

Efektivitas Sistem Pengelolaan Reklame dalam Mendukung Kualitas Kebijakan Penataan Ruang: Studi Kemitraan *Yousee Company* Dengan Pemerintah Kabupaten Karanganyar

Timotius Suryadi¹, Yitno Puguh Martomo², Ana Mayasari³

^{1,3}Program Studi Administrasi Publik, Universitas Surakarta

²Program Studi Magister Ilmu Administrasi, Universitas Surakarta

¹timsuryadi@gmail.com, ²tomounsa@gmail.com, ³anamayasari92@gmail.com

Corresponding author: timsuryadi@gmail.com

Submitted: 29/06/2026; Revised: 03/07/2026; Published: 25/07/2026

DOI: <https://doi.org/10.61332/ijpa.v9i2.567>

Abstract

Billboard management requires an accurate, integrated, and accessible information system to support evidence-based spatial planning policies. This study aims to analyze the effectiveness of the billboard management system implemented by Yousee Company and its contribution to the quality of spatial planning policies in Karanganyar Regency. The study employed a descriptive qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants included Yousee Company management, the Investment and One-Stop Integrated Services Office, the Public Works and Spatial Planning Office, and the Regional Finance Agency of Karanganyar Regency. Data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, consisting of data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing. The findings show that the billboard management system meets six indicators of information system effectiveness, namely accuracy, relevance, timeliness, efficiency, accessibility, and integrity. Accuracy is supported by GPS technology and geospatial mapping, while relevance is reflected in the alignment of data with licensing and spatial planning requirements. Timeliness is strengthened through automated notifications, whereas efficiency is demonstrated by reduced operational time and costs. Accessibility facilitates data exchange across government agencies, while integrity is maintained through audit trails and layered verification. Overall, the system contributes to improving spatial planning policies by providing valid, transparent, coordinated, and accountable data for decision-making and regulatory implementation.

Keywords: *billboard management; information system effectiveness; public policy; public-private partnership; spatial planning*

Abstrak

Penataan reklame memerlukan sistem informasi yang akurat, terintegrasi, dan mudah diakses agar kebijakan penataan ruang dapat disusun berdasarkan bukti yang valid. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas sistem pengelolaan reklame yang diterapkan oleh Yousee Company serta kontribusinya terhadap kualitas kebijakan penataan ruang di Kabupaten Karanganyar. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi manajemen Yousee Company, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, serta Badan Keuangan Daerah Kabupaten Karanganyar. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup pengumpulan data, kondensasi

data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengelolaan reklame telah memenuhi enam indikator efektivitas sistem informasi, yaitu akurasi, relevansi, ketepatan waktu, efisiensi, aksesibilitas, dan integritas. Akurasi didukung oleh teknologi GPS dan pemetaan geospasial, sedangkan relevansi terlihat dari kesesuaian data dengan kebutuhan perizinan dan tata ruang. Ketepatan waktu diperkuat melalui notifikasi otomatis, sementara efisiensi tercermin dari pengurangan biaya dan waktu operasional. Aksesibilitas memungkinkan pertukaran data lintas instansi, sedangkan integritas dijaga melalui audit trail dan verifikasi berlapis. Sistem tersebut berkontribusi pada kebijakan penataan ruang yang lebih valid, transparan, terkoordinasi, dan akuntabel.

Kata kunci: efektivitas sistem informasi; kebijakan publik; kemitraan pemerintah-swasta; pengelolaan reklame; penataan ruang

Pendahuluan

Penataan ruang memiliki posisi strategis dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah karena menentukan arah pemanfaatan wilayah, distribusi kegiatan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan penyediaan ruang publik. Kebijakan penataan ruang tidak hanya menghasilkan dokumen perencanaan, tetapi juga menjadi dasar pemerintah dalam mengendalikan berbagai aktivitas yang berpotensi memengaruhi fungsi dan kualitas ruang. Melalui penataan ruang yang konsisten, pemerintah daerah dapat mengurangi konflik pemanfaatan lahan, menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan, serta meningkatkan kenyamanan masyarakat. Kerangka tersebut sejalan dengan Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang yang telah mengalami perubahan melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023. Penyelenggaraan penataan ruang selanjutnya dijabarkan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 yang mencakup perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pengawasan, dan pembinaan penataan ruang. Oleh karena itu, kualitas tata ruang daerah sangat ditentukan oleh kemampuan pemerintah menerjemahkan regulasi ke dalam sistem pengendalian yang terukur, terintegrasi, dan sesuai dengan kondisi wilayah.

