

ANALISIS PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME BERDASARKAN PERATURAN DAERAH KOTA YOGYAKARTA NOMOR 6 TAHUN 2022 TENTANG REKLAME

Rahman¹, Niken Wahyuning Retno Mumpuni²

INTISARI

Dalam dunia bisnis, reklame sudah dianggap sebagai sistem komunikasi yang strategis. Dengan adanya perubahan regulasi terhadap perizinan penyelenggaraan reklame membuat masyarakat harus beradaptasi. Dalam prakteknya masih banyak masyarakat yang belum mengetahui perizinan penyelenggaraan reklame sehingga banyak penyelenggaraan reklame yang belum sesuai dengan regulasi terbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan perizinan penyelenggaraan reklame setelah adanya perubahan regulasi dan penegakan hukum terhadap perizinan penyelenggaraan reklame. Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif empiris dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi kepustakaan. Semua data yang didapatkan dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pelaksanaan izin reklame dan penegakan hukumnya sudah sesuai dengan peraturan terbaru, namun masih banyak masyarakat yang belum mengetahui perubahan peraturan terhadap perizinan penyelenggaraan reklame. Sehingga perlu adanya sosialisasi yang lebih luas lagi dan meningkatkan koordinasi antar perangkat daerah. Upaya penegakan hukum telah dijalankan oleh para perangkat daerah yang berwenang sesuai dengan peraturan daerah, akan tetapi perlu adanya peningkatan upaya penegakan hukum *preventif* agar kesadaran masyarakat terhadap penyelenggaraan reklame dapat ditingkatkan.

Kata Kunci : reklame, penyelenggaraan, perizinan

¹ Mahasiswa Prodi Hukum (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Prodi Hukum (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

LAW ENFORCEMENT ANALYSIS OF ADVERTISING ORGANIZATION PERMITS BASED ON LOCAL REGULATION OF YOGYAKARTA CITY NUMBER 6 OF 2022 CONCERNING ADVERTISING

Rahman¹, Niken Wahyuning Retno Mumpuni²

ABSTRACT

In the business world, advertising is already considered a strategic communication system. The regulatory changes regarding advertising permits require society to adapt. In practice, many people are still unaware of advertising permits, leading to numerous instances of non-compliance with the latest regulations. This study aims to explore the implementation of advertising permits following regulatory changes and the enforcement of these permits. The research utilizes a normative empirical research method with data gathered through interviews and literature review. All collected data are analyzed using qualitative analysis methods. The research findings indicate that the implementation of advertising permits and their enforcement align with the latest regulations. However, there remains a significant lack of public awareness regarding regulatory changes in advertising permits. Therefore, there is a need for broader socialization efforts and enhanced coordination among local authorities. Law enforcement efforts have been conducted by authorized local officials in accordance with regional regulations. However, there is a need for enhanced preventive law enforcement efforts to increase public awareness regarding advertising management.

Keyword: advertisement, implementation, permits

¹ Mahasiswa Prodi Hukum (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Prodi Hukum (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta