



## STRATEGI PENGAWASAN FRAUD DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA YOGYAKARTA

### *STRATEGY FOR MONITORING FRAUD OF ADVERTISEMENT IN YOGYAKARTA CITY*

Putri Fatimah<sup>1</sup>, Argo Pambudi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

<sup>2</sup>Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta

#### INFORMASI ARTIKEL

Article history:  
Diterima 21-01-24  
Diperbaiki 23-01-24  
Disetujui 25-01-24  
Kata Kunci:  
Reklame, Fraud, Pengawasan

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta yang terdapat permasalahan krusial yaitu adanya fraud atau pelanggaran reklame liar dalam izin, pajak maupun pemasangan reklame. Desain penelitian menggunakan deskripsi kualitatif. Subjek penelitian adalah DPMPSTP, BPKAD dan Satpol PP Kota Yogyakarta. Peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian dengan alat pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber. Serta analisis data penelitian dilakukan dengan 4 tahap meliputi: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2.431 kasus fraud dalam izin dan pajak reklame pada tahun 2022. Adapun dari total 2.431 reklame yang ditindak, diantaranya adalah sebanyak 129 reklame diberikan surat peringatan, 6 reklame dilakukan pembongkaran, sebanyak 5 reklame dilakukan penghentian fungsi, sebanyak 2.168 merupakan reklame incidental berupa round tag, dan sebanyak 123 reklame telah dilakukan yustisi atau penindakan secara hukum. Dalam hal ini strategi pengawasan yang dilakukan oleh DPMPSTP, BPKAD dan Satpol PP Kota Yogyakarta telah dilaksanakan sesuai dengan standar pengawasan, penilaian serta tindakan perbaikan atau evaluasi.

#### ABSTRACT

Keywords:  
Advertisement, Fraud,  
Monitoring

This research aims to explain the implementation of advertising in the city of Yogyakarta where there are crucial problems, namely the existence of fraud or violations of illegal advertising in permits, taxes and installation of advertisements. The research design uses qualitative descriptions. The research subjects were DPMPSTP, BPKAD and Yogyakarta City Satpol PP. The research results showed that there were 2,431 cases of fraud in advertising permits and taxes in 2022. Of the total 2,431 billboards that were prosecuted, 129 billboards were given warning letters, 6 billboards were demolished, as many as 5 billboards had their functions terminated, as many as 2,168 were incidental billboards in the form of round tags, and as many as 123 billboards had been judicially or legally prosecuted. In this case, the supervision strategy carried out

by DPMPTSP, BPKAD and Yogyakarta City Satpol PP has been implemented in accordance with the standards of supervision, assessment and corrective action or evaluation.

## 1. Pendahuluan

Reklame merupakan sebuah media atau alat yang bertujuan untuk menganjurkan, mempromosikan atau memujikan suatu bentuk barang maupun jasa, serta orang dan badan usaha untuk menarik perhatian dari masyarakat umum pada satu tempat yang dapat diperlihatkan maupun dibaca. Reklame ini menjadi aspek penting bagi perusahaan dalam kegiatan pemasaran maupun promosi terkait produk dan jasa yang dihasilkan. Reklame yang dikembangkan sudah menjadi sebuah sistem komunikasi bagi produsen dan konsumen. Umumnya, reklame yang dipasang menggunakan ilustrasi menarik dan dengan ukuran yang besar supaya dapat mudah terlihat dan dibaca oleh publik maupun target audience. Pendirian reklame juga didasarkan pada wilayah yang sering dilewati oleh masyarakat, biasanya ditempatkan di sepanjang jalan raya yang padat kendaraan. Disebutkan dalam Ria (2018) terdapat kategori jenis dari objek reklame yang telah beragam, meliputi reklame papan, billboard, videotron, large electronic display (LED), megatron, reklame selebaran, stiker, kain, reklame udara, reklame berjalan, reklame suara, reklame peragaan serta reklame film.

Reklame yang menjadi bagian dari papan penyedia informasi memiliki potensi yang besar dalam penerimaan pajak reklame di Provinsi DIY. Menurut Sri Yolla (2019) reklame berpotensi menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah dilihat dari besaran pendapatan atau retribusinya. Menurut Nurhadi (2012) potensi reklame di Kota Yogyakarta meliputi sebanyak 80 persen reklame digunakan untuk kepentingan komersial, sedangkan sisanya reklame untuk kepentingan non komersial meliputi politik dan sebagainya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Bappeda DIY menyebutkan bahwa kontribusi pajak reklame atas Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada tahun 2016 adalah sebanyak Rp 16,58 Milyar dari total PAD sebesar Rp 1,67 Triliun di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 2017 terjadi peningkatan kontribusi pajak reklame yaitu sebesar Rp 20,03 Milyar dari total PAD sebesar Rp 1,85 Triliun di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan bahwa pajak reklame merupakan salah satu penyumbang besar dalam pembangunan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Maka dari itu perlunya peran pemerintah dalam memanfaatkan potensi tersebut agar dapat diambil manfaat secara maksimal dan tepat guna.

