

**PENGAWASAN PEMASANGAN REKLAME DALAM RANGKA KEGIATAN  
BISNIS DI KOTA PALEMBANG BERDASARKAN PERATURAN DAERAH  
KOTA PALEMBANG NO. 16 TAHUN 2001 TENTANG  
PENYELENGGARAAN REKLAME**



8  
346.04507  
nar  
p  
C050598  
2005



12188/  
12190

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti  
ujian skripsi/comprehensive

Oleh :

**MARLIANI**  
NIM. 02003100065

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS HUKUM  
2005**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS HUKUM**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : **Marliani**  
**NIM** : **02003100065**  
**Program Studi** : **Ilmu Hukum**  
**Program Kekhususan** : **Studi Hukum dan Bisnis**  
**Judul Skripsi** : **Pengawasan Pemasangan Reklame Dalam Rangka Kegiatan Bisnis di Kota Palembang Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame**

**Inderalaya, Januari 2005**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing Utama,**



**Amrullah Arpan, S.H.,S.U.**  
**NIP. 130 876 415**

**Pembimbing Pembantu,**



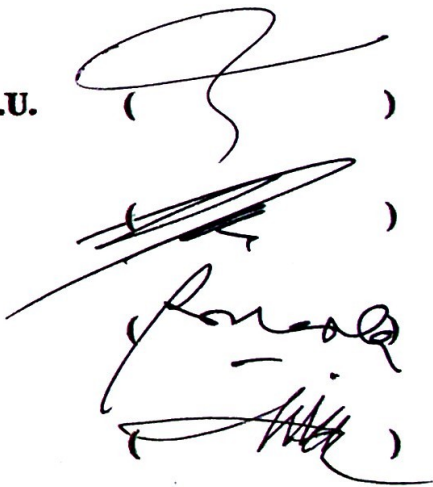
**Ridwan, S.H.,M.Hum.**  
**NIP. 131 913 564**

Telah diuji pada :  
Hari : Selasa  
Tanggal : 22 Februari 2005

Nama : Marliani  
Nomor Induk Mahasiswa : 02003100065  
Program Kekhususan : Studi Hukum Dan Bisnis

**TIM PENGUJI**

1. Ketua : H. Albar Sentosa Subari, S.H.,S.U.
2. Sekretaris : Ridwan, S.H.,M.Hum.
3. Anggota : Rosmala Polani, S.H.
4. Anggota : Amrullah Arpan, S.H.,S.U.



Inderalaya, 22 Februari 2005

Mengetahui :  
Dekan,

**H.K.N. Sofyan Hasan, S.H., M.H.**  
NIP. 131 288 646



## **Motto :**

*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*

*(Surat An-Nahl Ayat 90)*

*Hidup ini harus dibawa senang, jangan menyimpan dendam, dan berbuat baiklah kepada semua orang.*

*(Penulis)*

*Kupersembahkan untuk:*

♥ *Ayahanda dan Bunda ku tersayang*

♥ *Adik-adikku yang tersayang Yana, Falen, Hakim,  
dan Ayu*

♥ *Almamaterku*

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGAWASAN PEMASANGAN REKLAME DALAM RANGKA KEGIATAN BISNIS DI KOTA PALEMBANG BERDASARKAN PERATURAN DAERAH KOTA PALEMBANG NO. 16 TAHUN 2001 TENTANG PENYELENGARAAN REKLAME”** ini sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Inderalaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan, yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itulah, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun/konstruktif, demi terwujudnya karya tulis ilmiah yang lebih baik di masa mendatang.

Kemudian dengan rasa tulus dan ikhlas, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H. K.N. Sofyan Hasan, SH., MH. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Ruben Achmad, SH., MH. sebagai Pembantu Dekan I,  
Ibu Wahyu Ernaningsih, SH., M.Hum. sebagai Pembantu Dekan II,

dan Bapak Fahmi Yoesmar AR., SH., MS. sebagai Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya.

