

IMPLEMENTASI IZIN REKLAME DENGAN SISTEM *ONLINE* DI KOTA MALANG (STUDI KASUS PEMASANGAN REKLAME DI JALAN SOEKARNO HATTA MALANG)

Rastri Irjayanti Pratiwi Sundani, Abdul Rokhim, Isdiyana Kusuma Ayu

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Jl. Mayjen Haryono No. 193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144, Telp:
(0341) 551932 Fax: (0341) 552249

Email : 22321021137@unisma.ac.id abdulrokhimsda@unisma.ac.id

ABSTRACT

This study aims to describe the billboard licensing procedure under Malang City Regional Regulation Number 2 of 2022 concerning Billboard Administration and to analyze the implementation of the online billboard licensing system through SI-IZOL. The research employs an empirical legal method with a socio-juridical approach, while the data are analyzed using the theory of legal effectiveness. The findings indicate that the Malang City Government has established an online licensing procedure through SI-IZOL to improve efficiency, accessibility, and transparency in billboard licensing services. However, its implementation has not yet been fully effective. The main obstacles include low public compliance, limited human resources, technical system issues, weak field supervision, and the absence of a Mayor Regulation as a technical implementation guideline. Therefore, greater public outreach, improved human resource capacity, enhanced information technology infrastructure, the issuance of implementing regulations, and stronger supervision are necessary to optimize the online billboard licensing system and ensure greater legal certainty in Malang City.

Keywords: Implementation, Billboard Licensing, Online System, SI-IZOL, Malang City.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan prosedur perizinan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame serta menganalisis implementasi perizinan reklame secara online melalui aplikasi SI-IZOL. Penelitian menggunakan metode hukum empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis, sedangkan data dianalisis menggunakan teori efektivitas hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Malang telah mengatur prosedur perizinan reklame secara online melalui SI-IZOL untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan transparansi pelayanan. Namun, implementasinya belum berjalan optimal. Kendala yang dihadapi meliputi rendahnya kepatuhan masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia, gangguan teknis pada sistem, lemahnya pengawasan lapangan, serta belum diterbitkannya Peraturan Wali Kota sebagai pedoman teknis pelaksanaan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan sosialisasi kepada masyarakat, penguatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan infrastruktur teknologi informasi, penerbitan peraturan pelaksanaan, serta pengawasan yang lebih efektif agar penyelenggaraan perizinan reklame secara online di Kota Malang dapat berjalan lebih optimal dan memberikan kepastian hukum.

Kata kunci : Implementasi, Izin Reklame, Online, SI-IZOL, Kota Malang

PENDAHULUAN

Otonomi daerah merupakan hak, wewenang, dan kewajiban yang dimiliki oleh daerah otonom untuk mengatur serta mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.¹ Sistem desentralisasi dalam implementasinya menuntut setiap daerah mampu mengelola potensi sumber daya lokal secara mandiri demi mendorong pembangunan berkelanjutan; termasuk perwujudan kemandirian fiskal sebagai pilar utama tata kelola pemerintahan yang efektif dan efisien.

Kota Malang sebagai episentrum Malang Raya sekaligus pusat perdagangan, jasa, dan Pendidikan di Jawa Timur mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat, dan karenanya, terdapat dorongan peningkatan aktivitas promosi dan periklanan yang cukup kuat; khususnya penggunaan reklame di ruang publik. Reklame didefinisikan sebagai benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial dalam memperkenalkan, menganjurkan, atau menarik perhatian umum terhadap suatu produk maupun jasa.² Reklame hadir tidak hanya sebagai instrument promosi pelaku usaha, tetapi juga sebagai sumber pendapatan daerah yang berkontribusi pada penguatan struktur ekonomi lokal.