Tabel 1. Kontribusi Pajak Reklame atas Pendapatan Asli Daerah (PAD) Tahun 2016

Sub Elemen	Tahun				
	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Pajak Reklame</b>	<b>17.839,83</b>	<b>21.262,25</b>	<b>20.953,12</b>	<b>138.616,45 *</b>	
Kabupaten Kulon Progo	-	-	-	587,17 *	
Kabupaten Bantul	-	-	-	3.543,29 *	
Kabupaten Gunungkidul	-	-	-	1.251,32 *	
Kabupaten Sleman	-	-	-	127.486,12 *	
Kota Yogyakarta	-	-	-	5.748,55 *	

Sumber: bappeda.jogjaprovo.go.id

Dari tabel tersebut dapat dianalisis bahwa besaran pajak reklame di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan angka yang besar, ditunjukkan pada Kabupaten Sleman menempati posisi pertama yaitu sebesar 127 miliar diikuti Kota Yogyakarta terbanyak kedua perolehan pajak reklame sebesar 5,74 miliar di tahun 2023. Hal tersebut menunjukkan terjadi lonjakan besar perolehan pajak reklame pada tahun 2023 mencapai 138 miliar di seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta. Dapat dilihat besarnya potensi yang diperoleh dari pajak reklame tersebut sehingga pemerintah kota atau kabupaten berkewajiban untuk mengelola penyelenggaraan reklame dengan baik agar dapat mencapai target dan tidak ada pihak yang melakukan fraud dan pelanggaran reklame di Yogyakarta.

Reklame menjadi salah satu aspek yang menyangkut kepentingan publik karena dalam penyelenggaraannya, reklame merupakan sebuah hasil dari upaya pemerintah daerah dalam menggali, mengatur dan memobilisasi sumber-sumber pembiayaan pembangunan daerah yang diperoleh dari masyarakat maupun badan usaha (Ria et al., 2018). Reklame ini berperan penting untuk memenuhi kepentingan umum masyarakat, maka dari itu dalam pelaksanaan maupun pengelolannya harus dipegang oleh negara ataupun daerah supaya dapat memberikan nilai tambah bagi perekonomian di daerah secara nyata. Dalam penyelenggaraan reklame, masing-masing daerah mempunyai peraturan yang berbeda, salah satunya di Kota Yogyakarta yang berdasarkan pada Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2022 dan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 32 Tahun 2023. Dalam beberapa peraturan tersebut berisi beberapa hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan reklame seperti upaya pengendalian reklame agar dalam penyelenggaraannya dapat berjalan dengan seimbang, selaras dengan pembangunan lingkungan, jenis-jenis reklame yang diperbolehkan, aturan-aturan pemasangan reklame, larangan dalam pemasangan reklame, lokasi penempatan reklame, perizinan reklame, persyaratan administrasi, masa berlakunya reklame, hak dan kewajiban serta tata cara pemberian sanksi administratif bagi pelaku yang melanggar aturan penyelenggaraan reklame.

Banyaknya minat pada reklame membuat beberapa oknum ingin mendapat kemudahan dalam mendirikan reklame walaupun dengan cara curang dan melanggar hukum. Salah satunya dengan cara melanggar aturan penyelenggaraan reklame atau dengan praktik curang tanpa melalui perizinan dan abai bayar pajak. Berdasarkan data dari DPRD DIY pada bulan Maret 2022 menyebutkan bahwa terdapat 1.500 lebih reklame ilegal dan tanpa izin yang berada di sepanjang jalan Provinsi DIY. Menurut Arif Setiadi selaku Komite C DPRD DIY menyatakan bahwa pemerintah daerah berpotensi mengalami kerugian pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berdasarkan data dari Forum Pemantauan Independen (Forpi) Kota Yogyakarta menyatakan bahwa potensi kerugian PAD kota Yogyakarta dari reklame yang tidak taat pajak pada tahun 2018 adalah sebesar Rp 953,2 juta dari 13 titik sampel reklame. Dari data yang sama juga menyatakan bahwa dari 271 papan reklame hanya terdapat 51 reklame yang memiliki izin dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP).

Banyaknya kasus kecurangan reklame menjadi permasalahan pemerintah daerah yang perlu diatasi dengan tepat, karena kondisi tersebut menjadi kendala

dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta dan dapat mengganggu kenyamanan masyarakat. Seperti banyak reklame yang terpasang di fasilitas umum diantaranya trotoar maupun taman. Bahkan terdapat di pohon, lampu penerangan jalan, tiang listrik, dsb. Dalam pendirian reklame itu perlu didasarkan pada penempatan lokasi yang strategis. Didasarkan pada Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Reklame, dalam pasal 5 menyebutkan bahwa terdapat syarat dalam penempatan reklame yang strategis, meliputi: a. pendirian di sebidang tanah milik badan usaha maupun individu di bagian halaman, di atas bangunan atau dalam bangunan, serta menempel di bangunan gedung depan ataupun samping. b. pendirian reklame di sebidang tanah milik pemerintah atau berupa fasilitas untuk publik, diantaranya adalah tiang penerangan jalan umum, jembatan penyeberangan, halte bus, gapura, terminal, pasar, taman, tempat khusus parkir, pos polisi, tugu jam, penunjuk arah kota serta di instansi pemerintahan. Terdapat area yang dilarang untuk pendirian reklame, diantaranya ada di jalur trotoar, jalur median jalan/devider, taman kota, taman jalur hijau (kecuali reklame insidental), pergola, sekolah (kecuali reklame insidental), pada pohon, rambu lalu lintas, tiang listrik maupun tiang telepon. Pendirian reklame yang tidak sesuai dengan standar peraturan yang berlaku maka akan berakibat pada keindahan dan estetika tata ruang kota apalagi jika dilakukan secara tidak beraturan maupun berlebihan. Selain itu juga dapat menghalangi pandangan pengguna jalan serta mengganggu kenyamanan berkendara. Jika pendirian reklame dilakukan di tempat terlarang tersebut, maka termasuk ke dalam jenis pelanggaran reklame. Pelanggaran-pelanggaran tersebut menjadi tugas bagi Pemerintah Kota Yogyakarta, untuk menangani dan mengawasi penertiban atas penyelenggaraan reklame.

