



TUGAS DAN FUNGSI DINAS PENATAAN RUANG KOTA SEMARANG DALAM PENYELENGGARAAN REKLAME

Firman Aji Saputra*, Untung Dwi Hananto, Ratna Herawati
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro
E-mail : ajisaputra103@gmail.com

Abstrak

Penyelenggaraan reklame ialah upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan berhubungan dengan reklame, meliputi kegiatan perencanaan, penataan, pelaksanaan, perizinan, pengawasan, dan pengendalian serta penegakan hukum. Hal ini tercantum dalam Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2017 tentang Reklame. Berdasarkan pengalaman penulis yang pernah mengalami kecelakaan kendaraan bermotor akibat penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai aturan. tugas dan fungsi Dinas Penataan Ruang Kota Semarang dalam proses perumusan kebijakan reklame meliputi kegiatan pembuatan kajian tata letak titik reklame, perencanaan dan penataan titik reklame, pemeriksaan dan penelitian teknis lapangan, serta permohonan izin titik reklame. Pemerintah Daerah Kota Semarang memiliki tanggung jawab untuk melindungi masyarakat terhadap potensi resiko bahaya yang ditimbulkan dari pemasangan reklame pada ruang-ruang publik. Selain itu reklame merupakan salah satu unsur penting dalam pelayanan publik daerah untuk menciptakan ketertiban dalam tata ruang dan keindahan kota.

Kata kunci : Dinas Penataan Ruang; Penyelenggaraan Reklame; Pemerintah Daerah

Abstract

Regional Regulation Number 6 of 2017 The implementation of billboards is a systematic and integrated effort carried out in connection with billboards, covering activities of planning, structuring, implementing, licensing, controlling and controlling as well as law enforcement. Given that billboards are an important element in regional public services and to support the implementation of regional households, to optimize the implementation of these billboards there is a need for executors and managers as well as arrangements that plan, implement and control and evaluate the advertising arrangement field. the tasks and functions of the Semarang City Spatial Planning Office in the implementation of billboards are carried out by 2 (two) sections, namely the Building Planning and Arrangement Section and the Spatial, Land and Building Dispute Handling Section which regulates the formulation of policies and supervision of the implementation of billboards based on the policies in the Planning Service Semarang City Room. Given that billboards are an important element in regional public services and to support the implementation of regional households, to optimize the implementation of these billboards there is a need for executors and managers as well as arrangements that plan, implement and control and evaluate the advertising arrangement field. And based on the experience of the author who had a motor vehicle accident due to the implementation of billboards that are not in accordance with the rules.

Keywords: *Office of Spatial Planning; Implementation of Advertisement; Regional Government*



I. PENDAHULUAN

Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa Negara Kesatuan Republik Indonesia dibagi atas daerah-daerah provinsi dan daerah provinsi itu dibagi atas kabupaten dan kota, yang tiap-tiap provinsi, kabupaten, dan kota itu mempunyai pemerintahan daerah, yang diatur dengan undang-undang. Pelaksanaan dari pasal yang dimaksud adalah Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Selanjutnya Pasal 18 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 menyatakan bahwa Pemerintahan daerah Provinsi, Kabupaten, dan Kota mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan menurut asas otonomi dan tugas pembantuan.

Ibukota Provinsi Jawa Tengah yaitu Kota Semarang berfungsi sebagai pusat pertumbuhan dalam konstelasi regional Jawa Tengah. Sebagai Ibukota Provinsi Jawa Tengah dan pusat pertumbuhan, Kota Semarang memiliki moda dan media umum massal yang berperan penting dalam distribusi barang dan jasa dalam skala kota maupun yang lebih luas. Ketersediaan sarana dan prasarana Kota Semarang menjadi faktor penarik migrasi sehingga mengakibatkan perkembangan populasi penduduk kota. Dengan populasi penduduk yang semakin meningkat, Kota Semarang memiliki daya tarik bagi para penyelenggara reklame, hal ini disebabkan karena dari sisi komersial masyarakat merupakan tujuan dari

penyelenggaraan reklame.¹ Oleh karena itu, maka reklame cukup potensial untuk waktu yang akan datang dan tentunya akan berpengaruh pada pendapatan daerah tersebut.

Penyelenggaraan reklame harus sesuai dan selaras dengan penataan ruang estetika kota dan melindungi kepentingan umum. Sebagai upaya untuk menciptakan ketertiban dan pengendalian terhadap pertumbuhan reklame di Kota Semarang, maka perlu dilakukan penataan penempatan reklame. Pengaturan penyelenggaraan reklame merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan pembinaan, pengendalian dan pengawasan sebagai upaya melindungi kepentingan dan ketertiban umum, lebih meningkatkan pelayanan kepada masyarakat secara transparan, terbuka dan adil.²

Dinas Penataan Ruang Kota Semarang merupakan unsur pelaksana urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum sub urusan penataan ruang dan bidang pertanahan. Dinas Penataan Ruang dipimpin oleh seorang kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Untuk

¹ Gita Azka Asfara. *Tugas Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Menurut Peraturan Walikota Semarang Nomor 39 Tahun 2008 di Kota Semarang*, Diponegoro Law Journal, Volume 5 Nomor 3, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2016), hlm 4.

² Panji Yudha Niandanu. *Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Semarang*, Journal of Public Policy and Management Review Volume 4 Nomor 4, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), hlm 5.



susunan struktur organisasi Dinas Penataan Ruang Kota Semarang diatur dalam Peraturan Walikota Semarang Nomor 64 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Penataan Ruang Kota Semarang. Tugas dari dinas ini tidak lain adalah untuk merencanakan, mengkoordinasikan, membina, mengawasi dan mengendalikan serta mengevaluasi di bidang penataan reklame, bidang perhitungan dan bidang penagihan.

Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Hal ini diatur dalam Pasal 1 angka 15 Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2017 tentang Reklame.

Pemerintah Daerah Kota Semarang memiliki tanggung jawab untuk melindungi masyarakat terhadap potensi resiko bahaya yang ditimbulkan dari pemasangan reklame pada ruang-ruang publik. Selain itu, untuk menciptakan ketertiban dalam tata ruang dan keindahan kota, maka Pemerintah Kota Semarang perlu menata kembali penyelenggaraan reklame di Kota Semarang. Oleh karena itu, dirumuskanlah Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2017 tentang Reklame.

Akan tetapi dewasa ini, walaupun sudah diterapkannya aturan mengenai penyelenggaraan reklame, pemerintah Kota Semarang

masih cukup kesulitan dalam upaya pengendalian pertumbuhan reklame. Banyak pendirian titik-titik reklame yang tidak bertanggungjawab sehingga sangat mengganggu pandangan, bahkan keselamatan pengguna jalan. Pengalaman yang dimiliki penulis dalam dampak penyelenggaraan reklame yang tidak sesuai aturan yaitu penulis sempat mengalami kecelakaan yang dialami karena petunjuk jalan yang ada di Jalan Kaligarang Kota Semarang terhalang reklame yang mengakibatkan penulis tidak dapat melihat petunjuk arah jalan sehingga bertabrakan dengan pengendara lain.

Ketidaksesuaian dalam kegiatan pemasangan reklame tersebut berakibat pada merosotnya kualitas kota karena ruang kota dilanda polusi papan reklame yang berlebihan. Selain itu, banyak pula pendirian reklame-reklame tersebut tidak patuh pada aturan yang berdampak pada kerugian daerah dari sektor pendapatan asli daerah. Sebagai dampak dari kondisi tersebut, apabila tidak dikendalikan dapat berdampak negatif pada kualitas ruang publik Kota Semarang, dimana masing-masing media akan saling bersaing tanpa mengindahkan akibat polusi visual yang akan dihasilkannya dan berkurangnya pendapatan asli daerah.

Sebagaimana diuraikan diatas maka penulis hendak melakukan penelitian hukum dengan judul: **“Tugas dan Fungsi Dinas Penataan Ruang Kota Semarang dalam Penyelenggaraan Reklame.”**



II. METODE

Untuk mencapai tujuan dan sasaran, penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yuridis normative adalah pendekatan yang berdasarkan pada kaidah-kaidah hukum yang ada dan juga dengan melihat kenyataan-kenyataan yang terjadi terkait focus penelitian untuk mendukung data utama dalam penelitian ini.