Mengingat penyelenggaraan reklame menempati ruang publik dan berpotensi memengaruhi tata ruang serta estetika kota, Pemerintah Kota Malang menetapkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame sebagai kerangka hukum pengendaliannya. Pasal 14 telah secara tegas mengatur kewajiban penyelenggara reklame; di antaranya kewajiban memiliki izin reklame dan memenuhi norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, keselamatan, serta Kesehatan.³ Namun, dalam empat tahun pelaksanaannya, masih banyak ditemukan reklame yang tidak dilengkapi izin atau stempel resmi dari Dinas-PMPTSP, mengindikasikan adanya kesenjangan nyata antara norma hukum dan praktik di lapangan, sekaligus lemahnya mekanisme pengawasan yang berjalan.

Kesenjangan implementasi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana Pasal 14 Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 efektif mencapai tujuan pengaturannya. Guna menjawab permasalahan ini, penelitian difokuskan untuk mengetahui prosedur izin reklame berdasarkan Peraturan Daerah dan implementasi perizinan reklame melalui SI-IZOL di Kota Malang. Penelitian menggunakan teori efektivitas hukum Soekanto yang mengidentifikasi lima

¹ Pasal 1 angka 6 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah

² Pasal 1 ayat (6) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame

³ Pasal 14 huruf (a) dan (d) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022

faktor penentu, yakni (1) faktor hukum itu sendiri; (2) faktor penegak hukum; (3) faktor sarana dan prasarana; (4) faktor masyarakat; dan (5) faktor kebudayaan. Apabila salah satu faktor tidak berjalan sebagaimana mestinya, maka efektivitas hukum tidak dapat terwujud secara optimal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum empiris yang mempelajari hukum sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), yaitu hukum yang diterapkan dan dijalankan dalam kehidupan masyarakat; sehingga seringkali juga disebut sebagai penelitian lapangan (*field research*) yang menekankan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan objek penelitian.⁴ Pada penelitian ini, lokasi penelitian difokuskan pada Dinas Tenaga Kerja yang memiliki kewenangan dalam pelayanan izin reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame, juga pada Kawasan Jalan Soekarno Hatta Kota Malang sebagai fokus utama lokasi observasi lapangan terhadap penyelenggaraan reklame. Melalui penelitian hukum empiris ini, peneliti mengekspektasikan perolehan data secara langsung mengenai (1) praktik pelaksanaan izin reklame, kendala yang dihadapi dalam implementasi kebijakan, serta efektivitas penerapan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 dalam praktik di lapangan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis; yang mengkaji hukum tidak hanya sebagai aturan tertulis (*law in books*), tetapi juga bagaimana hukum diterapkan dalam kehidupan masyarakat (*law in action*). Melalui pendekatan ini, penulis melihat hubungan antara ketentuan hukum dengan kenyataan yang terjadi dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Malang.⁵ Penulis juga menganalisis hasil prosedur berdasarkan kondisi nyata di lapangan; termasuk perilaku masyarakat, aparat pelaksana, serta mekanisme pelayanan izin reklame berbasis online melalui sistem I-ZOL.⁶

Data kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait praktik dan prosedur pelaksanaan izin reklame dengan sistem online di kota malang, yang dibagi menjadi (1) data primer berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pihak terkait: Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Dinasker-PMPTSP) serta instansi atau pihak lain yang memiliki peran dalam memberikan perizinan; dan (2) data sekunder yang

⁴ S. H. Suyanto, *Metode Penelitian Hukum: Pengantar Penelitian Normatif, Empiris, dan Gabungan*, Unigres Press, 2023, hlm. 82.

⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1986), hlm.10

⁶ Adhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode Penelitian Kualitatif*, Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019, hlm. 47.

utamanya berasal dari Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame, serta sumber hukum dan literatur pendukung lain yang dapat memberikan landasan teoritis serta konseptual. Melalui teknik analisis deskriptif kualitatif, peneliti menganalisis data berdasarkan teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto; untuk menggambarkan praktik pelaksanaan izin reklame di Kota Malang, mengidentifikasi kendala yang terjadi di lapangan, serta menilai efektivitas pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022. Selain itu, prosedur pelaksanaan izin reklame juga dianalisis menggunakan parameter interpretasi deskriptif sebagai indikator pendukung; untuk menggambarkan tingkat ketercapaian pelaksanaan kebijakan berdasarkan data lapangan sehingga dapat dikategorikan ke dalam tingkat efektivitas tertentu.⁷

PEMBAHASAN

A. Prosedur Permohonan Izin Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022

Perizinan reklame di Kota Malang dilaksanakan oleh Dinas Tenaga Kerja, Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Disnaker-PMPTSP) sebagai instansi pelaksana otonomi daerah yang berwenang memberikan perizinan secara terpadu satu pintu.⁸ Secara normatif, Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame telah mengatur secara jelas dasar kewajiban izin reklame, tepatnya pada Pasal 14 yang menegaskan bahwa setiap penyelenggara reklame harus memiliki izin, memenuhi syarat teknis, serta mematuhi norma yang telah ditentukan. Izin reklame ini tidak hanya bekerja sebagai syarat administratif, namun juga sebagai instrument pengendalian dan pengawasan pemerintah daerah terhadap pemanfaatan ruang publik.⁹

Proses permohonan izin dilakukan secara *online* melalui sistem SI-IZOL (Sistem Izin *Online*) dengan alur sebagai berikut: (1) pemohon menentukan jenis izin dari 42 jenis yang tersedia; (2) memilih jenis layanan: perizinan baru, perpanjangan, atau perubahan; (3) menentukan jenis permohonan: badan usaha atau perseorangan; (4) mengunggah dokumen persyaratan administratif: KTP, alas hak lahan, bukti sewa, PBG/IMB reklame, bukti pembayaran pajak, desain reklame, gambar konstruksi, bukti asuransi konstruksi, dan surat pernyataan bermaterai; dan (5) mengisi formulir permohonan lanjutan sesuai kebutuhan. Melalui proses administrasi tersebut, tim verifikasi bidang perizinan pekerjaan umum Dinasker-PMPTSP memproses permohonan dalam

⁷ Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm.103

⁸ Sekilas DinaskerPMPTSP, <https://disnakerpmptsp.malangkota.go.id/>, Diakses pada tanggal 28 Januari 2026

⁹ Febriani, A., & Sudiana, D. "*Penegakan Peraturan Daerah Dalam Penyelenggaraan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat*" (Jakarta : Institut Pemerintahan Dalam Negeri, 2025).

jangka waktu 14 hari kerja untuk akhirnya menerbitkan Surat Keputusan (SK) izin yang berlaku selama 1 tahun.¹⁰ apabila terjadi pelanggaran di lapangan, Satpol PP dapat melakukan tindakan berupa teguran hingga pencabutan izin sesuai prosedur yang berlaku.¹¹

Kendati begitu, hasil pengumpulan data di lapangan menunjukkan kurangnya optimalisasi pelaksanaan prosedur. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak R selaku Kepala Bidang Perizinan Dinasker-PMPTSP yang menegaskan bahwa *“kebijakan telah dijalankan, tetapi belum efektif dalam implementasinya,”* dengan beberapa kendala berupa (1) masih adanya reklame tanpa izin dalam jumlah masif; (2) ketidaksesuaian antara izin dan realisasi di lapangan; (3) belum adanya Peraturan Wali Kota sebagai bentuk petunjuk teknis turunan yang lebih rinci. Ketidadaan aturan teknis lanjutan ini juga berpotensi menimbulkan perbedaan tafsir dan inkonsistensi dalam penerapan kebijakan.¹²

B. Analisis Efektivitas Pelaksanaan Izin Reklame Berdasarkan Teori Efektivitas Hukum Soerjono Soekanto

Analisis efektivitas didasarkan pada lima faktor teori hukum yang berupa (1) faktor hukum; (2) penegak hukum; (3) sarana dan prasarana; (4) masyarakat; dan (5) kebudayaan hukum. Hasil penilaian berbasis indikator menempatkan tingkat efektivitas pada persentase 45%-55%, yang dikategorikan sebagai “Cukup Efektif” berdasarkan parameter efektivitas yang terjabarkan pada tabel di bawah.¹³

Tabel 1. Parameter Efektivitas Pelaksanaan

Persentase Kepatuhan/ Pelaksanaan	Kategori
81% - 100%	Sangat Efektif
61% - 80%	Efektif
41% - 60%	Cukup Efektif
21% - 40%	Kurang Efektif
0% - 20%	Tidak Efektif

Sumber : Diadaptasi dari Mahmudi (2010), Diolah Secara Pribadi Oleh Penulis (2026)

1. Faktor Hukum

Berdasarkan faktor substansi hukum, Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 secara normatif telah memadai; di mana regulasi telah mencakup prosedur

¹⁰ <https://izol.malangkota.go.id/>, Diakses pada tanggal 13 Maret 2026

¹¹ Hasil wawancara dengan Satpam POLINEMA, A, 11 Maret 2026

¹² Hasil wawancara dengan Bapak R selaku Kabid, pada tanggal 13 Maret 2026

¹³ Mahmudi (2010), Manajemen Kinerja Sektor Publik, (UPP STIM YKPN), 2010, hlm.84

perizinan, persyaratan administratif, mekanisme pengawasan, dan sanksi bagi pelanggar.¹⁴ Namun, kelemahan mendasar terdapat pada belum adanya ketersediaan aturan pelaksana teknis dalam bentuk Peraturan Wali Kota, sehingga berdampak pada kurangnya kinerja aparatur dalam pelaksanaan pengawasan secara konsisten.

2. Faktor Penegak Hukum

Pelaksanaan penegakan hukum melibatkan tiga instansi yang terintegrasi: (1) Dinasker-PMPTSP sebagai pemberi izin; (2) Dinas UPR sebagai penilai konstruksi; dan (3) Satpol PP sebagai pelaksana pengawasan dan penindakan di lapangan. Koordinasi dilakukan melalui data yang telah terkumpul pada SI-IZOL yang telah terverifikasi. Namun, pola penertiban yang diterapkan masih cenderung reaktif, yakni menunggu laporan atau pengaduan masyarakat sebelum menindaklanjuti penertiban. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara bersama Pak Rigi selaku tukang parkir di Kawasan Soekarno Hatta, yang menyatakan *“penertiban reklame baru dilakukan setelah terdapat laporan atau pengaduan dari masyarakat.”* Hal ini juga disebabkan oleh terbatasnya sumber daya manusia yang berperan dalam bidang pengawasan tersebut.