Sebelum dilakukan pendirian reklame, badan usaha atau pemilik reklame harus melalui prosedur pemasangan reklame dan mendapatkan izin dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta agar dalam pendirian reklame tersebut tidak menyalahi aturan yang berlaku. Dalam hal ini memang pihak pemberi layanan sekaligus penanggung jawab atas mekanisme perizinan adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta. Dengan adanya kemudahan dalam memperoleh perizinan, masyarakat dapat cepat mendirikan usaha, bangunan serta reklame. Dengan mekanisme perizinan yang ada, pemerintah dapat mengarahkan, melaksanakan serta mengontrol segala program. Jika dalam penyelenggaraan suatu program yang berkaitan dengan hukum tidak melalui proses perizinan maka pihak tersebut mendapatkan sanksi atau sampai dengan tindak pidana. Terkait dengan pengawasan dan penegakan hukum pada pelanggaran pendirian reklame merupakan tugas dan tanggung jawab dari Satuan Polisi Pramong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta yang dikoordinasikan dengan instansi lain yang berwenang dalam hal proses perizinannya, pelanggaran reklame yang abai bayar pajak, maupun pelanggaran lokasi pendirian reklame.

Strategi pengawasan yang dilakukan ini biasanya ditujukan pada bidang intern maupun bidang ekstern dalam suatu perusahaan pemerintah atau juga swasta. Pengawasan bidang internal dalam instansi pemerintahan adalah suatu pengawasan yang dilaksanakan oleh aparat pengawas yang dibentuk dari lembaga pemerintahan

itu sendiri. Dalam artian, pengawasan secara internal yang menjadi tanggung jawab aparat pengawasan dibentuk dari instansi khusus pengawas, yang berasal dari lembaga eksekutif atau pemerintah (Winardi, 1990 dalam Amalia, 2015:31). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik menyatakan bahwa terkait pengawasan dalam pelayanan masyarakat secara umum, dalam penyelenggaraan pengawasan dilaksanakan oleh pengawas internal dan pengawas eksternal.

Data dari Satuan Polisi Pramong Praja Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa pada tahun 2017 terdapat banyak kasus kecurangan reklame yang berada di jalan provinsi sekitar 1.007 reklame serta di jalan nasional juga mencakup 1000 lebih kecurangan reklame. Dari Satpol PP DIY terus melakukan penindakan, namun karena jumlahnya yang banyak akan sulit menanganinya. Satuan Polisi Pramong Praja telah melakukan pembinaan kepada 101 oknum pengusaha reklame yang telah melakukan kecurangan dan sebanyak 87 pemilik reklame tersebut telah secara sukarela memundurkan reklamennya. Selanjutnya jika tidak ada Tindakan dari pemilik reklame, Satuan Polisi Pramong Praja dapat memberikan surat peringatan sampai sebanyak 3 kali, lalu setelah itu dapat dilakukan pembongkaran paksa papan reklame. Didasarkan pada Peraturan Daerah Provinsi DIY Nomor 2 Tahun 2017 menyebutkan bahwa bagi oknum yang terbukti telah melakukan Tindakan kecurangan dapat dikenakan sanksi berupa hukuman penjara 3 bulan atau sebanyak denda Rp 50 juta. Maka dari itu, dalam rangka memperbaiki penanganan reklame ilegal, Satuan Polisi Pramong Praja (Satpol PP) DIY dapat lebih tegas menindaklanjuti terkait sanksi pidana yang diberikan kepada pelanggar reklame.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi lebih lanjut terkait kasus kecurangan reklame yang dilakukan oleh oknum pengusaha reklame di Kota Yogyakarta agar permasalahan masyarakat dapat diselesaikan. Untuk itu, peneliti berusaha menganalisis penanganan reklame dalam kaitan perizinan, pemungutan pajak, serta pengawasan untuk mengetahui penyebab kecurangan reklame tersebut dan strategi yang tepat dalam mengatasinya.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa hasil lisan atau kata-kata tertulis dari pihak atau orang-orang serta perilaku yang dapat diamati. Dengan menggunakan metode tersebut, peneliti memperoleh gambaran dan informasi mengenai kecurangan reklame yang terjadi dan bagaimana penanganannya dari instansi terkait. Penelitian ini dilakukan di beberapa instansi diantaranya Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta dan Satuan Polisi Pramong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta. . Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Mei 2023 sampai dengan September 2023. Adapun nama dari informan penelitian ini adalah 1. Bapak Yudho Bangun Pamungkas, S.H. selaku Kepala Seksi Pengendalian Operasional Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta, 2. Ibu Tika Astri Andarsari selaku Verifikator Reklame Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota

Yogyakarta. 3. Bapak Tri Yuli selaku Staff Bidang Pajak Daerah dan Anggota Tim Gabungan Pengawas Reklame Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini, peneliti sebagai instrumen utama. Peneliti menentukan fokus penelitian, memilih informan yang dapat dijadikan sumber data utama, melakukan pengumpulan data, penilaian data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan akhir dari penelitian (Lexy J. Moleong, 2012). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2 sumber, meliputi sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi penanganan dari sejumlah instansi yang berwenang atas penyelenggaraan reklame dalam mengatasi pelanggaran reklame ilegal, meliputi aspek perizinan reklame, pengelola pajak reklame serta pengawasan atas reklame. Kemudian hasil dari penelitian tersebut, diperoleh data jumlah pelanggaran reklame yang tidak berizin, tidak taat pajak dan yang telah melewati sanksi administratif. Selanjutnya bagaimana instansi-instansi tersebut mengatasi permasalahan reklame ilegal yang terjadi.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pelanggaran reklame yang ada di Kota Yogyakarta menjadi salah satu permasalahan dari instansi penyelenggara reklame yang perlu upaya dalam mengatasinya. Karena dalam penyelenggaraan reklame telah diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam perizinan ataupun pemasangannya harus sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 32 Tahun 2023 dan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2022 tentang Penyelenggaraan Reklame agar tidak mudah disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak taat aturan hukum. Saat ini masih terdapat reklame yang diselenggarakan tidak memenuhi izin pemasangan reklame dan tergolong ke dalam reklame liar. Selain pada permasalahan reklame liar, juga masih terdapat reklame yang telah habis masa izinnnya namun belum melakukan perpanjangan perizinan.

Tabel 2 Data Penegakan Pelanggaran Reklame Tahun 2022

No	Peraturan Daerah	Perihal	Pelanggaran	
			Non Yustisi	Yustisi
1	Perda Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame	a. Peringatan	129	123
		b. Pembongkaran	6	
		c. Penghentian fungsi	5	
		d. Reklame insidental	2.168	

Sumber: olah data peneliti

Berdasarkan tabel di atas yang diperoleh melalui narasumber di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta, bahwa Satpol PP melakukan penindakan secara tegas terhadap reklame liar yang tidak mematuhi peraturan dan tidak segan melakukan pembongkaran atau penghentian fungsi pada reklame tersebut. Diketahui bahwa sebanyak 2.431 reklame liar ditertibkan oleh Satuan Polisi

Pamong Praja Kota Yogyakarta pada tahun 2022. Adapun dari total 2.431 reklame yang ditindak, diantaranya adalah sebanyak 129 reklame diberikan surat peringatan, 6 reklame dilakukan pembongkaran, sebanyak 5 reklame dilakukan penghentian fungsi, sebanyak 2.168 merupakan reklame incidental berupa round tag, dan sebanyak 123 reklame telah dilakukan yustisi atau penindakan secara hukum.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa pelanggaran reklame di Kota Yogyakarta pada tahun 2022 mencapai 2.431 kasus meliputi 129 kasus pada jenis non yustisi dengan penindakan peringatan. Pemberian peringatan dilakukan jika reklame tersebut belum memenuhi surat izin terbit reklame dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta. data mengenai reklame yang dilakukan pembongkaran adalah sebanyak 6 reklame permanen. Hal tersebut dikarenakan pihak pemilik reklame tidak menaati prosedur dan aturan penyelenggaraan reklame dengan baik. Oknum yang melakukan kecurangan reklame tersebut telah mendirikan reklame tanpa melalui perizinan, setelah mendapatkan surat peringatan dari satpol PP untuk mengurus perizinan selama 40 hari, masih belum dilaksanakan sehingga satpol PP memberikan surat peringatan berikutnya untuk membongkar sendiri reklamenya dan diberikan waktu selama 7 hari. Namun dalam kurun waktu tersebut jika pihak pemilik reklame masih belum mengikuti perintah dari satpol PP, maka jalan terakhir yang diberikan dari satpol PP adalah pembongkaran oleh satpol PP selaku instansi yang menertibkan reklame liar. Terdapat 5 reklame yang dihentikan fungsinya. Reklame tersebut ditutupi spanduk, kain ataupun stiker dengan tujuan tidak dapat dilihat oleh masyarakat dan sebagai penanda bahwa reklame tersebut telah disegel oleh pemerintah kota Yogyakarta. Adapun alasan penyegelan papan reklame tersebut adalah belum melakukan pembayaran pajak, menunggak atau tidak tepat waktu. Stiker yang dipasang di reklame tersebut bertuliskan 'objek pajak ini belum melunasi kewajiban pajak daerah'. Tujuan dari penempelan stiker tersebut adalah wajib pajak dapat langsung melunasi utang pajaknya kepada BPKAD sesuai dengan jumlah yang wajib dibayarkan.

Berdasarkan data tabel kasus pelanggaran reklame, kasus yang paling banyak ditangani oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta adalah pelanggaran reklame insidental. Adapun jumlah kasus reklame incidental yang langsung ditertibkan oleh Satpol PP adalah sebanyak 2.168 kasus. banyak reklame liar berbentuk rontek tersebut memang sudah diakui oleh Bapak Yudho (Seksi Pengendalian Operasional di Satpol PP Kota Yogyakarta) sebagai reklame liar yang paling banyak beredar di sepanjang jalan Kota Yogyakarta.