3. Bapak Amrullah Arfan, SH., SU. selaku Pembimbing Utama.
4. Bapak Ridwan, SH., M.Hum. selaku Pembimbing Pembantu.
5. Bapak Muhamad Rasyid, SH., M.Hum. sebagai Penasehat Akademik.
6. Bapak-bapak/Ibu-ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Jusman, SE dan Bapak Ir. Isnaini Madani di Dinas Tata Kota Palembang, Bapak Komaruddin, S.Sos di Dinas Kebersihan dan Keindahan Kota Palembang, dan Bapak Ahyar serta seluruh staf Dinas Polisi Pamong Praja Palembang, atas bantuan datanya untuk skripsi ini.
8. Ibu Yanti dan Mbak Last, serta karyawan/karyawati Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Hukum UNSRI.
9. Kakak Iqbal di Lab. Fakultas Hukum Sore UNSRI, atas bantuannya mengedit skripsi ini.
10. Ayahanda dan bunda serta adik-adikku tersayang yang telah tabah menghadapiku selama ini dan telah memberi dukungan, serta doanya kepadaku.
11. Teman-teman kelompok KKL di Pengadilan Negeri Palembang : Liza. U, Dian.A, Ice, Juan, Agustina, Rika.S, Zakaria, Dian. K, dan Haryanto.
12. Sahabat-sahabatku: Fitria, Agus, Rika, Ebex, Gelox, dan Andi, serta seluruh teman-teman angkatan '00 yang tidak dapat disebutkan satu persatu .

13. Sahabat-sahabatku di Hubullah : April, Andi, Alex, Okta, Syukur, serta Pak Zainal Panani selaku manager Hubullah yang telah membagi pengalaman yang sangat berharga kepadaku.
14. Rosi dan Fransiska/Kaka, (di SMUX 1) terima kasih atas bantuan datanya untuk skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat-Nya dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amien.

Palembang, Januari 2005

Penulis

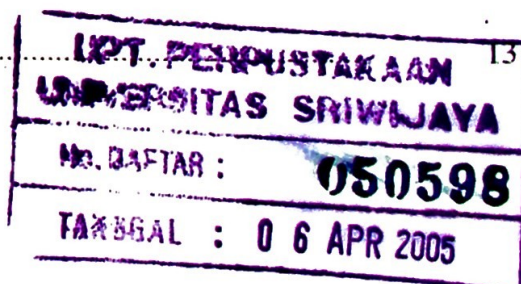
## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Beberapa Biro Reklame di Kota Palembang .....	45
Tabel 2 Prosedur Pelayanan Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Palembang .....	49
Tabel 3 Lokasi dan Masa Berlakunya Reklame .....	53
Tabel 4 Nilai Sewa Reklame dan Tarif Pajak Reklame .....	57
Tabel 5 Nilai Jual Objek Reklame .....	59
Tabel 6 Lokasi dan Nilai Sewa Reklame Pada Tanah Pemerintah .....	60



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN TIM PENGUJI .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan .....	7
C. Ruang Lingkup .....	8
D. Tujuan .....	8
E. Manfaat .....	9
F. Metode Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG FUNGSI PENGAWASAN DAN FUNGSI REKLAME BAGI KEGIATAN BISNIS DAN Pemerintahan Daerah</b>	
A. Tinjauan Umum Tentang Organisasi Pemerintahan Kota Palembang .....	13



B. Pengertian Reklame .....	21
C. Perbedaan antara Reklame dengan Papan Pengumuman ...	25
D. Jenis, Tujuan, dan Fungsi Reklame.....	26
E. Pajak Reklame Sebagai Sumber Pendapatan Daerah.....	31

**BAB III PENGAWASAN PEMASANGAN REKLAME DALAM RANGKA KEGIATAN BISNIS DI KOTA PALEMBANG**

A. Mekanisme Pengawasan terhadap Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Kegiatan Bisnis Di Kota Palembang .....	36
B. Analisis tentang Tindakan Pemerintah Kota Palembang terhadap Pemasangan Reklame yang Betentangan Dengan Peraturan .....	61

**BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	73

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam rangka memperkenalkan keunggulan produk yang dipasarkan maka perusahaan-perusahaan yang memproduksi melakukan promosi yang besar-besaran terhadap produk mereka kepada masyarakat. Promosi besar-besaran sampai saat ini masih terus dijalankan sebagai wujud kebijakan manajemen perusahaan, antara lain melalui undian dan voucher. Selain promosi yang besar-besaran, perusahaan juga melakukan promosi secara tidak langsung yaitu melalui pemasangan reklame. Reklame merupakan sarana penting dalam memasarkan apa yang akan ditawarkan pada masyarakat dan bagi masyarakat reklame merupakan alat penarik perhatian karena dengan reklame, masyarakat mengetahui produk apa saja yang sedang terkenal sekarang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, reklame adalah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan (dengan kata-kata yang menarik, gambar, dan sebagainya supaya laku)<sup>1</sup>. Dari pengertian reklame berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia di atas dapat dikatakan bahwa pengertian reklame sama dengan iklan. Mengenai iklan ini terdapat suatu norma moral bahwa iklan tidak boleh menyesatkan antara lain dengan memberikan keterangan yang tidak benar, mengelabui, dan

---

<sup>1</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1997, hlm.1125.

memberi janji yang berlebihan, demikian antara lain isi tata krama dan tata cara periklanan.<sup>2</sup>

Iklan yang menyesatkan masyarakat, dapat dicegah pada waktu mendesain iklan, praktisi periklanan hendaknya memperhatikan asas-asas umum kode etik periklanan, yaitu :

1. Iklan harus jujur, bertanggungjawab, dan tidak bertentangan dengan ketentuan hukum yang berlaku.
2. Iklan tidak boleh menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat, agama, tata susila, adat, budaya, suku, dan golongan.
3. Iklan harus dijiwai oleh asas persaingan yang sehat.<sup>3</sup>

Selain asas-asas umum dalam kode etik periklanan, pelaku usaha periklanan hendaknya memperhatikan Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan :

“Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :

- (a). Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan /atau jasa.
- (b). Mengelabui jaminan terhadap barang dan/atau jasa.
- (c). Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
- (d). Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.

---

<sup>2</sup> Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, hlm. 7.

<sup>3</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 140.

- (e). Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
- (f). Melanggar etika dan/atau peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Kamus Besar Bahasa Indonesia, menyatakan bahwa reklame sama dengan iklan<sup>4</sup>, sedangkan menurut Buchari Alma, sebenarnya reklame lebih luas dari iklan.<sup>5</sup> Dengan demikian iklan termasuk ke dalam kegiatan reklame. Lebih lanjut Buchari Alma mengemukakan :

“Segala kegiatan yang berseru berulang-ulang baik secara diam seperti papan reklame atau berseru seperti tukang obat pinggir jalan disebut reklame. Perbedaan antara reklame dengan iklan yaitu terletak pada media yang digunakan. Iklan dipasang pada media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film, bioskop, bahkan juga ada iklan keluarga, kematian, pernikahan, kelahiran, anak hilang, dan sebagainya.”<sup>6</sup>

Pandangan yang pada dasarnya sama dengan uraian di atas juga diungkapkan oleh Manullang, yang menjelaskan :

“Reklame lebih luas dari iklan dan advertensi, reklame merupakan setiap perbuatan yang berusaha memberitahukan sesuatu hal atau barang dengan maksud menarik dan menimbulkan perhatian orang terhadap hal atau barang tersebut dengan menggunakan berbagai media bukan hanya majalah dan surat kabar tetapi juga media lain misalnya radio, bioskop, papan reklame. Sedangkan iklan adalah setiap perbuatan yang sama dengan mempergunakan media surat kabar atau majalah.”<sup>7</sup>

Menurut Pasal 1 (10) Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame, menyatakan :

“Reklame yang berupa benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan, dan atau corakragamnya dimaksudkan untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan , menganjurkan, atau

<sup>4</sup> Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Loc. Cit.*,

<sup>5</sup> Buchari Alma, *Dasar-dasar Bisnis dan Pemasaran*, Alfabeta, Bandung, 1992, hlm.177.

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm.177.