3. Faktor Sarana dan Prasarana

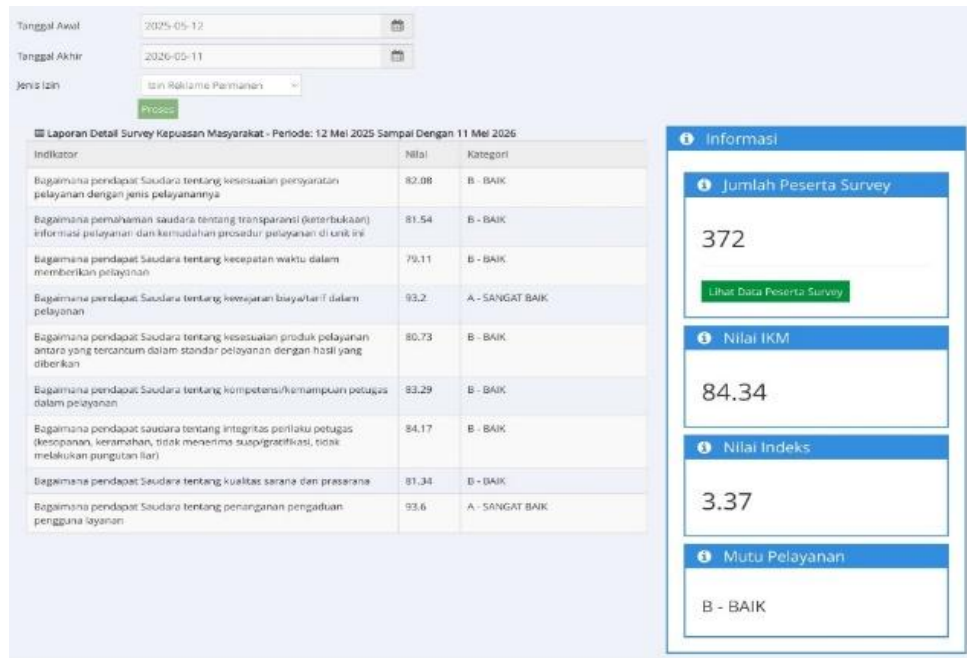
Pelaksanaan sistem perizinan berbasis *online* melalui SI-IZOL telah menjadi wujud nyata digitalisasi pelayanan publik; di mana pemohon dapat mengajukan izin tanpa harus datang langsung ke kantor pelayanan sehingga dapat mengefisiensi waktu dan kemudahan akses.¹⁵ Hasil survey kepuasan masyarakat (SKM) periode Januari-Desember 2025 dari DPMPTSP Kota Malang mencatat adanya nilai IKM sebesar **84,34** dengan kategori mutu layanan **“B (Baik)”** berdasarkan 372 responden yang ada; dengan indikator tertinggi pada penanganan pengaduan (93,60) dan kewajaran biaya (93,20). Kendati begitu, sarana yang ada belum didukung secara optimal oleh ketersediaan sumber daya manusia yang memadai, serta masih terdapat kebutuhan konsultasi *offline* bagi pemohon yang kesulitan menggunakan sistem digital.¹⁶

¹⁴ Sartika, D. pengawasan Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 Tesis (Riau: Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2025)

¹⁵ Utami, P. (2023). ‘Transformasi administrasi publik: Inovasi dan adaptasi menuju efisiensi dan pelayanan publik berkualitas’. *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik*, 6(2), hal.7.

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak R Kabid Disnaker, 13 Maret 2026

Gambar 1. Laporan Detail Survei Kepuasan Masyarakat Pelayanan Izin Reklame Permanen Periode 1 Januari 2025-31 Desember 2025



Sumber: DPMPPTSP Kota Malang, 2025

4. Faktor Masyarakat

Tingkat kepatuhan dan kesadaran hukum masyarakat terhadap ketentuan izin reklame masih tergolong rendah. Berdasarkan data yang diperoleh dari Disnaker-PMPTSP Kota Malang, terdapat 48 kasus pelanggaran reklame tanpa izin di Kawasan Soekarno Hatta sepanjang tahun 2024; di mana seluruhnya melanggar Pasal 30 *jo.* Pasal 25 Ayat (1) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022. Sebagian besar perkara diputus secara *verstek* (pelanggar tidak hadir), mencerminkan rendahnya kesadaran hukum masyarakat.¹⁷ Hasil wawancara dengan warga F mengungkapkan bahwa *“tidak semua reklame yang terpasang memiliki keterangan izin yang jelas dan mudah dikenali.”* Sementara M selaku mahasiswa UMM menyatakan bahwa masyarakat sekitar cenderung tidak paham mengenai aturan tersebut. Hal ini berarti sosialisasi yang dilakukan oleh Satpol PP dengan mengundang pelaku usaha bersama narasumber dari DPMPPTSP belum cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat.¹⁸

5. Faktor Kebudayaan Hukum

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak R Kabid Disnaker, 13 Maret 2026

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak AF Koordinator Lapangan Regu/Wilayah Lowokwaru, 20 Mei 2026

Berdasarkan faktor kebudayaan hukum, nilai kesadaran dan kepatuhan aturan reklame di kalangan masyarakat maupun pelaku usaha masih belum sepenuhnya dipahami. Selain itu, penertiban yang cenderung menunggu laporan daripada bersifat preventif menunjukkan belum adanya *legal culture* yang kuat. Pernyataan A selaku petugas keamanan Polinema, “*penegakan aturan masih kurang tegas dan belum dilakukan secara rutin.*” memperkuat temuan ini.¹⁹ Adanya kondisi musim politik juga memperburuk keadaan, di mana pemasangan atribut kampanye dalam jumlah berlebihan kerap kali tidak terkendali dan mengganggu kenyamanan ruang publik.