### **3.1.Strategi Pengawasan Penyelenggaraan Reklame dan Pelanggaran Reklame Liar**

Penyelenggaraan reklame serta pengawasannya di Kota Yogyakarta merupakan salah satu bagian dari kewenangan dinas-dinas terkait untuk menjaga tata ruang publik Kota Yogyakarta agar terbentuk rasa keindahan, kerapian, kenyamanan dan ketertiban. Diantara dinas-dinas yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan reklame meliputi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta yang berperan sebagai instansi

yang menerbitkan surat izin reklame, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta yang berperan sebagai instansi yang berwenang dalam pemungutan pajak reklame serta Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta yang berperan sebagai instansi yang mengawasi serta menertibkan reklame liar dan melanggar peraturan pemerintah. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa DPMPTSP merupakan instansi yang mengeluarkan izin terbit reklame sedangkan untuk proses sebelumnya masih perlu melakukan perizinan ke instansi yang terkait. Setelah tahapan tersebut dilalui, Petugas dari Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta akan memonitoring dan melakukan pengecekan di lapangan lokasi reklame dipasang. Jika reklame telah sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku dalam Peraturan Walikota Nomor 32 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Reklame, maka menunggu disetujui oleh Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) dan pemasangan reklame sudah dapat dilakukan. Namun jika sebaliknya tidak mendapat persetujuan maka pihak pemilik reklame dapat mengubah ukuran, desain serta tempat pemasangan yang sesuai dengan aturan hingga disetujui oleh BPKAD. Tujuan dari monitoring dan pengecekan reklame yang dilakukan oleh Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta adalah supaya penyelenggaraan reklame sesuai dengan aturan reklame yang telah ditetapkan. Aspek penting yang diatur adalah lokasi pemasangan reklame, ukuran, jenis serta posisi pemasangan reklame. Pihak pemilik reklame akan diberikan informasi mengenai ketentuan wajib reklame yang harus dipenuhi dalam pemasangannya.

Dalam menyelenggarakan pengawasan, terdapat tiga aspek penting yang diawasi, meliputi: 1. Pemasangan reklame, 2. Biro jasa penyelenggara reklame, 3. Pelaku usaha penyelenggara reklame. Dari ketiga aspek reklame tersebut, banyak pelanggaran yang terjadi biasanya disebabkan oleh pemasangan reklame yang tidak pada tempatnya serta para pelaku usaha yang belum mempunyai izin dari DPMPTSP dalam penyelenggaraan reklamennya.

Pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta serta Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta tidak hanya terbatas pada aspek pemasangan reklamennya saja, namun juga mencakup pihak-pihak penyelenggara reklamennya. Dalam menjalankan sistem pengawasan reklame, dibutuhkan pola kerja yang teratur bagi instansi yang bertugas. Karena sebelum menjalankan tugasnya, pihak pengawas reklame harus mengetahui tujuan dan standar yang telah ditetapkan. Dan supaya memperoleh kinerja yang optimal dalam mengawasi reklame, maka setiap rencana kerja yang telah disusun perlu dikoordinasikan kepada pihak-pihak terkait dalam penyelenggaraan reklame. Proses pengawasan reklame dan penertiban yang dilakukan oleh Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta dan Satuan Polisi Pamong Praja telah dilaksanakan secara rutin dan berkala. Dari sistem pengawasan dalam penyelenggaraan reklame tersebut, berikut ini penjabaran dalam setiap proses dan tahapannya.

#### 1.) Standar Pengawasan

Dalam melaksanakan pengawasan reklame membutuhkan sebuah standar yang sebelumnya telah disepakati untuk digunakan sebagai suatu pedoman dan sumber acuan dalam menilai suatu aspek yang akan diawasi. Standar atau alat



penilai tersebut harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum melaksanakan suatu kegiatan penilaian. Dalam hal ini terkait dengan penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah serta Satuan Polisi Pamong Praja Kota Yogyakarta berpedoman pada Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2022 tentang Reklame dan Peraturan Walikota Nomor 32 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Reklame. Dalam peraturan walikota tersebut telah memuat secara detail mengenai pedoman teknis penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh pihak penyelenggara reklame (pelaku usaha dan biro jasa reklame). Selain itu juga memuat mekanisme dan tahapan proses perizinan, kewajiban serta larangan dalam penyelenggaraan reklame. Adanya perda dan perwal tersebut menjadi patokan atau standar yang selanjutnya dapat disosialisasikan kepada pihak penyelenggara reklame pada saat mengurus perizinan, pemasangan dan pengurusan pajak reklame yang akan ditanggung. Dalam peraturan tersebut, selain untuk mengatur secara teknis pemasangan reklame bagi pihak penyelenggara, juga menjelaskan mengenai kewenangan dari masing-masing instansi yang terlibat di dalamnya. Seperti Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta yang mempunyai kewenangan dalam melayani pengurusan izin reklame dan yang menerbitkan surat izin penyelenggaraan reklame serta yang berhak mencabut izin penyelenggaraan reklame jika pihak penyelenggara tidak dapat memenuhi syarat dan ketentuan sesuai dengan standar dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2022 dan Peraturan Walikota Nomor 32 Tahun 2023. Kedua, Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta yang mempunyai kewenangan dalam pengurusan dan pendaftaran wajib pajak reklame dan pengawasan serta yang ketiga, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta yang berwenang untuk mengawasi serta menertibkan reklame liar.

