

BAB II

GAMBARAN UMUM KOTA SEMARANG

2.1 Kota Semarang

2.1.1 Keadaan Geografis

Kota Semarang terletak antara $6^{\circ}50'$ - $7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan garis $109^{\circ}35'$ - $110^{\circ}50'$ bujur Timur, Letak Kota Semarang tersebut hampir berada ditengah bentangan panjang kepulauan Indonesia dari arah Barat dan Timur. Sedangkan ketinggian Kota Semarang terletak antara 0,75-348,00 meter diatas garis pantai dan secara umum kemiringan tanah berkisar antara 0% sampai dengan 40% (curam). Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Kota Semarang memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa (dengan panjang garis pantai meliputi 13,5 Km)
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan wilayah Kabupaten Dati II Demak
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan wilayah Kabupaten Dati II Semarang
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan wilayah Kabupaten Dati II Kendal

Luas wilayah Kota Semarang tercatat $373,70 \text{ Km}^2$. Luas yang ada, terdiri dari $39,56 \text{ Km}^2$ (10,59%) tanah sawah dan $334,14 \text{ Km}^2$ (89,41%) lahan sawah. Menurut penggunaannya, luas sawah terbesar merupakan tanah sawah tadah hujan (53,12%) dan hanya sekitar 19,97% nya saja yang dapat ditanami 2 (dua) kali.

2.1.2 Keadaan Demografis

Jumlah penduduk Kota Semarang tercatat sebesar 1.584.906 jiwa dengan pertumbuhan penduduk sebesar 0,97 %. Kondisi tersebut memberi arti bahwa pembangunan kependudukan, khususnya usaha untuk menurunkan jumlah kelahiran, memberikan hasil yang nyata. Sekitar 71,55 % penduduk Kota Semarang berumur produktif (15-64) th, sehingga angka beban tanggungan, yaitu perbandingan antara penduduk usia produktif dengan penduduk usia tidak produktif (0-14 dan 65 th keatas) sebesar 39,77 yang berarti 100 orang penduduk usia produktif menanggung 40 orang penduduk usia tidak produktif.

Kepadatan penduduk cenderung naik seiring dengan kenaikan jumlah penduduk. Di sisi lain, penyebaran penduduk di masing-masing kecamatan belum merata. Di wilayah Kota Semarang, tercatat kecamatan Semarang Selatan sebagai wilayah terpadat, sedangkan kecamatan Mijen merupakan wilayah yang kepadatannya paling rendah. Sejalan dengan laju perkembangan dan pertumbuhan penduduk, untuk sektor tenaga kerja ini diprioritaskan pada penciptaan perluasan dan pemerataan kesempatan kerja serta perlindungan tenaga kerja.

Menurut BPS, penduduk usia kerja didefinisikan sebagai penduduk berumur 10 tahun ke atas dan dibedakan sebagai Angkatan Kerja dan Bukan Angkatan Kerja. Angkatan Kerja adalah penduduk yang bekerja dan yang sedang mencari pekerjaan. Disisi lain, bukan Angkatan Kerja, yaitu mereka yang kegiatan utamanya mengurus rumah tangga, sekolah atau mereka yang tidak mampu melakukan kegiatan karena usia tua atau alasan fisik (cacat).

Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja yaitu perbandingan antara angkatan kerja terhadap penduduk usia kerja sebesar 79,29 %. Sedangkan tingkat kesempatan kerja, yaitu perbandingan antara penduduk yang bekerja dengan penduduk usia kerja adalah sebesar 53,80 %. Dari data yang ada, mata pencaharian penduduk yang utama berturut-turut adalah Jasa dan lainnya (11,86 %), Buruh Industri (25,65 %), Buruh Bangunan (12,02 %), PNS / ABRI (13,76 %) serta Petani sendiri (3,95 %).

2.1.3 Keadaan Sosial Ekonomi

Pembangunan di bidang sektor ini diarahkan pada peningkatan usaha diversifikasi, intensifikasi dan ekstensifikasi yang didukung oleh usaha pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pembangunan pada sektor pertanian dan kehutanan berorientasi pada peningkatan produksi, pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan, pengolahan hasil serta pemasaran dalam sistem Agrobisnis, sehingga diharapkan dapat mengembangkan dan meningkatkan sumber dan potensi daerah yang mampu menciptakan tambahan kesempatan kerja serta diharapkan memenuhi kebutuhan bahan baku industri dalam negeri maupun peningkatan ekspor non migas yang intinya dapat meningkatkan pendapatan daerah dan peningkatan kesejahteraan petani.