Salah satu aktivitas perkotaan yang perlu dikendalikan dalam kerangka penataan ruang adalah penyelenggaraan reklame. Reklame memiliki fungsi ekonomi sebagai sarana komunikasi pemasaran, tetapi keberadaannya juga membentuk tampilan visual dan identitas suatu kawasan. Penempatan reklame yang tidak terkendali dapat menurunkan kualitas lanskap kota, menutupi elemen arsitektur, mengganggu keterbacaan ruang, dan menciptakan pencemaran visual. Penelitian mengenai iklan luar ruang di kawasan Tugu Muda Semarang memperlihatkan bahwa konsentrasi media reklame dapat menjadi

sumber gangguan visual apabila ukuran, lokasi, dan karakter tampilannya tidak diatur secara proporsional. Di sisi lain, reklame juga berkaitan dengan penerimaan daerah karena penyelenggaraannya menjadi salah satu objek pajak yang dapat mendukung Pendapatan Asli Daerah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa reklame harus dikelola melalui kebijakan yang mampu menyeimbangkan kepentingan ekonomi, estetika, keselamatan, legalitas, dan ketertiban ruang.

Pengelolaan reklame pada tingkat daerah merupakan proses yang kompleks karena melibatkan beberapa fungsi pemerintahan sekaligus. Proses tersebut mencakup penetapan titik lokasi, pemeriksaan kesesuaian tata ruang, penerbitan izin, pendataan objek pajak, pengawasan masa tayang, serta penertiban reklame yang melanggar ketentuan. Setiap fungsi umumnya ditangani oleh perangkat daerah yang berbeda sehingga memerlukan pertukaran informasi dan pembagian kewenangan yang jelas. Ketidaksinkronan data dapat menimbulkan perbedaan informasi mengenai lokasi, ukuran, status izin, masa berlaku, dan kewajiban pajak suatu media reklame. Masalah tersebut dapat menyebabkan keterlambatan pelayanan, lemahnya pengawasan, kehilangan potensi pendapatan, serta pemasangan reklame pada lokasi yang tidak sesuai dengan rencana ruang. Oleh sebab itu, penyelenggaraan reklame memerlukan sistem informasi yang mampu menyatukan proses administratif, data spasial, pengawasan lapangan, dan kebutuhan pengambilan keputusan.

Kebutuhan terhadap sistem pengelolaan reklame yang terintegrasi semakin relevan dalam perkembangan pemerintahan berbasis digital. Kebijakan publik berbasis bukti menempatkan informasi yang valid, relevan, dan dapat digunakan sebagai bagian penting dalam proses identifikasi masalah, pemilihan alternatif, pelaksanaan program, dan evaluasi kebijakan. Howlett (2009) menjelaskan bahwa penggunaan bukti dalam kebijakan diperlukan untuk mengurangi ketidaksesuaian antara keputusan pemerintah dan kondisi faktual yang dihadapi masyarakat. Jennings dan Hall (2012) juga menunjukkan bahwa organisasi pemerintah memerlukan sumber informasi yang dapat dipercaya untuk mendukung keputusan program dan kegiatan operasional. Namun, ketersediaan data saja belum menjamin kualitas keputusan apabila informasi tersebut terfragmentasi, tidak mutakhir, sulit diakses, atau tidak terhubung dengan kebutuhan organisasi. Dengan demikian, efektivitas sistem pengelolaan reklame perlu dilihat dari

kemampuan sistem menghasilkan informasi yang berguna, bukan sekadar dari penggunaan perangkat teknologi.