Spesifikasi penelitian dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif analitis, yaitu menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan praktik pelaksanaan hukum positif, karena dalam penelitian ini diharapkan akan diperoleh gambaran yang menyeluruh dan sistematis tentang fokus penelitian.

Sumber data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan. Data sekunder sendiri dapat dibedakan menjadi bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Untuk melengkapi data sekunder dalam penelitian ini, penulis meminta keterangan dan pendapat beberapa narasumber dengan melakukan wawancara, yakni sebagai berikut: Pihak penyelenggara, dalam hal ini adalah Dinas Penataan Ruang bidang Pemanfaatan dan Penataan Bangunan Gedung dan Bidang Pengawasan.

Metode analisis data yang digunakan adalah kualitatif dan disajikan dalam bentuk kalimat yang tersusun secara sistematis sehingga diberikan penafsiran dan gambaran yang jelas sesuai dengan pokok bahasan untuk kemudian ditarik

kesimpulan-kesimpulan secara deskriptif.³

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tugas dan Fungsi Dinas Penataan Ruang Kota Semarang dalam Perumusan Kebijakan dan Pengawasan Penyelenggaraan Reklame

Tugas dan Fungsi Dinas Penataan Ruang Kota Semarang dalam Penyelenggaraan Reklame terdiri dari 2 (dua) tahap, yaitu tahap perumusan kebijakan yang meliputi 4 (empat) tahapan dan tahap pengawasan yang didasari kebijakan Dinas Penataan Ruang sebagai berikut :

Kebijakan Dinas Penataan Ruang :

- a. Kebijakan Peletakan Reklame;
- b. Kebijakan Konstruksi Pendirian Reklame;
- c. Pengaturan Garis Sepadan Jalan sesuai dengan yang diatur dalam RTLB; dan
- d. Materi Penayangan Reklame.

Tahap Perumusan Kebijakan:

1. Pembuatan Kajian Tata Letak Titik Reklame;
2. Perencanaan dan Penataan Titik Reklame;
3. Pemeriksaan dan Penelitian Teknis Lapangan;
4. Permohonan Izin Titik Reklame dengan tata cara :
 - a. Pemohon mengajukan permohonan rekomendasi pemasangan reklame kepada Dinas Penataan Ruang melalui Loker Pelayanan Dinas Penataan Ruang dengan

³Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Op.Cit*, hlm 13-14.

melampirkan persyaratan yang diperlukan;

- b. Petugas Loker Pelayanan Dinas Penataan Ruang melakukan pemeriksaan terhadap berkas yang diajukan pemohon;
- c. Jika berkas permohonan telah memenuhi persyaratan maka dilanjutkan ke tahap berikutnya; jika belum memenuhi persyaratan maka berkas dikembalikan kepada pemohon
- d. Berkas permohonan yang telah memenuhi persyaratan akan dilanjutkan ke Bidang Penataan dan Pemanfaatan Bangunan Gedung untuk kemudian dikeluarkan rekomendasi pemasangan reklame;
- e. Surat Rekomendasi diserahkan ke pemohon untuk dilanjutkan ke DPM PTSP agar dikeluarkan izin pemasangan reklame;

Tahap Pengawasan :

1. Pengaduan yang dilakukan masyarakat dipilih untuk ditindaklanjuti berdasarkan kriteria:
 - a. Konstruksi melebihi jalan GSJ (Garis Sempadan Jalan)
 - b. Konstruksi tidak layak
 - c. Membahayakan pejalan kaki
 - d. Menggunakan material seng sehingga silau
2. Temuan di lapangan maksudnya adalah fakta yang ditemukan oleh tim kerja yang dibentuk oleh Dinas Penataan Ruang untuk melakukan penertiban keliling;
3. Pengaduan dan temuan di lapangan yang masuk ke Dinas Penataan Ruang akan diteruskan dengan pemberian disposisi kepada bagian yang terkait untuk

ditindaklanjuti ke tahap berikutnya;

4. Penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan diberi kesempatan untuk melakukan klarifikasi atau disebut juga dengan tahap mediasi;
5. Setelah mediasi, para pihak yakni Dinas Penataan Ruang dan penyelenggara reklame membuat berita acara kesepakatan. Berita acara kesepakatan terdiri dari beberapa bentuk yakni pemberian surat peringatan I, surat peringatan II, peringatan III (pemberian stiker), dan surat pemberitahuan pembongkaran;
6. Peringatan III (pemberian stiker) akan langsung diberikan jika penyelenggara reklame tidak berizin, tidak datang saat klarifikasi/mediasi, reklame melanggar GSJ, atau penyelenggara reklame tidak mengindahkan surat peringatan I dan surat peringatan II;
7. Pembongkaran reklame dapat dilakukan melalui berbagai cara. Pertama dilakukan oleh Dinas Penataan Ruang, maka tiang dan panel menjadi hak milik Dinas Penataan Ruang. Kedua, dilakukan oleh biro reklame sendiri. Ketiga, koordinasi melalui operasi Yustisi (Bapenda, DPM PTSP, Dinas Penataan Ruang, Satpol PP).

2. Hambatan dan solusi dalam Perumusan Kebijakan dan Pengawasan Penyelenggaraan Reklame di Kota Semarang

Hambatan dan solusi dalam Perumusan Kebijakan dan Pengawasan Penyelenggaraan



Reklame di Kota Semarang adalah sebagai berikut:

- a. Hambatan : Sistem perizinan dan pengawasan reklame Dinas Penataan Ruang Kota Semarang masih bersifat offline.

Solusi : pelayanan akan berbasis online. Dinas Penataan Ruang sedang berusaha untuk menghadapi potensi adanya permintaan pemasangan reklame dalam jumlah besar di Kota Semarang, salah satunya dengan mempersiapkan pelayanan berbasis online demi kelancaran serta kemudahan pelayanan di Dinas Penataan Ruang, sehingga nantinya dalam penyelenggaraan reklame di Kota Semarang hanya memerlukan proses dan waktu yang singkat serta dapat terintegrasi dengan pihak-pihak terkait seperti DPM PTSP dan Bapenda untuk mencegah pelanggaran yang dilakukan oleh biro-biro reklame.

- b. Hambatan : Surat rekomendasi dari Dinas Penataan Ruang tidak dilanjutkan ke perizinan DPM PTSP.

Solusi : penyederhanaan birokrasi yaitu tahap rekomendasi dan tahap perizinan digabung menjadi kewenangan satu lembaga saja sehingga tidak ada lagi kasus seperti penyelenggara reklame yang tidak melanjutkan proses ke tahap perizinan di lembaga berbeda.

- c. Hambatan : Kurangnya kuantitas Sumber Daya Manusia kurang.

Solusi : penerimaan Pegawai Non Aparatur Sipil Negara. Dinas Penataan Ruang Kota Semarang baru saja membuka lowongan untuk penerimaan Pegawai

Pemerintah Kota Non Aparatur Sipil Negara (Non ASN) yang ditujukan untuk mengoptimalkan fungsi pada Bidang Pengawasan terutama untuk petugas pengawas lapangan, sehingga kinerja Dinas Penataan Ruang dapat berjalan dengan maksimal dan penyelenggaraan reklame di Kota Semarang menunjukkan ketertiban dalam tata ruang dan keindahan kota serta sesuai dengan aturan yang berlaku.

- d. Hambatan : Biro Pemasangan reklame berbuat nakal.

Solusi : penegasan sanksi oleh pihak yang berwenang dan solusi atas hambatan kurangnya keterbukaan informasi adalah update web resmi Dinas Penataan Ruang. Dinas Penataan Ruang saat ini berusaha untuk terus mengupdate web resmi Dinas Penataan Ruang agar informasi-informasi yang diperlukan masyarakat dapat diperoleh dengan mudah di web resmi Dinas Penataa Ruang.

IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Proses perumusan kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Penataan Ruang Kota Semarang meliputi kegiatan sebagai berikut yakni:
 - a. Pembuatan Kajian Tata Letak Titik Reklame
 - b. Perencanaan dan Penataan Titik Reklame
 - c. Pemeriksaan dan Penelitian Teknis Lapangan
 - d. Permohonan Izin Titik Reklame

Regulasi yang ada saat ini mengatur bahwa proses penyelenggaraan reklame yang dilaksanakan oleh Dinas Penataan Ruang hanya pada tahap memberikan rekomendasi pemasangan reklame. Berikut adalah alur permohonan rekomendasi pemasangan reklame di Kota Semarang:

- a. Pemohon mengajukan permohonan rekomendasi pemasangan reklame kepada Dinas Penataan Ruang melalui Loket Pelayanan Dinas Penataan Ruang dengan melampirkan persyaratan yang diperlukan.
- b. Selanjutnya Petugas Loket Pelayanan Dinas Penataan Ruang melakukan pemeriksaan serta verifikasi terhadap berkas yang diajukan oleh pemohon.
- c. Jika berkas permohonan telah memenuhi persyaratan maka dilanjutkan ke tahap berikutnya; jika belum memenuhi persyaratan maka berkas dikembalikan kepada pemohon.
- d. Berkas permohonan yang telah memenuhi persyaratan akan dilanjutkan ke Bidang Penataan dan Pemanfaatan Bangunan Gedung untuk kemudian dikeluarkan rekomendasi pemasangan reklame.
- e. Surat Rekomendasi diserahkan ke pemohon untuk dilanjutkan ke DPM PTSP agar dikeluarkan izin pemasangan reklame.

Proses pengawasan penyelenggaraan reklame di Kota Semarang dilaksanakan oleh Seksi Penanganan Sengketa Tata Ruang, Tanah dan Bangunan yakni sebagai berikut:

- a. Pengaduan yang dilakukan masyarakat dipilih untuk ditindaklanjuti berdasarkan kriteria.
 - b. Pengaduan dan temuan di lapangan yang masuk ke Dinas Penataan Ruang akan diteruskan dengan pemberian disposisi kepada bagian yang terkait untuk ditindaklanjuti ke tahap berikutnya.
 - c. Penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan diberi kesempatan untuk klarifikasi atau biasa disebut tahap mediasi.
 - d. Selanjutnya terdapat berita acara kesepakatan yang terdiri dari beberapa bentuk yakni pemberian surat peringatan I, surat peringatan II, peringatan III (pemberian stiker), dan surat pemberitahuan pembongkaran.
 - e. Pembongkaran reklame dapat dilakukan melalui berbagai cara. Pertama dilakukan oleh Dinas Penataan Ruang, maka tiang dan panel menjadi hak milik Dinas Penataan Ruang. Kedua, dilakukan oleh biro reklame sendiri. Ketiga, koordinasi melalui operasi Yustisi (Bapenda, DPM PTSP, Dinas Penataan Ruang, Satpol PP).
2. Hambatan yang dihadapi dan solusi yang digunakan oleh Dinas Penataan Ruang Kota Semarang



dalam Penyelenggaraan Reklame terbagi menjadi dua yaitu:

Perumusan kebijakan penyelenggaraan reklame

a. Internal: Sistem permohonan rekomendasi serta pengawasan yang mengatur reklame di Kota Semarang masih bersifat offline dan tidak terpadu. Solusinya adalah kedepan pelayanan akan berbasis online.

b. Eksternal: Banyak pemohon yang telah menerima surat rekomendasi dari Dinas Penataan Ruang tidak dilanjutkan ke perijinan DPM PTSP. Solusinya adalah penyederhanaan birokrasi yaitu tahap rekomendasi dan tahap perizinan digabung menjadi kewenangan satu lembaga saja sehingga tidak ada lagi kasus seperti penyelenggara reklame yang tidak melanjutkan proses ke tahap perizinan di lembaga berbeda.