Untuk sub sektor pertanian tanaman pangan, tidak lagi mengarah pada produksi tanaman padi, melainkan pada tanaman hortikultura, dimana lahan yang digunakan adalah lahan kering. Jenis tanaman hortikultura yang mengalami penurunan produksi dibandingkan dengan keadaan sebelumnya diantaranya

adalah sayuran kacang panjang, cabai, terung, tomat dan buncis. Sedangkan tanaman buahbuahan pada umumnya mengalami penurunan produksi.

Sub sektor Perikanan meliputi kegiatan usaha perikanan laut, perikanan tambak, kolam dan perairan umum. Produksi perikanan tercatat sebesar 1,688,26 ton dengan nilai produksi 961,458 juta Rupiah. Usaha pengawetan ikan yang terdiri dari pengasinan, pemindangan dan pengasapan ikan serta pembuatan terasi merupakan usaha alternatif yang sangat menguntungkan. Terlihat usaha ini mengalami peningkatan produksi tahun demi tahun yang tentu saja diikuti dengan kenaikan nilai produksinya.

Berbagai cara dilakukan oleh Pemerintah Kota Semarang untuk mengumpulkan dana dalam upaya membelanjai pengeluaran yang diperlukan bagi pelaksanaan kegiatan-kegiatannya. Pertama dapat diperoleh dari sumber-sumber yang dikategorikan sebagai Pendapatan asli Daerah (PAD); kedua dari bagi hasil pajak/non pajak; ketiga adalah dari sumbangan dan bantuan; keempat dari Penerimaan Pembangunan yang berasal dari pinjaman dan digunakan untuk belanja pembangunan.

Permodalan Koperasi telah mencapai 1,280,860,670 rupiah. Sedangkan indikator lainnya seperti volume usaha, asset dan SHU masing-masing mencapai sebesar 1.074,469,850 rupiah, 1.279,760,670 rupiah dan 106,323,547 rupiah. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan Koperasi lebih menarik bagi masyarakat. Banyaknya penghimpunan dan penggunaan dana yang dihimpun oleh BPD Jawa Tengah cabang Semarang, meliputi pinjaman, inventaris dan total asset mengalami peningkatan. Untuk pinjaman sebesar 1.493.428.524 ribu rupiah naik

47,26 %, inventaris sebesar 4,711,260 rupiah naik sebesar 38,61 % dan untuk total asset sebesar 2,384,257,667 rupiah atau naik 20,13 %. Peran daerah dalam mendukung perekonomian nasional cukup besar namun sejalan dengan perkembangan perekonomian nasional, peran tersebut menjadi belum optimal. Fenomena perekonomian saat ini cenderung menuntut adanya peran aktif dari para eksekutif untuk lebih banyak menggali potensi perekonomian daerahnya, serta memainkan peranan yang lebih besar dalam merangsang aktifitas ekonomi daerah.

Pembangunan di Kota Semarang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang adil makmur, merata material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, dalam rangka mendukung pembangunan daerah Propinsi Jawa Tengah, serta bertujuan mengembangkan potensi perekonomian daerah secara optimal. Pertumbuhan ekonomi disamping dapat berdampak pada peningkatan pendapatan perkapita, pada akhirnya juga akan berpengaruh pada pendapatan Pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan oleh angka PDRB atas dasar harga konstan 2000 merupakan salah satu indikator untuk melihat keberhasilan pembangunan. PDRB kota Semarang naik menjadi 24.196.487,72. Ini berarti daerah Semarang mampu menggali potensi ekonomi yang ada, sehingga akan semakin besar PDRB dan PAD-nya. Ada 2 sektor yang cukup besar sumbangannya dalam PDRB atas dasar harga berlaku, yaitu sektor perdagangan, hotel dan restoran; serta sektor industri pengolahan.

Sumbangan sektor perdagangan, hotel dan restoran cenderung naik yaitu dari 28,01 % menjadi 28,43 % dengan laju pertumbuhan sebesar 10,03 %. Untuk

sektor Industri pengolahan menyumbang 24,63 % mengalami kenaikan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 24,36 % dengan pertumbuhan 13,46 %.

2.1.4 Keadaan Sosial Budaya

Pembangunan pada sektor Pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kualitas manusia Indonesia yang cerdas dan terampil yang diikuti rasa percaya diri sendiri serta sikap dan perilaku inovatif, disamping itu merupakan proses budaya untuk meningkatkan harkat dan martabat manusia yang berlangsung seumur hidup dan di dalam lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Perkembangan tingkat partisipasi sekolah haruslah diimbangi dengan penyediaan sarana fisik pendidikan maupun tenaga guru yang memadai.