Data geospasial memiliki peran penting dalam pengelolaan reklame karena setiap objek terikat pada lokasi, kawasan, koridor jalan, dan ketentuan pemanfaatan ruang tertentu. Informasi koordinat memungkinkan pemerintah memeriksa hubungan antara titik reklame dengan zonasi, fungsi kawasan, jaringan jalan, fasilitas publik, dan objek yang harus dilindungi. Penggunaan teknologi geospasial juga membantu mengurangi ketergantungan pada pencatatan berbasis alamat yang sering tidak seragam dan sulit diverifikasi. Kajian mutakhir menunjukkan bahwa integrasi data spasial dari berbagai sumber dapat memperkuat analisis perkotaan dan mendukung keputusan yang lebih adaptif serta berbasis bukti. Meskipun demikian, manfaat tersebut bergantung pada kualitas data, standar integrasi, kapasitas organisasi, dan mekanisme pembaruan informasi secara berkala. Karena itu, sistem pengelolaan reklame yang menggunakan koordinat geospasial perlu dinilai berdasarkan akurasi, konsistensi, keterbaruan, kemudahan akses, dan keterhubungannya dengan proses kebijakan.

Kabupaten Karanganyar telah memiliki landasan regulasi yang secara khusus mengatur penyelenggaraan reklame melalui Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 5 Tahun 2021. Regulasi tersebut diarahkan untuk mewujudkan penyelenggaraan reklame yang terencana, terpadu, dapat dipertanggungjawabkan, serta memperhatikan nilai etika, estetika, hukum, dan budaya. Pengaturannya mencakup kebutuhan pembinaan, pengendalian, dan pengawasan berkelanjutan terhadap keberadaan media reklame di ruang publik. Pada saat yang sama, Kabupaten Karanganyar juga memiliki Rencana Tata Ruang Wilayah Tahun 2013–2032 yang telah diubah melalui Peraturan Daerah Nomor 19 Tahun 2019. Kedua instrumen tersebut memperlihatkan bahwa pengelolaan reklame tidak dapat dipisahkan dari kebijakan pemanfaatan dan pengendalian ruang daerah. Pelaksanaan regulasi tersebut memerlukan data yang dapat menghubungkan informasi teknis reklame, lokasi spasial, status perizinan, jangka waktu penyelenggaraan, dan kewajiban fiskal.

Upaya digitalisasi pengelolaan reklame di Kabupaten Karanganyar terlihat melalui penyediaan layanan informasi titik reklame yang terhubung dengan ketentuan tata ruang. Pemerintah daerah telah mengembangkan layanan yang membantu pengguna

menentukan lokasi reklame strategis sekaligus mempertimbangkan kesesuaiannya dengan peraturan yang berlaku. Perkembangan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan kelembagaan terhadap informasi reklame yang lebih mudah ditelusuri dan digunakan oleh pemerintah maupun pelaku usaha. Dalam penelitian ini, Yousee Company diposisikan sebagai mitra yang mengembangkan pengelolaan data reklame melalui integrasi informasi klien, lokasi, koordinat geospasial, status izin, dan masa tayang dalam satu basis data. Sistem tersebut berpotensi mendukung koordinasi antara Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, serta Badan Keuangan Daerah. Namun, keberadaan sistem digital belum dapat langsung dianggap efektif sebelum diuji berdasarkan kualitas informasi, manfaat administratif, kemudahan penggunaan, dan kontribusinya terhadap kebijakan penataan ruang.

Kajian terdahulu mengenai pengelolaan reklame lebih banyak membahas aspek perizinan, pajak daerah, penertiban, implementasi regulasi, dan dampak visual iklan luar ruang. Penelitian tentang teknologi geospasial juga telah menjelaskan manfaat pemetaan dalam mendukung perencanaan dan pengambilan keputusan perkotaan. Meskipun demikian, masih terbatas penelitian yang secara khusus menghubungkan efektivitas sistem informasi pengelolaan reklame dengan kualitas kebijakan penataan ruang melalui kemitraan pemerintah dan pihak swasta. Kesenjangan lain terletak pada belum banyaknya kajian yang menilai sistem secara utuh dari dimensi akurasi, relevansi, ketepatan waktu, efisiensi, aksesibilitas, dan integritas informasi. Padahal, keenam aspek tersebut menentukan apakah data reklame dapat diterjemahkan menjadi dasar pengawasan, koordinasi, evaluasi, dan pengambilan keputusan. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menempatkan sistem pengelolaan reklame sebagai infrastruktur informasi kebijakan, bukan hanya sebagai perangkat pencatatan administratif.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis hubungan antara kualitas sistem informasi reklame, kerja sama pemerintah-swasta, dan penguatan kebijakan penataan ruang pada tingkat kabupaten. Sistem tidak hanya dianalisis dari aspek teknis, tetapi juga dari kemampuannya mendukung kebutuhan lintas instansi dan menghasilkan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian menggunakan enam indikator efektivitas informasi yang mencakup akurasi, relevansi, ketepatan waktu, efisiensi, aksesibilitas, dan integritas sebagai kerangka analisis. Setiap indikator digunakan untuk menilai proses