C. Implementasi SI-IZOL dalam Pelayanan Izin Reklame di Kota Malang

1. Gambaran Umum dan Dasar Kebijakan

SI-IZOL menjadi salah satu instrumen implementasi kebijakan reklame yang seluruh tahapan perizinannya mengacu pada ketentuan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 serta sejalan dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik. Bapak R memberikan keterangan, “*SI-IZOL adalah instrument untuk menerapkan ketentuan dalam Perda Nomor 2 Tahun 2022 ke dalam bentuk implementasi layanan perizinan.*”

2. Kelebihan Implementasi SI-IZOL

Penerapan SI-IZOL memberikan sejumlah kelebihan signifikan dalam pelayanan publik, antara lain: (1) Mampu meningkatkan aksesibilitas layanan karena pemohon dapat mengajukan izin kapan saja dan dari mana saja; (2) Mampu mempercepat proses administrasi perizinan melalui fitur pelacakan status permohonan dan notifikasi perkembangan izin secara *real-time*; (3) Transparansi pelayanan yang lebih baik melalui fitur *real-time*; (4) Mampu membantu Satpol PP sebagai pengawas dalam mengidentifikasi status reklame sebelum melakukan penertiban.

3. Kendala Implementasi SI-IZOL

Walau SI-IZOL telah memberikan dampak yang cukup signifikan kaitannya dengan implementasi kebijakan reklame, terdapat beberapa kendala yang perlu menjadi catatan. Kendala tersebut antara lain: (1) Masih kerap terjadi gangguan *website* yang menghambat

¹⁹ Hasil wawancara dengan satpam polinema, A, 11 Maret 2026

pengawasan; (2) Sistem hanya terbatas pada *platform* android sehingga pengguna iOS belum dapat mengakses aplikasinya; (3) Terdapat kelompok masyarakat (khususnya usia lanjut) yang mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi digital; (4) Sosialisasi yang belum optimal di kalangan masyarakat sehingga pemohon lebih memilih pelayanan secara *offline* karena lebih mudah berkomunikasi langsung dengan petugas.

4. Kesiapan Sumber Daya Manusia

Aspek SDM menjadi salah satu faktor krusial yang memengaruhi efektivitas SI-IZOL; salah satunya adalah adanya keterbatasan jumlah aparatur yang menyebabkan proses verifikasi administrasi berjalan cukup lambat dan pengawasan lapangan tidak dapat dilakukan secara menyeluruh. Kondisi ini diperburuk dengan belum meratanya kemampuan teknis petugas dalam mengoperasikan sistem digital.²⁰

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Prosedur permohonan izin reklame di Kota Malang telah diatur secara normatif dalam Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame. Proses perizinan dilakukan secara *online* melalui sistem SI-IZOL dengan tahapan pengajuan permohonan, pemilihan jenis layanan, pengunggahan dokumen persyaratan, verifikasi administrasi, penilaian teknis, hingga penerbitan izin oleh instansi terkait. Keberadaan prosedur tersebut menunjukkan bahwa pemerintah telah menyediakan mekanisme perizinan yang jelas sebagai instrumen pengendalian dan pengawasan penyelenggaraan reklame. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan berbagai kendala, seperti adanya reklame tanpa izin, ketidaksesuaian antara izin dan kondisi di lapangan, lemahnya pengawasan, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum adanya Peraturan Wali Kota sebagai pedoman teknis pelaksanaan, sehingga efektivitas prosedur perizinan belum berjalan secara optimal.
2. Implementasi perizinan reklame melalui SI-IZOL pada dasarnya telah berjalan sebagai bentuk digitalisasi pelayanan publik yang memberikan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan transparansi dalam proses pengajuan izin reklame. Sistem ini memungkinkan masyarakat mengajukan permohonan secara elektronik tanpa harus datang langsung ke kantor pelayanan serta mendukung modernisasi tata kelola perizinan di Kota Malang. Meskipun demikian, pelaksanaannya belum sepenuhnya efektif karena masih terdapat kendala berupa rendahnya

²⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak AF Koordinator Lapangan Regu/Wilayah Lowokwaru, 20 Mei 2026

pemahaman masyarakat terhadap penggunaan sistem *online*, masih adanya pemohon yang memilih pelayanan secara *offline*, keterbatasan sumber daya manusia, kendala teknis dalam verifikasi administrasi, serta belum optimalnya pengawasan terhadap reklame di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan sosialisasi, penguatan kapasitas sumber daya manusia, penyempurnaan sistem digital, dan pengawasan yang lebih optimal agar implementasi SI-IZOL dapat mendukung penyelenggaraan reklame yang tertib, efektif, dan sesuai dengan ketentuan peraturan daerah.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas pelaksanaan izin reklame di Kota Malang, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Kota Malang

Pemerintah Kota Malang diharapkan segera menyusun dan menetapkan peraturan teknis turunan berupa Peraturan Wali Kota Malang sebagai pedoman pelaksanaan yang lebih rinci dari Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame. Selain itu, perlu dilakukan penguatan pengawasan dan penegakan hukum secara lebih tegas dan konsisten, khususnya melalui peningkatan koordinasi antar instansi terkait serta penerapan sistem pengawasan yang bersifat preventif, bukan hanya reaktif.

2. Bagi Masyarakat dan Pelaku Usaha

Masyarakat dan pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, khususnya dalam hal perizinan reklame. Setiap pemasangan reklame seharusnya dilakukan sesuai prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan, serta memperhatikan aspek estetika, keamanan, dan ketertiban umum.

3. Bagi Aparat Penegak Hukum (Satpol PP)

Satuan Polisi Pamong Praja diharapkan dapat meningkatkan intensitas pengawasan dan penertiban reklame secara rutin dan berkelanjutan. Penegakan hukum perlu dilakukan secara tegas dan tidak hanya menunggu laporan masyarakat, sehingga dapat menciptakan ketertiban dalam penyelenggaraan reklame.

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan

Pasal 1 Angka 6 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah

Pasal 1 Ayat (6) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Pasal 14 Huruf (a) dan (d) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Buku

Mahmudi. (2010), *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. UPP STIM YKPN

Moleong, L.J. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Kusumastuti, A.; Khoiron, AM. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.

Suyanto, SH. (2023). *Metode Penelitian Hukum: Pengantar Penelitian Normatif, Empiris, dan Gabungan*. Unigres Press.

Jurnal

Febriani,A., & Sudiana, D. (2025). *Penegakan Peraturan Daerah Dalam Penyelenggaraan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat*. Jakarta: Institut Pemerintahan Dalam Negeri.

Sartika, D. (2025). Pengawasan Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 (Tesis). Riau: Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Utami, P. (2023). Transformasi administrasi publik: Inovasi dan adaptasi menuju efisiensi dan pelayanan publik berkualitas. *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik*, 6(2), hal.7.

Internet

<https://izol.malangkota.go.id/>, Diakses pada tanggal 13 Maret 2026

Sekilas DinaskerPMPTSP, <https://disnakerpmptsp.malangkota.go.id/>, Diakses pada tanggal 28 Januari 2026

Hasil Wawancara

Hasil Wawancara dengan Bapak AF Koordinator Lapangan Regu/Wilayah Lowokwaru, 20 Mei 2026

Hasil wawancara dengan Bapak R selaku Kabid, pada tanggal 13 Maret 2026

Hasil wawancara dengan Satpam POLINEMA, A, 11 Maret 2026