<sup>7</sup> Manullang, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Ghalia Indonesia, Medan, 1973, hlm. 273.

memujikan suatu barang, jasa, ataupun seseorang atau badan hukum yang diselenggarakan ditempat yang dilihat atau didengar oleh umum “

Berdasarkan pengertian reklame di atas, maka dapat dikatakan bahwa fungsi dari pemasangan reklame adalah sebagai alat untuk mencapai tujuan komersial agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Selain berfungsi untuk mencapai tujuan komersial, reklame juga memiliki fungsi lain, yaitu<sup>8</sup> :

1. Mewujudkan kerapian dan keindahan kota sehingga perlu dilakukan pengaturan dalam penyelenggaraan reklame.
2. Dapat meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan reklame berupa pemungutan pajak reklame untuk menunjang usaha peningkatan pendapatan asli daerah. Pajak atas reklame (iklan dalam koran atau majalah ) merupakan salah satu pajak daerah yang umumnya dipungut oleh provinsi dan/atau kabupaten.

Dari pendapat Santoso Brotodihardjo ini, maka dapat dikatakan bahwa pengaturan pemasangan reklame oleh pemerintah merupakan salah satu bentuk dari pajak daerah.

Dalam reklame juga terdapat suatu tujuan secara individual dari suatu korporasi (Biro Reklame atau perusahaan Periklanan) yang akan merugikan kehidupan masyarakat, yaitu<sup>9</sup>:

1. Masalah laba yang didapat Biro Reklame

---

<sup>8</sup> Santoso Brotodihardjo, *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*, Refika Aditama, Bandung, 1998 hlm.106.

<sup>9</sup> Hamzah Hetrik, *Asas Pertanggungjawaban dalam Hukum Pidana*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996, hlm.140.

2. Persaingan diantara Biro Reklame
3. Target sukses yang akan dicapai.

Penyelenggaraan reklame harus memenuhi persyaratan keindahan, kepribadian, dan kebudayaan bangsa serta tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, kesehatan, serta sesuai dengan rencana kota. Dalam rangka menunjang keindahan kota, dan untuk mengatur reklame dalam suatu komposisi yang baik, penyelenggaraan reklame ditempatkan pada panggung reklame ( yaitu suatu sarana atau tempat pemasangan reklame) yang ditetapkan untuk satu atau beberapa reklame yang pemasangannya ditentukan oleh Kepala Daerah .

Walaupun pemasangan reklame harus ditempatkan pada panggung reklame yang ditentukan oleh kepala daerah tetapi masih terdapat pemasangan reklame di pohon-pohon pelindung kota yang ditanam di tepi jalan raya, misalnya pemasangan **reklame papan**. ( reklame papan adalah reklame yang terbuat dari papan, kayu, termasuk seng atau bahan yang sejenis yang dipasang atau digantung pada bangunan, dinding, tembok, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun tidak disinari) disepanjang jalan Jenderal Sudirman Palembang.<sup>10</sup>

Pemasangan reklame besar yang dipasang di jembatan penyeberangan Internasional Plaza Palembang dan reklame yang akan dipasang di Jalan Gubernur Ahmad Bastari Palembang (dari arah Jakabaring) menutupi penglihatan terhadap

---

<sup>10</sup> Berdasarkan pengamatan penulis dari tanggal 2 Mei 2004 sampai 20 Mei 2004, antara lain terdapat di Jalan Jenderal Sudirman Palembang.

jembatan Ampera sehingga menimbulkan ketidakrapihan dan keindahan kota. Selain itu, reklame juga dipasang di kaki Jembatan Ampera (Jalan HM. Ryacudu) Palembang, dekat Universitas Kader Bangsa yang juga menghalangi penglihatan ke jembatan Ampera padahal jembatan Ampera merupakan suatu keindahan dan kebanggaan masyarakat Palembang.<sup>11</sup>

Untuk menghindari reklame yang menyesatkan masyarakat dan dalam rangka untuk lebih meningkatkan daya guna dan hasil guna penyelenggaraan reklame berupa pemungutan pajak reklame sebagai usaha menunjang peningkatan pendapatan asli daerah, perlu dilakukan pengaturan penyelenggaraan reklame sehingga Pemerintah Kota Palembang telah mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame yang diundangkan pada tanggal 4 Mei 2001.

Berdasarkan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame, bahwa setiap penyelenggaraan reklame di daerah wajib terlebih dahulu memperoleh izin tertulis dari Kepala Daerah. Izin penyelenggaraan reklame ini berfungsi untuk pemungutan pajak karena izin penyelenggaraan reklame merupakan surat yang digunakan oleh wajib pajak untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak terhutang. Kemudian ada lagi ketentuan bahwa untuk keindahan kota, maka reklame harus ditempatkan di panggung reklame. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 12 ayat (1) Peraturan Daerah

---

<sup>11</sup> Jembatan Ampera Terhalang Reklame, Sriwijaya Post, Senin 26 April 2004, hlm.13, kolom 4.



Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Reklame, yaitu dalam rangka menunjang keindahan kota dan untuk mengatur reklame dalam suatu komposisi yang baik, maka penyelenggaraan reklame harus ditempatkan pada tempat tertentu.

Oleh karena penyelenggaraan reklame berkaitan erat dengan ruang, ketertiban umum, dan keindahan, maka diperlukan upaya-upaya pengaturan dan pengelolaan oleh pemerintah daerah. Upaya pengaturan dan pengelolaan dilakukan dalam rangka penyerasian kegiatan penggunaan ruang, ketertiban umum, dan keindahan termasuk juga dalam upaya keselamatan. Sekalipun telah diatur ketentuan mengenai tatacara pemasangan reklame, bukan mustahil ketentuan yang sedemikian ini dilanggar. Untuk itulah diperlukan lembaga dan mekanisme pengawasannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis berkeinginan untuk meneliti dan mengkaji pelaksanaan Peraturan Daerah No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Palembang yang akan dituangkan dalam skripsi dengan judul : "Pengawasan Pemasangan Reklame Dalam Rangka Kegiatan Bisnis di Kota Palembang Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame " dengan demikian, aspek yang akan dikaji adalah aspek pengawasannya.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka permasalahan dalam penulisan ini adalah :

1. Bagaimana mekanisme pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame di kota Palembang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame ?
2. Bagaimana tindakan Pemerintah Kota Palembang terhadap pemasangan reklame yang bertentangan dengan peraturan ?

### **C. Ruang Lingkup**

Dalam melakukan penulisan ini, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan mengenai pengawasan pemasangan reklame di kota Palembang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

### **D. Tujuan**

Tujuan umum dari penulisan skripsi ini adalah untuk :

1. Mengetahui lebih jelas mekanisme pengawasan penyelenggaraan reklame di kota Palembang berdasarkan Peraturan Daerah No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame.
2. Mengetahui tindakan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Palembang terhadap pemasangan reklame yang bertentangan dengan peraturan.

### **E. Manfaat**

Manfaat yang diperoleh dari penulisan skripsi ini adalah :

1. Dari aspek teoritis, melalui skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam rangka pengaturan tentang penyelenggaraan reklame.
2. Dari aspek praktis, skripsi ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka mengefektifkan pengawasan pemasangan reklame di kota Palembang.

### **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian diartikan sebagai suatu cara atau teknis yang dilaksanakan dalam suatu penelitian, sedangkan penelitian sendiri diartikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan erat dengan analisis dan konstruksi yang dilaksanakan secara metode, sistematis, dan konsisiten. Metode berkaitan dengan cara tertentu, sistematis adalah berdasarkan suatu sistem, sedangkan konsisten tidak adanya hal-hal yang bertentangan dalam suatu kerangka tertentu.<sup>12</sup>

#### **1. Pendekatan Masalah**

Pendekatan masalah dalam penulisan skripsi ini menggunakan pendekatan yuridis normatif ditunjang dengan data empiris yang bersifat deskriptif kualitatif karena penelitian ini tidak hanya meliputi peraturan perundang-undangan dan bahan-bahan hukum di perpustakaan, tetapi juga terhadap prakteknya di lapangan.