pengumpulan, penyimpanan, pemutakhiran, pertukaran, verifikasi, dan penggunaan data reklame. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran mengenai kekuatan dan keterbatasan sistem yang diterapkan oleh Yousee Company dalam mendukung penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas sistem pengelolaan reklame dalam mendukung kualitas kebijakan penataan ruang melalui kemitraan antara Yousee Company dan Pemerintah Kabupaten Karanganyar.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memahami efektivitas sistem pengelolaan reklame dalam mendukung kebijakan penataan ruang di Kabupaten Karanganyar. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian tidak hanya menilai keberadaan sistem secara teknis, tetapi juga mengkaji proses penggunaan, pengalaman pengguna, koordinasi antarinstansi, dan pemanfaatan informasi dalam pengambilan keputusan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang utuh mengenai hubungan antara pengelolaan data reklame dan pelaksanaan kebijakan penataan ruang. Creswell dan Poth (2018) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu permasalahan sosial dan kelembagaan. Desain deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi empiris secara sistematis berdasarkan pengalaman, pandangan, dan praktik para aktor yang terlibat. Dengan desain tersebut, penelitian diarahkan untuk menjelaskan efektivitas sistem berdasarkan indikator akurasi, relevansi, ketepatan waktu, efisiensi, aksesibilitas, dan integritas informasi.

Penelitian dilaksanakan di Yousee Company dan sejumlah perangkat daerah Pemerintah Kabupaten Karanganyar yang memiliki keterkaitan dengan penyelenggaraan reklame. Instansi pemerintah yang menjadi lokasi penelitian meliputi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, serta Badan Keuangan Daerah Kabupaten Karanganyar. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif karena lembaga-lembaga tersebut terlibat dalam proses pendataan, perizinan, pengawasan, penataan lokasi, dan pengelolaan penerimaan daerah dari sektor reklame. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling

berdasarkan pengetahuan, pengalaman, kewenangan, dan keterlibatan mereka dalam penggunaan sistem pengelolaan reklame. Informan meliputi pimpinan atau pengelola sistem pada Yousee Company, pejabat atau staf teknis dari setiap perangkat daerah, serta pengguna data yang terlibat langsung dalam proses administrasi dan pengambilan keputusan. Jumlah informan ditentukan berdasarkan kecukupan informasi hingga data yang diperoleh menunjukkan pola yang berulang dan tidak menghasilkan temuan substantif baru.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder yang digunakan secara saling melengkapi. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap proses pengelolaan data, penggunaan aplikasi, pertukaran informasi, serta koordinasi antara Yousee Company dan perangkat daerah. Wawancara dilakukan secara semiterstruktur agar peneliti memiliki pedoman pertanyaan sekaligus dapat mengeksplorasi pengalaman informan secara lebih mendalam. Data sekunder diperoleh dari peraturan daerah, standar operasional prosedur, laporan pengelolaan reklame, dokumen perizinan, peta lokasi, dokumen penataan ruang, serta arsip lain yang relevan. Patton (2015) menyatakan bahwa penggunaan beragam sumber data membantu peneliti memahami fenomena melalui sudut pandang, konteks, dan bukti yang berbeda. Seluruh data tersebut digunakan untuk mengidentifikasi kesesuaian antara prosedur formal, pelaksanaan sistem, dan kebutuhan informasi dalam kebijakan penataan ruang.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai prosedur kerja, kualitas data, kecepatan pelayanan, kemudahan akses, keamanan informasi, dan manfaat sistem bagi masing-masing instansi. Observasi dilakukan terhadap penggunaan sistem, pencatatan lokasi reklame, pemutakhiran status perizinan, verifikasi data, serta proses koordinasi antara perusahaan dan pemerintah daerah. Dokumentasi digunakan untuk memeriksa bukti administratif dan teknis, seperti laporan sistem, daftar titik reklame, koordinat geospasial, masa tayang, status izin, audit trail, dan dokumen kebijakan. Selama proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pedoman wawancara, lembar observasi, catatan lapangan, dan matriks telaah dokumen untuk menjaga konsistensi informasi. Setiap hasil wawancara direkam atas persetujuan informan, ditranskripsikan, diberi kode, dan dikelompokkan sesuai fokus penelitian.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pihak Yousee Company, DPMPTSP, DPUPR, dan Badan Keuangan Daerah. Triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen pendukung untuk memastikan konsistensi temuan. Selain itu, peneliti melakukan member checking dengan mengonfirmasi kembali ringkasan informasi atau interpretasi tertentu kepada informan yang relevan. Denzin (2017) menjelaskan bahwa triangulasi dapat memperkuat kredibilitas penelitian melalui penggunaan beberapa sumber, metode, atau perspektif dalam memahami fenomena yang sama. Proses keabsahan data juga diperkuat melalui penyusunan catatan analitis dan audit trail yang mendokumentasikan proses pengumpulan, pengodean, penafsiran, dan penarikan kesimpulan.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang mencakup kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Analisis dimulai sejak proses pengumpulan data sehingga peneliti dapat mengidentifikasi informasi yang masih perlu dikembangkan atau dikonfirmasi. Pada tahap kondensasi, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi, disederhanakan, diberi kode, serta dikelompokkan berdasarkan indikator penelitian. Data kemudian disajikan dalam bentuk uraian tematik, matriks antaraktor, tabel perbandingan, dan pola hubungan antara kualitas sistem informasi dan kebijakan penataan ruang. Kesimpulan disusun secara bertahap dengan mencari keteraturan, perbedaan, hubungan antarkategori, serta bukti yang mendukung atau membantah interpretasi awal. Miles et al. (2020) menegaskan bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif perlu diverifikasi secara berulang agar tetap konsisten dengan keseluruhan data dan konteks penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Efektivitas Sistem Pengelolaan Reklame pada Yousee Company

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengelolaan reklame yang diterapkan oleh Yousee Company telah mendukung kebutuhan administrasi perusahaan dan perangkat daerah di Kabupaten Karanganyar. Efektivitas sistem dianalisis melalui enam dimensi kualitas informasi, yaitu akurasi, relevansi, ketepatan waktu, efisiensi, aksesibilitas, dan integritas. Keenam dimensi tersebut digunakan untuk menilai

kemampuan sistem dalam menghasilkan data yang dapat dipercaya dan dimanfaatkan dalam perizinan, pengawasan tata ruang, serta pengelolaan pajak reklame. Wang dan Strong (1996) menegaskan bahwa kualitas data tidak cukup diukur berdasarkan ketepatan isinya, tetapi juga berdasarkan kesesuaian, keterbaruan, kemudahan akses, dan manfaatnya bagi pengguna. Pandangan tersebut diperkuat oleh DeLone dan McLean (2003) yang menempatkan kualitas informasi sebagai salah satu faktor utama keberhasilan sistem informasi dan manfaatnya bagi organisasi. Berdasarkan kerangka tersebut, efektivitas sistem pengelolaan reklame Yousee Company dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Akurasi Informasi

Akurasi menggambarkan kemampuan sistem dalam menghasilkan data yang sesuai dengan kondisi objek reklame di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yousee Company menggunakan teknologi *Global Positioning System* dan pemetaan geospasial untuk mencatat posisi setiap media reklame secara terukur. Informasi yang dicatat mencakup koordinat lokasi, alamat pemasangan, ukuran media, jenis konstruksi, identitas pengguna, status perizinan, dan masa tayang. Penggunaan koordinat geospasial mengurangi risiko kesalahan pencatatan alamat, penggandaan objek, dan tumpang tindih titik pemasangan reklame. Data tersebut juga dilengkapi dokumentasi visual sehingga petugas dapat mencocokkan informasi dalam sistem dengan kondisi fisik objek. Dengan mekanisme tersebut, akurasi tidak hanya ditentukan oleh ketepatan input, tetapi juga diperkuat melalui proses pemeriksaan dan pembuktian data.

Akurasi data memberikan manfaat yang berbeda bagi setiap perangkat daerah sesuai dengan fungsi kelembagaannya. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang dapat menggunakan data koordinat untuk memeriksa kesesuaian lokasi reklame dengan fungsi kawasan dan ketentuan pemanfaatan ruang. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk memverifikasi kelengkapan dan kesesuaian permohonan perizinan. Badan Keuangan Daerah dapat mencocokkan karakteristik reklame dengan data objek pajak sehingga penetapan kewajiban pajak menjadi lebih tepat. Temuan ini sesuai dengan Wang dan Strong (1996) yang menjelaskan bahwa data berkualitas harus benar, dapat dipercaya, dan mencerminkan objek yang direpresentasikan. Oleh karena itu, penggunaan data

geospasial memperkuat fungsi sistem sebagai dasar pengawasan, perizinan, dan pengelolaan penerimaan reklame.

2. Relevansi Informasi

Relevansi menunjukkan tingkat kesesuaian antara informasi yang dihasilkan sistem dan kebutuhan pengguna dalam melaksanakan tugas organisasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa data Yousee Company tidak hanya digunakan untuk kepentingan operasional perusahaan, tetapi juga memiliki kegunaan administratif bagi pemerintah daerah. Informasi mengenai lokasi, ukuran, jenis media, pemilik, masa tayang, dan status legalitas dapat digunakan untuk mendukung proses perizinan, pengawasan, serta penetapan pajak reklame. Struktur informasi tersebut telah disesuaikan dengan karakteristik objek reklame dan kebutuhan instansi yang terlibat. Kondisi ini mengurangi kebutuhan pengolahan ulang data yang sebelumnya dapat memperlambat koordinasi dan pelayanan. Dengan demikian, relevansi sistem terlihat dari kemampuannya menyediakan informasi yang langsung berkaitan dengan pekerjaan dan keputusan pengguna.

Relevansi data juga menunjukkan adanya hubungan antara sistem informasi perusahaan dan kebutuhan kebijakan publik pada tingkat daerah. DPMPTSP membutuhkan informasi legalitas dan spesifikasi objek sebagai dasar pelayanan perizinan, sedangkan DPUPR memerlukan data spasial untuk memeriksa kesesuaian penempatan reklame. BKD membutuhkan informasi ukuran, jenis, lokasi, dan durasi penayangan untuk mendukung pendataan dan penghitungan kewajiban pajak. Keselarasan tersebut membuat satu kelompok data dapat digunakan untuk beberapa fungsi tanpa menghilangkan kebutuhan khusus setiap instansi. Dalam model keberhasilan sistem informasi, manfaat sistem muncul ketika informasi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pengguna dan mendukung penyelesaian pekerjaannya (DeLone & McLean, 2003). Temuan penelitian dengan demikian menunjukkan bahwa relevansi sistem terletak pada hubungan langsung antara informasi reklame dan kebutuhan tata kelola daerah.

3. Ketepatan Waktu Informasi

Ketepatan waktu berkaitan dengan kemampuan sistem menyediakan informasi terbaru ketika dibutuhkan untuk pelayanan, pengawasan, atau pengambilan keputusan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yousee Company menerapkan fitur *early warning system* untuk memberikan pemberitahuan mengenai berakhirnya masa tayang, izin, dan

kewajiban administratif suatu reklame. Notifikasi tersebut memungkinkan pengelola mengetahui objek yang perlu diperpanjang, diperbarui, diperiksa, atau dihentikan penayangannya. Sistem juga mempercepat penyampaian perubahan status objek kepada pihak yang memerlukan informasi. Sebelum penggunaan sistem digital, identifikasi masa berlaku lebih bergantung pada pemeriksaan dokumen secara manual dan komunikasi antarpetugas. Oleh karena itu, fitur peringatan dini mengurangi risiko keterlambatan pembaruan data dan tindakan administratif.