Pembangunan budaya diupayakan untuk pembinaan, pengembangan dan kelestarian budaya daerah sebagai budaya integral nasional. Kelompok-kelompok seni budaya, termasuk budaya tradisional terus dimotivasi dan didorong semangatnya untuk menekuni seni yang diminatinya, dengan menonjolkan pengembangan kreasi dalam rangka memenuhi keinginan masyarakat yang haus akan inovasi. Bahkan Pemerintah Daerah Kota Semarang telah memberikan suatu tempat, yaitu Taman Raden Saleh kota Semarang, dimana di sana tersedia berbagai fasilitas, seperti panggung tertutup, sanggar terbuka dan lain-lain.

Perbaikan kesehatan masyarakat harus terus ditingkatkan dengan cara pencegahan dan pemberantasan penyakit menular, pembinaan kesehatan lingkungan pemukiman, penyediaan dan pengawasan air bersih, penyuluhan kesehatan masyarakat dan pelayanan kesehatan ibu dan anak serta pemulihan

kesehatan. Pencegahan penyakit dan cara hidup sehat lebih diutamakan daripada pengobatan. Untuk itu, Pemerintah Daerah, dalam hal ini Dinas Kesehatan telah melaksanakan berbagai macam imunisasi pada masyarakat. Kegiatan imunisasi yang telah dilaksanakan adalah BCG, Polio, DPT dan Campak.

2.2 Reklame di Kota Semarang

2.2.1 Pengertian Reklame

Dalam dunia informasi sekarang ini, ketika periklanan luar ruangan (*outdoor*) atau biasa disebut dengan reklame mengalami berbagai macam inovasi untuk dapat menjadi alternatif media pemasaran yang efektif. Reklame kini telah dilengkapi hiasan, efek menyolok, efek gerakan dan sinar serta elektronik/digital. Iklan tersebut sengaja dipasang pada gedung-gedung yang tinggi atau dilengkapi dengan untaian lampu reklame yang kerlap-kerlip seperti yang biasa ditemukan dikota-kota Asia. Reklame dapat didefinisikan sebagai benda, alat atau perbuatan yang menurut bentuk, susunan dan atau corak ragamnya dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau seseorang yang ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum (Jefkins, 2006:126).

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah dan pengecualian

lainnya sesuai dengan peraturan berlaku (Pandiangan, 2013:3). Menurut Perda Kota Semarang No 14 Tahun 2012, 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.

Berdasarkan pengertian reklame ini, keberadaan reklame mencakup dua dimensi yang terdiri atas :

- 1) Dimensi informasi yang mengandung aspek ekonomi dan bersifat nonfisik.
Reklame adalah suatu pesan yang merupakan sarana promosi barang dan jasa dengan menyewa ruang dan waktu dari media luar ruangan.
- 2) Dimensi keruangan yang mengandung aspek tata ruang dan bersifat fisik.
Reklame merupakan suatu benda yang mengisi ruang perkotaan sehingga merupakan bagian dari “*asssesories*” perkotaan.

2.2.2 Kebijakan Reklame

Kebijakan Perijinan penyelenggaraan reklame di Kota Semarang mengacu pada Perda Kota Semarang No 14 Tahun 2012 Pasal 20 dimana permohonan penyelenggaraan reklame diawali dengan pemohon yang mengajukan permohonan pejabat/instansi yang ditunjuk. Pejabat/instansi yang ditunjuk dalam hal ini adalah Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Semarang. Badan Pelayanan Perijinan Terpadu selanjutnya akan melakukan proses permohonan izin dari pemohon. Selanjutnya, petugas lapangan dari Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame memberikan pertimbangan apakah izin tersebut layak untuk

diturunkan sebelum akhirnya jika disetujui Dinas Penerangan Jalan dan Pengelolaan Reklame menerbitkan izin tertulis bagi penyelenggara reklame.

Biro reklame selaku pihak penyedia jasa reklame mau tidak mau harus menaati prosedur perijinan penyelenggaraan reklame yang telah ditetapkan. Lebih lanjut menurut mereka jika peraturan yang telah dibuat tidak mereka ikuti, maka akan berdampak panjang yaitu reklame yang mereka ajukan tidak terbit ataupun penindakan jika biro reklame langsung memasang reklame tanpa melewati semua proses yang seharusnya dilakukan. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa bisa dikatakan penyebab dari permasalahan tersebut adalah lamanya pengurusan perijinan dari diajukan sampai terbit. Lamanya proses perijinan tersebut sangat dikeluhkan oleh biro reklame selaku penyelenggara reklame.