---

<sup>12</sup> Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, Jakarta, Universitas Indonesia (UI-Press), 1986, hlm. 42.

## 2. Jenis dan sumber data

Data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada bagian hukum Pemerintah Kota Palembang dan perusahaan reklame.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan melakukan studi kepustakaan ( *library Research* ). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian skripsi ini terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

#### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan dalam skripsi ini adalah peraturan perundangan yang berlaku yaitu :

- a. Undang-Undang No. 34 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah
- b. Undang-Undang No. 32 Tahun 2000 Tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah
- c. Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

- d. Keputusan Walikota Palembang No. 66 Tahun 2001 Tentang Prosedur, Mekanisme, dan Persyaratan Pemberian Izin Penyelenggaraan Reklame.

## 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum primer yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah karya ilmiah, tulisan ilmiah, surat kabar, buku-buku pedoman dan internet.

## 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti Kamus Besar Bahasa Indonesia dan Kamus Lengkap Bisnis.

## 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Palembang, yaitu :

- a. Dinas Tata Kota Palembang
- b. Dinas Kebersihan dan Keindahan Kota Palembang
- c. Dinas Pamong Praja Palembang
- d. Biro Reklame Davis Advertising Palembang

#### 4. Cara Pengumpulan Data

Data –data yang diperoleh dalam penelitian ini dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen resmi, majalah-majalah, hasil penelitian, dan segala bahan penelitian untuk mendapatkan data sekunder yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Selain menggunakan studi kepustakaan, cara pengumpulan data juga dilakukan melalui studi lapangan yaitu pengumpulan data dengan melakukan penelitian di Pemerintah Kota Palembang dan mengadakan wawancara kepada para pegawai Pemerintahan Kota Palembang serta pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan permasalahan.

#### 5. Analisis Data

Data yang telah diperoleh dianalisis secara kualitatif dalam arti data tersebut diuraikan dan dihubungkan secara sistematis dengan menggunakan kata-kata untuk menggambarkan kesimpulan dan menjawab permasalahan.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku Teks

- Buchari Alma, *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*, Alfabeta, Bandung, 2000.
- Frank Jefkins, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta, 1996.
- Hamzah Hetrik, *Asas Pertanggungjawaban Dalam Hukum Pidana*, Refika Aditama, Bandung, 1998.
- Hanafiah dan Syaifuddin, *Tata Niaga Hasil Perikanan*, Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta, 1983.
- Manullang, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Ghalia Indonesia, Medan, 1973.
- Philipus M. Harjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gajah Mada Press, Jakarta, 1998.
- Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, *Prihal Kaedah Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993.
- Santoso Brotodihardja, *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*, Refika Aditama, Bandung, 1998.
- Saut P. Panjaitan, *Pengantar Ilmu Hukum*, Unsri Press, 1998.
- Soerjono Soekanto, *Efektifitas Hukum dan Peranan Sanksi*, Remadja Karya, Bandung, 1998.
- Sofyan Assauri, *Managemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, Rajawali, Erlangga, Jakarta, 1997.
- Sudaryatmo, *Managen Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996.
- Sukimin A. W dan Edi Sutandur, *Kerajinan Tangan Dan Seni Rupa*, Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, Surakarta, 2003.
- Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

## **B. Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang No. 34 Tahun 2000 Tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Peraturan Daerah Kota Palembang No. 16 Tahun 2001 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Keputusan Walikota No. 66 Tahun 2001 Tentang Prosedur, Mekanisme, dan Persyaratan Pemberian Izin Penyelenggaraan Reklame

## **C. Kamus**

Christoper Pass dan Bryanlower, *Kamus Lengkap Bisnis*, Alih Bahasa Sudardjo, Erlangga, Jakarta, 1997.

Nuradi, dkk, *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1996.

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Depdikbud RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1997.

## **D. Dokumen Lain**

Sriwijaya Post, *Jembatan Ampera Terhalang Reklame*, Senin 26 April 2004.

Sumatra Ekspres, *Lagi Puluhan Reklame Dibongkar*, Selasa 24 Agustus 2004