Ketepatan waktu informasi memiliki dampak langsung terhadap responsivitas pengelolaan reklame. DPMPTSP dapat mengetahui permohonan atau izin yang mendekati masa berakhir sehingga proses pelayanan lanjutan dapat dipersiapkan lebih awal. DPUPR dapat menentukan objek yang membutuhkan pemeriksaan karena mengalami perubahan lokasi, bentuk, atau masa penggunaan. BKD juga memperoleh dasar untuk memantau kewajiban pajak yang berhubungan dengan periode penayangan reklame. Wang dan Strong (1996) menempatkan keterbaruan sebagai dimensi penting karena data yang benar dapat kehilangan manfaat ketika diterima setelah waktu pengambilan keputusan berlalu. Dengan demikian, ketepatan waktu sistem Yousee Company membantu menggeser pengelolaan reklame dari pola reaktif menuju pengawasan yang lebih antisipatif.

4. Efisiensi Sistem

Efisiensi menunjukkan kemampuan sistem menghasilkan manfaat administratif dengan penggunaan waktu, biaya, dan sumber daya yang lebih terkendali. Hasil penelitian menemukan bahwa digitalisasi telah mengurangi ketergantungan pada dokumen fisik dan pemeriksaan lapangan yang dilakukan secara berulang. Petugas dapat memeriksa informasi awal mengenai objek reklame melalui basis data sebelum menentukan kebutuhan verifikasi langsung. Penggunaan data yang terintegrasi juga mengurangi pencatatan berulang oleh unit kerja yang berbeda. Proses pencarian dokumen menjadi lebih cepat karena data dapat ditelusuri berdasarkan kode objek, lokasi, pemilik, atau masa tayang. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa efisiensi dihasilkan melalui penyederhanaan proses, bukan hanya melalui pengurangan jumlah tenaga kerja.

Manfaat efisiensi dirasakan oleh perusahaan maupun pemerintah daerah karena kedua pihak menggunakan sumber informasi yang lebih terstruktur. Yousee Company

dapat memantau portofolio media dan kewajiban administrasi tanpa harus mengandalkan pencatatan manual yang tersebar. Pemerintah daerah dapat melakukan pemeriksaan awal dan menentukan prioritas pengawasan berdasarkan data yang tersedia. Efisiensi ini sejalan dengan model DeLone dan McLean (2003), yang menjelaskan bahwa keberhasilan sistem dapat dinilai melalui manfaat bersih bagi individu dan organisasi. Namun, manfaat tersebut tetap bergantung pada disiplin pembaruan data dan kemampuan pengguna mengoperasikan sistem secara konsisten. Dengan demikian, digitalisasi pengelolaan reklame perlu disertai prosedur operasional, pembagian tanggung jawab, dan evaluasi berkala agar efisiensinya dapat dipertahankan.

5. Aksesibilitas Informasi

Aksesibilitas mengacu pada kemudahan pengguna yang berwenang dalam menemukan, memahami, dan memanfaatkan informasi yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa data reklame dapat disajikan dalam format digital sehingga lebih mudah ditelusuri dan dibagikan kepada instansi terkait. Pengguna dapat memperoleh informasi berdasarkan kategori tertentu tanpa harus memeriksa dokumen fisik satu per satu. Kemudahan tersebut mempercepat pertukaran data antara Yousee Company, DPMPSTP, DPUPR, dan BKD. Akses yang lebih baik juga membantu pengguna membandingkan status beberapa objek dan mengidentifikasi data yang belum lengkap. Dengan demikian, aksesibilitas sistem berperan dalam memperlancar koordinasi administratif dan pengawasan lintas organisasi.

Aksesibilitas tidak berarti seluruh data dapat digunakan secara bebas tanpa pembatasan kewenangan. Sistem yang baik harus mengatur hak akses berdasarkan tugas, tanggung jawab, dan tingkat sensitivitas informasi. Instansi yang menangani perizinan, tata ruang, dan perpajakan dapat memiliki kebutuhan informasi yang berbeda meskipun menggunakan basis data yang sama. Pembagian akses diperlukan untuk menjaga keamanan sekaligus memastikan bahwa informasi penting tetap tersedia bagi pihak yang membutuhkan. Dalam kerangka Wang dan Strong (1996), kemudahan akses dan kemampuan memahami data menjadi bagian dari kualitas informasi bagi pengguna. Oleh sebab itu, aksesibilitas pada sistem Yousee Company perlu terus diperkuat melalui pengaturan otorisasi, standar pertukaran data, dan tampilan informasi yang mudah digunakan.