Pengawasan penyelenggaraan reklame:

a. Internal: Kuantitas sumber daya manusia di Dinas Penataan Ruang kurang. Solusi yang digunakan adalah dengan penerimaan Pegawai Non Aparatur Sipil Negara yang ditujukan untuk mengoptimalkan fungsi pada Bidang Pengawasan terutama untuk petugas pengawas lapangan.

Eksternal: Biro-biro pemasangan reklame yang ada di Kota Semarang, masih banyak yang melakukan penyelewengan dalam bentuk penempatan maupun administratif.

Berikutnya adalah kurangnya keterbukaan informasi di Dinas Penataan Ruang terhadap masyarakat. Solusi atas hambatan terkait biro reklame yang nakal adalah penegasan sanksi oleh pihak yang berwenang dan solusi atas hambatan kurangnya keterbukaan informasi adalah update web resmi Dinas Penataan Ruang.

V. DAFTAR PUSTAKA

Buku

Arenawati. 2014. *Administrasi Pemerintahan Daerah: Sejarah Konsep dan Pelaksanaan di Indonesia*. (Yogyakarta: Graha Ilmu).

Ashofa, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Hukum*. (Jakarta: Rineka Cipta).

Barata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. (Jakarta: Elex Media Komputindo).

Kadir, Muhammad Abdul. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti).

ND, Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

Rosidin, Utang. 2010. *Otonomi Daerah dan*



- Desentralisasi*.(Bandung: Pustaka Setia). 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. 2013. *Penelitian Hukum Normatif*. (Jakarta: Rajagrafindo Persada). Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2015 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Menjadi Undang-Undang;
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 1982. *Metodologi Penelitian Hukum*. (Jakarta: Ghalia Indonesia). Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
- Sunarno, Siswanto. 2008. *Hukum Pemerintahan Daerah di Indonesia*. (Jakarta: Sinar Grafika). Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan;
- Surakhmad, Winarno. 1982. *Pengantar Penelitian Hukum*. (Yogyakarta: Transito). Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 14 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Semarang;
- Widjaja, H.A.W. 2013. *Penyelenggaraan Otonomi di Indonesia Dalam Rangka Sosialisasi UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada). Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2017 tentang Reklame;
- Peraturan Perundang-Undangan**
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945; Peraturan Walikota Semarang Nomor 64 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Penataan Ruang Kota Semarang;
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
- Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun



Surat Keputusan Walikota Semarang Nomor 973/288 Tahun 2007 tentang Penetapan Kawasan dan Kelas Jalan Reklame di Kota Semarang;

Surat Keputusan Walikota Semarang Nomor 510/202 Tahun 2009 tentang Tata Letak Reklame di Kota Semarang.

Jurnal

Gita Azka Asfara. *Tugas Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame Menurut Peraturan Walikota Semarang Nomor 39 Tahun 2008 di Kota Semarang*, (Universitas Diponegoro, Diponegoro Law Journal, Volume 5 Nomor 3, 2016).

Panji Yudha Niandanu. *Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Semarang*, (Universitas Diponegoro, Journal of Public Policy and Management Review, Volume 4 Nomor 4, 2015).

Riko Dwi Arnendo. *Implementasi Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kota Semarang*. (Universitas Diponegoro, Journal of Public Policy and Management Review, Volume 7 Nomor 1, 2018).

Singgih Pangestu. *Implementasi Pelayanan Publik tentang Perizinan Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 14 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Semarang*. (Universitas Negeri Semarang, Jurnal, Volume 2 Nomor 1, 2016).

Internet

Website Dinas Penataan Ruang Kota Semarang
<http://www.distaru.semarangkota.go.id>

Website Pemerintah Kota Semarang
<http://www.semarangkota.go.id>

Wawancara

Wawancara Penulis dengan Bapak Gita Affa Arsyada, S.T, selaku Kepala Seksi Perencanaan dan Penataan Bangunan Gedung Dinas Penataan Ruang Kota Semarang, pada tanggal 27 Maret 2019.

Wawancara Penulis dengan Ibu Marthika Hanindyah, S.H., M.H, selaku Kepala Seksi Penanganan Sengketa Tata Ruang, Tanah dan Bangunan Dinas Penataan Ruang Kota Semarang, pada tanggal 27 Maret 2019.