## 2.) Penilaian dalam Penyelenggaraan Reklame

Dalam penyelenggaraan reklame dilakukan penilaian oleh instansi yang berwenang yaitu Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta dan dibantu oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta. Adanya penilaian tersebut bertujuan sebagai tahapan tindak lanjut dari standar yang telah ditetapkan sebagai pedoman dalam menjalankan pengawasan reklame berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2022 tentang Reklame dan Peraturan Walikota Nomor 32 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Reklame. Dalam proses penilaian tersebut, yang dilakukan adalah mengukur ketercapaian dari penyelenggaraan reklame oleh pihak pelaku usaha atau penyelenggara sebagai wajib pajak yang dibandingkan dengan kesesuaian antara fakta di lapangan dan ketentuan yang berlaku. Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta merupakan instansi yang berwenang dalam penetapan pajak reklame, serta pengawasan penyelenggaraan reklame yang dibantu oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta selaku instansi yang memonitoring dan menertibkan reklame liar. Dalam pengawasan reklame, terdapat sebuah tim gabungan pengawas yang terdiri dari 14 orang. Tim tersebut dibagi menjadi 4 kelompok yang bertugas mengawasi jalannya penyelenggaraan reklame di seluruh wilayah Kota Yogyakarta. Adapun pelaksanaan pengawasannya

dilakukan seminggu sekali dan setelah itu langsung disusun laporan untuk didiskusikan bersama tim pada rapat mingguan. Dalam rapat mingguan tersebut juga dibahas mengenai pengarahan agenda berikutnya dan evaluasi.

Pengawasan reklame yang dilakukan oleh tim gabungan yang terdiri dari pegawai Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta dilakukan secara bersama-sama walaupun pada tugas dan tupoksi sesuai dengan instansi masing-masing. Perbedaannya, tim dari BPKAD melaksanakan pengawasan reklame dalam waktu beberapa kali seminggu sedangkan tim dari Satpol PP melakukan pengawasan reklame setiap harinya. Selain pengawasan yang dilakukan oleh instansi terkait, Masyarakat juga mendapatkan peran partisipasi dan bekerja sama ketika melihat atau menemukan Tindakan pelanggaran atau penyelewengan dalam penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta. Masyarakat dapat membuat pengaduan lewat email ke alamat [polppjogja@gmail.com](mailto:polppjogja@gmail.com) dan [bpkad@jogjakota.go.id](mailto:bpkad@jogjakota.go.id) ataupun melalui telepon ke nomor (0274) 556917 dan (0274) 548519. Kedua layanan tersebut dipegang langsung oleh admin dari instansi Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta dan Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta. Selain itu, Pemerintah Kota Yogyakarta juga memiliki email khusus untuk menjadi wadah aspirasi atau keluhan masyarakat melalui Unit Pelayanan Informasi Keluhan dengan menghubungi Alamat email [upik@jogjakota.go.id](mailto:upik@jogjakota.go.id) atau melalui telepon ke nomor (0274) 561270. Cara melaporkan dugaan terjadinya pelanggaran atau penyelewengan dalam penyelenggaraan reklame oleh Masyarakat dinilai sangat membantu tugas pengawasan yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta dan Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta. Ketika terdapat dugaan adanya pelanggaran, petugas dapat langsung mengecek di lapangan.

Dengan adanya peran partisipasi dari masyarakat tersebut, dapat membantu meringankan tugas dari tim gabungan pengawasan serta dapat mengumpulkan data terkait dengan pelanggaran atau penyelewengan dalam penyelenggaraan reklame yang ada di Kawasan Kota Yogyakarta. Selain itu, pengecekan atau kroscek di lapangan yang dilakukan oleh tim gabungan pengawasan tersebut penting dilakukan agar tidak terjadi salah sasaran dan memastikan kebenaran dari temuan yang diadukan masyarakat apakah benar merupakan pelanggaran atau bukan. Tim gabungan pengawasan berusaha sigap dan cepat tanggap setelah ada pengaduan, langsung melakukan pengecekan dan ditindak sesuai dengan jenis pelanggarannya.

### 3.) Perbaikan dan Evaluasi Penyelenggaraan Reklame

Setelah dilakukannya penilaian dalam penyelenggaraan reklame berupa pengawasan dan pengecekan langsung di lapangan oleh Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta. Maka tahap berikutnya yang perlu dilakukan adalah tindakan penertiban, evaluasi dan perbaikan terhadap reklame-reklame yang menyalahi aturan. Peraturan yang dimaksud adalah Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2022 tentang Reklame dan Peraturan Walikota Nomor 32 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Reklame. Dalam kedua peraturan tersebut dijelaskan

mengenai mekanisme penertiban reklame dari mulai pencabutan izin penyelenggaraan reklame, penindakan, pembongkaran hingga proses pemberian sanksi hukum. Dalam pelaksanaannya, proses pencabutan hak izin penyelenggaraan reklame dilakukan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta yang dimulai dengan penerbitan surat pemberitahuan dan juga disertai surat perintah untuk menghentikan, menyingkirkan atau pembongkaran reklame dan alat peraga dengan sepenuhnya biaya ditanggung oleh pihak penyelenggara atau pemilik reklame. Surat tersebut diberikan oleh DPMPTSP kepada pihak penyelenggara reklame di kawasan Kota Yogyakarta yang masa berlakunya hampir habis ataupun yang ingin dilakukan perpanjangan izin serta yang telah menyalahi aturan yang berlaku.

Adapun surat pemberitahuan masa berlaku reklame habis biasanya diberikan dalam kurun waktu tujuh hari sebelum tanggal masa berlaku habis. Jika surat pemberitahuan tersebut tidak ada tanggapan dari pihak penyelenggara atau pemilik reklame, maka DPMPTSP akan mengeluarkan surat peringatan yang pertama dalam jangka waktu tujuh hari untuk melakukan perpanjangan izin atau pembongkaran sendiri reklame. Namun, jika setelah diberikan surat peringatan tersebut, reklame masih belum juga diperpanjang izinnya atau dibongkar, maka akan diterbitkan Surat Pencabutan Izin oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta serta dilakukan penghentian, penyingkiran atau pembongkaran yang dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta. Ketika akan dilakukan penertiban, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta memberikan surat pencabutan izin kepada Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta untuk dilakukan penertiban serta pembongkaran reklame. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk koordinasi yang dilakukan sebagai wewenang dan tugas dari masing-masing instansi terkait. Setelah dilaksanakan monitoring di lapangan yang dilakukan melalui koordinasi oleh DPMPTSP dan Satpol PP Kota Yogyakarta, maka kegiatan selanjutnya yaitu proses penertiban dan pembongkaran dapat dilaksanakan.

### **3.2. Pembahasan**

Fraud dalam kasus penyelenggaraan reklame di Kota Yogyakarta termasuk ke dalam teori fraud diamond oleh Wolfe dan Hermanson (2004) yang berpandangan bahwa terdapat 4 elemen dalam fraud meliputi kesempatan (opportunity), tekanan (pressure), kemampuan (capability) serta rasionalisasi (rationality). Dalam hal ini berdasarkan data yang diperoleh dari narasumber menyebutkan bahwa terjadinya fraud dalam penyelenggaraan reklame disebabkan karena ketidaktahuan Masyarakat terkait mekanisme dan sistem dalam reklame, kurang tegasnya hukuman yang diberikan karena hanya diberikan surat peringatan serta adanya kesempatan bagi Masyarakat dengan mudahnya melakukan kecurangan tersebut. Rasionalisasi dalam teori fraud diamond menilai bahwa Tindakan yang dilakukan oleh pelaku tidak akan berpengaruh besar dan tidak akan terdeteksi. Dan rasionalisasi merupakan pembenaran dalam melakukan tindakan fraud tersebut sehingga banyak pelaku merasa bahwa dirinya bukanlah pelaku kejahatan dan tindakan fraud yang dilakukan merupakan hal sepele dan lumrah

sehingga mereka tidak merasa bersalah dalam melakukan fraud tersebut. Tidak ada rasa jera dalam diri pelaku fraud reklame karena sanksi yang diberikan seringkali hanyalah surat peringatan sehingga dalam hal tersebut, jika pelaku fraud berhasil melakukan fraud dan pelanggaran pertama, maka tidak menutup kemungkinan dapat terjadi yang kedua dan seterusnya. Karena pelaku mulai terdorong superioritas dan menunjukkan bahwa pelaku fraud mampu melakukan fraud tanpa terdeteksi oleh pemerintah seperti teori kemampuan (*capability*) dalam teori fraud diamond.

Strategi pengawasan dalam penyelenggaraan reklame didasarkan pada pendapat dari Manullang (2015) yang menyatakan bahwa terdapat tiga proses yang perlu diterapkan meliputi: 1. Menetapkan standar pelaksanaan dan pengawasan sebagai alat pengukur. 2. Membuat penilaian dengan membandingkan dan mengukur antara standar yang telah ditetapkan dengan ketercapaian. 3. Mengadakan tindakan perbaikan serta evaluasi. Adapun pengawasan yang dilakukan oleh Tim Gabungan Pengawasan Reklame yang berasal dari instansi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta dalam esensinya telah sesuai dengan tujuan dari pengawasan seperti yang telah disampaikan oleh Brantas (2019) bertujuan supaya tahap pelaksanaan program dapat dilakukan sesuai dengan yang diharapkan dan tidak menyalahi ketentuan-ketentuan yang sebelumnya telah ditetapkan serta dapat melakukan perbaikan pada kinerja dan sistem dan meminimalisir adanya penyimpangan dalam proses penyelenggaraannya. Jika dilihat dari tahapannya, proses penilaian tersebut telah sesuai dengan yang disampaikan oleh Manullang yaitu membuat laporan tertulis yang disusun oleh bawahan, kemudian diserahkan kepada pimpinan. Langkah selanjutnya yaitu melakukan tindak lanjut pada laporan tersebut untuk kemudian dilakukan evaluasi agar dapat mencapai tujuan dari strategi penanganan tindak pelanggaran reklame yang terjadi. Jika dilihat dari aspek waktu pelaksanaan dan sifatnya, penertiban dalam penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh Satpol PP Kota Yogyakarta termasuk dalam pengawasan yang dilakukan saat proses berlangsung, artinya Ketika sudah terbukti adanya pelanggaran reklame liar, maka setelah itu langsung ditindak dengan menerbitkan surat peringatan dan proses pembongkaran. Selain itu, penertiban tersebut dilakukan secara rutin dan berkala dengan cara melakukan operasi rutin setiap hari oleh Satpol PP dan setiap beberapa hari sekali oleh BPKAD Kota Yogyakarta, kemudian dibuat laporan secara tertulis yang nantinya dapat dibahas dalam rapat mingguan.

