penelitian dari penelitian tugas akhir ini akan dibagi menjadi lima bab :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab yang berisi mengenai latar belakang, tujuan penelitian yang ingin dicapai, ruang lingkup penelitian, metodologi saat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

### **BAB II TEORI DASAR**

Bab ini merupakan bab yang berisi kumpulan tinjauan pustaka dan yang berkaitan dengan penelitian ini. Teori dasar ini diperoleh dari berbagai studi referensi yang akan dijadikan sebagai bahan pembuatan tugas akhir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini merupakan bab yang menyajikan tahap-tahap penelitian, pengolahan data dari awal hingga akhir dari penelitian yang dilakukan. Proses pengolahan data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bab yang menyajikan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh penelitian tugas akhir dan saran untuk penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik serupa.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Bagian ini berisi semua daftar literatur yang digunakan dalam penelitian dan penyusunan laporan akhir.