2.2.3 Tata Letak Reklame

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. Penyelenggara Reklame adalah pemilik reklame baik berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, pemilik produk dan/atau perusahaan jasa periklanan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

Perencanaan reklame adalah kegiatan pendataan, pemetaan, penataan dan penetapan titik reklame dengan memerhatikan estetika, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan serta sesuai dengan rencana tata ruang kota dan

peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penataan reklame adalah kegiatan pendataan, pemetaan, dan penetapan titik reklame dengan memerhatikan estetika, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan, sesuai dengan rencana tata ruang kota, tidak diskriminatif atau merugikan kepentingan publik, mengganggu atau menghambat dan/atau menghalangi pandangan pengguna kendaraan dan rambu-rambu lalu lintas.

Perijinan reklame adalah proses pelayanan penyelenggaraan reklame permanen dan reklame non permanen untuk memperoleh pengesahan dari Walikota dengan lebih dahulu melengkapi syarat dan kewajiban administrasi yang ditentukan. Sewa Lahan adalah pemanfaatan lahan Pemerintah Daerah untuk penempatan titik reklame.

Setiap perencanaan penetapan reklame yang meliputi pendataan, pemetaan, penataan dan penetapan titik reklame, harus memperhatikan estetika, keselamatan, keserasian bangunan dan lingkungan serta sesuai dengan rencana tata ruang kota dan Peraturan Perundangundangan yang berlaku. Perencanaan penempatan reklame dilaksanakan terhadap : (a) sarana dan prasarana kota, (b) diluar sarana dan prasarana kota.

Perencanaan penempatan reklame dirinci menjadi titik-titik reklame dan dinyatakan dalam Tata Letak Reklame. Titik-titik reklame ditetapkan oleh Walikota dan dapat ditinjau kembali paling singkat 1 (satu) tahun. Pemanfaatan/penggunaan titik reklame dikenakan retribusi sewa lahan untuk pemasangan media reklame yang diatur dengan Peraturan Daerah. Penetapan

pemanfaatan, dan/atau penggunaan titik reklame dilaksanakan berdasarkan kelengkapan persyaratan pengajuan perijinan.

Penempatan reklame ditentukan berdasarkan ijin. Penataan reklame diatur menurut : a. tempat; b. jenis; c. sifat; d. ukuran ; e. konstruksi; dan f. kawasan/kelas jalan. Tempat sebagaimana dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Pada sarana dan prasarana kota, meliputi ; 1. pada bahu jalan / trotoar ; 2. halte bus; 3. jembatan penyeberangan orang (JPO); 4. jembatan penghubung gedung; 5. pos jaga polisi; 6. jam kota; 7. tempat hiburan/rekreasi; 8. gelanggang olah raga; 9. terminal; 10. pasar; 11. bangunan pedagang kaki lima; 12. papan baca; 13. taman kota; 14. titik pantau ketertiban dan keamanan.
- b. di luar sarana dan prasarana kota meliputi : 1. di atas tanah dan/atau di halaman sendiri; 2. menempel bangunan dan/atau di atas bangunan; 3. di ruas jalan tol, stasiun dan jalur kereta api; 4. Kawasan bandara dan pelabuhan; 5. ruang udara.
- c. Jenis sebagaimana dimaksud adalah sebagai berikut ; 1. reklame papan (billboard/ neon box); 2. reklame baliho; 3. reklame kain/MMT; 4. reklame selebaran; 5. reklame melekat/stiker/poster; 6. reklame kendaraan; 7. reklame udara; 8. reklame slide atau reklame film; 9. reklame peragaan; 10. reklame berjalan; 11. reklame suara; 12. reklame megatron; 13. reklame sinar laser; 14. reklame multivision; dan 15. reklame graffiti.
- d. Sifat, adalah sebagai berikut : 1. Permanen meliputi; a. reklame papan; b. reklame kendaraan; c. reklame megatron; d. reklame sinar laser; e. reklame multivision; dan f. reklame graffiti. 2. Non permanen meliputi a. reklame kain/

- MMT; b. reklame baliho; c. reklame selebaran; d. reklame melekat/stiker/poster; e. reklame udara; f. reklame slide/film g. reklame peragaan; h. reklame berjalan; dan i. reklame suara.
- e. Ukuran, adalah sebagai berikut: 1. reklame kecil dengan ukuran kurang dari 4m² (empat meter persegi); 2. reklame sedang dengan ukuran 4m² (empat meter persegi) sampai 12m² (dua belas meter persegi); dan 3. reklame besar dengan ukuran lebih dari 12 m² (dua belas meter persegi).
- f. Konstruksi, adalah : 1. kaki tunggal, yaitu sarana reklame yang konstruksinya hanya satu; 2. kaki ganda, yaitu reklame yang konstruksinya terdiri atas dua tiang atau lebih; 3. rangka, yaitu sarana reklame yang konstruksinya berbentuk rangka; dan 4. menempel, yaitu sarana reklame yang konstruksinya menyatu pada bangunan.