Adanya pelaporan secara rutin terhadap pelanggaran penyelenggaraan reklame yang dilakukan oleh Tim Gabungan Pengawas Reklame termasuk ke dalam salah satu prinsip dari Manullang (2015) yaitu, “dalam melaksanakan sistem pengawasan secara efektif diperlukan pelaporan atas tindakan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di lapangan, yang kemudian nantinya dapat diambil tindakan penanganan agar selanjutnya pelaksanaan dapat sesuai dengan perencanaan.” Karena tujuan utama dari sistem pengawasan yaitu untuk mengupayakan agar apa yang sebelumnya direncanakan dapat sesuai dengan yang dilaksanakan. Maka agar pengawasan dapat berjalan secara efektif harus dilakukan

pelaporan apabila terdapat pelanggaran ataupun penyipangan dari rencana yang sebelumnya disusun. Hal tersebut sudah diterapkan oleh instansi yang berwenang dalam penyelenggaraan reklame terutama yang menjalankan adalah Tim Gabungan Pengawas Reklame.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggaran reklame liar masih banyak terjadi di Kota Yogyakarta. Berdasarkan data yang diperoleh dari Satuan Polisi Pamong Praja bahwa pada tahun 2022 jumlah kasus pelanggaran reklame mencapai 2.431 kasus. Banyaknya kasus pelanggaran tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat terutama pihak penyelenggara reklame (pelaku usaha dan biro jasa reklame) terhadap informasi penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. Karena hal tersebut kebanyakan pelanggaran reklame liar yang beredar di sepanjang jalan Kota Yogyakarta adalah dari reklame usaha berukuran kecil dan reklame insidental. Selain itu penyebab lain adalah sanksi yang ditetapkan belum membuat jera dan kurang tegas, karena sanksi yang banyak diberikan adalah surat peringatan dan penutupan atau pembongkaran sendiri reklame oleh pemilik. Namun jarang ada yang sampai pada tahap yustisi atau pengadilan dan denda yang diberikan pun maksimal beberapa juta, berbeda dari peraturan yang menetapkan denda maksimal 50 juta rupiah. Strategi pengawasan yang telah dilakukan dalam permasalahan reklame liar oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Yogyakarta, Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Yogyakarta dan Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Yogyakarta telah dilaksanakan sesuai dengan standar atau ketentuan dalam pengawasan, penilaian, serta tindakan perbaikan dan evaluasi. Pengawasan yang dilakukan oleh instansi tersebut telah berjalan dengan baik karena langsung dilakukan penindakan dan perbaikan setelah mendapatkan informasi mengenai pelanggaran atau penyimpangan yang terjadi.

#### Referensi

- [1] Haris A, Wulan, Retno., Evaluasi Kebijakan Pemasangan Banner dan Papan Reklame Ilegal yang Mempengaruhi Keindahan Kota Malang, Malang, *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 1 No. 1. DOI: 10.33474/jisop, 2019
- [2] Dwiky S, Afifuddin, Suyeno., Responsibilitas Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Reklame Insidental: Studi Kasus pada Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Malang. Malang, *Jurnal Respon Publik*, Vol. 13 No. 6. ISSN: 2302-8432, 2019
- [3] Dhanang, Wahyu N., *Pengawasan Reklame dalam Upaya Memaksimalkan Fungsi Ruang Publik di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta, SKRIPSI, 2015
- [4] Darwin, *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta, Mitra Wacana Media, 2010
- [5] Bimaruki S, *Peran Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sleman dalam Penerapan Peraturan Bupati Sleman Nomor 13.1 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Reklame*, Yogyakarta: SKRIPSI, 2018
- [6] Marita A, Rahman, Abdul., Pengawasan Penertiban Pemasangan Reklame oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kabupaten Kampar. Riau, *JURNAL TATAPAMONG*, 5 (1). DOI: <https://doi.org/10.33701/jurnaltatapamong.v5il.3283>,

- [7] Mulya, Carunia., *Kebijakan dan Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah dalam Pembangunan Nasional*, Jakarta, YAYASAN PUSTAKA OBOR INDONESIA. ISBN: 978-602-433-579-3, 2018
- [8] Mustika F, Peran Ombudsman dalam Penyelenggaraan Negara yang Bersih dan Pelayanan Publik yang Baik (Kajian di Provinsi Sulawesi Utara), *Lex Et Societatis*. 2018
- [9] Nasir, Muhammad S., Analisis Sumber-Sumber Pendapatan Asli Daerah Setelah Satu Dekade Otonomi Daerah. Yogyakarta, *JURNAL DINAMIKA EKONOMI PEMBANGUNAN*, 2 (1), 30-45. <https://doi.org/10.14710/jdep.2.1.30-45>, 2019
- [10] Nurhadi, Purwantara, dkk., Kajian Spasial Keberadaan Reklame Luar Ruang terhadap Etika dan Estetika Ruang Publik di Kota Yogyakarta, Yogyakarta, *JOURNAL UNY*. <https://journal.uny.ac.id>, 2012
- [11] Ahsyari, Agus., *Manajemen Produksi: Pengendalian Produksi*, Edisi 4, BPFE, Yogyakarta, 1987.
- [12] Daellenbach, Hans G., McNickle, Donald C., *Management science, Decision making through systems thinking*, Palgrave Macmilan, 2005.
- [13] Amelia, Septiningrum L, dan Rumanti AA., Perancangan Alat Ukur Potensi Wisata Budaya Pada Kabupaten Rembang Menggunakan Metode SECI dan AHP, *Jurnal Metris*, Volume 23, Number 01, 2022, pp. 28-34.
- [14] Wiratmadja, Iwan, Govindaraju, R., Athari, N. The Development of Mobile Internet Technology Acceptance Model, *2012 IEEE 6<sup>th</sup> International Conference on Management of Innovation & Technology*, Bali, Indonesia, Juni, 2012, pp. 384 – 388.
- [15] Fajri H, Yuanjaya P, Community Engagement in a Social Movement: A Case of Geothermal Energy Development in Gunung Talang–Bukit Kili area, *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science 448*, Volume 448, 2020, pp. 425 – 478.