6. Integritas Informasi

Integritas berkaitan dengan keutuhan, konsistensi, keamanan, dan keterlacakan data sejak pertama kali dimasukkan hingga digunakan dalam proses administratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem Yousee Company menggunakan mekanisme verifikasi berlapis dan *audit trail* untuk mencatat perubahan informasi. Setiap penambahan, koreksi, atau pembaruan data dapat ditelusuri berdasarkan waktu dan pihak yang melakukan tindakan. Mekanisme tersebut membantu mencegah perubahan tanpa kewenangan dan memudahkan pemeriksaan ketika ditemukan perbedaan data. Integritas juga didukung oleh penyimpanan dokumentasi objek dan pencocokan antara data administratif dengan kondisi lapangan. Dengan demikian, sistem menyediakan dasar yang lebih kuat untuk memastikan bahwa informasi tetap konsisten selama digunakan oleh beberapa pihak.

Integritas data penting karena keputusan perizinan, penertiban, dan perpajakan dapat menimbulkan konsekuensi hukum serta keuangan. Data yang tidak memiliki riwayat perubahan akan sulit dipertanggungjawabkan apabila terjadi sengketa atau ketidaksesuaian antarinstansi. *Audit trail* menyediakan bukti mengenai proses pembentukan data sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan informasi. Prinsip ini juga sejalan dengan ketentuan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Karanganyar yang menuntut pengendalian dan pengawasan terhadap objek reklame. Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 5 Tahun 2021 telah dilengkapi dengan petunjuk pelaksanaan melalui Peraturan Bupati Nomor 34 Tahun 2025, yang menunjukkan pentingnya prosedur operasional dalam penyelenggaraan reklame. Oleh karena itu, integritas sistem harus ditempatkan sebagai mekanisme perlindungan terhadap validitas keputusan dan kepercayaan antarlembaga.

Kontribusi Sistem terhadap Kualitas Kebijakan Penataan Ruang

Efektivitas sistem pengelolaan reklame memberikan kontribusi terhadap kualitas kebijakan penataan ruang melalui penyediaan informasi yang lebih lengkap dan terstruktur. Data geospasial memungkinkan pemerintah mengidentifikasi persebaran reklame dan memeriksa keterkaitannya dengan karakteristik ruang. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menemukan konsentrasi media pada koridor tertentu, potensi pelanggaran zonasi, dan kawasan yang memerlukan pengendalian lebih ketat. Pemerintah

tidak lagi hanya bergantung pada laporan insidental atau pemeriksaan lapangan tanpa prioritas yang jelas. Pengawasan dapat diarahkan berdasarkan data mengenai lokasi, ukuran, legalitas, masa tayang, dan riwayat perubahan setiap objek. Dengan demikian, sistem informasi meningkatkan kemampuan pemerintah menghubungkan kondisi empiris dengan kebutuhan pengendalian ruang.

Kontribusi berikutnya terlihat dalam proses penerbitan izin dan pengawasan kepatuhan penyelenggara reklame. Data yang akurat membantu pemerintah mengurangi kemungkinan pemberian izin pada lokasi yang tidak sesuai atau terhadap objek yang informasinya belum lengkap. Sistem juga memudahkan penelusuran hubungan antara status izin, periode penayangan, dan kewajiban perpajakan. Keterhubungan informasi tersebut memperkecil ruang terjadinya perbedaan data antara pelayanan perizinan, pengawasan tata ruang, dan pengelolaan pendapatan daerah. Dalam perspektif kebijakan berbasis bukti, kualitas keputusan sangat dipengaruhi oleh ketersediaan data yang relevan, dapat diuji, dan sesuai dengan konteks masalah. Oleh karena itu, sistem Yousee Company berkontribusi dengan menyediakan infrastruktur informasi yang dapat digunakan dalam proses kebijakan secara lebih objektif.

Sistem pengelolaan reklame juga mendukung transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan pelayanan publik. Data yang terdokumentasi memungkinkan setiap keputusan ditelusuri berdasarkan informasi dan prosedur yang digunakan. Pemerintah dapat menjelaskan alasan persetujuan, penolakan, penertiban, atau pengenaan kewajiban terhadap suatu objek reklame secara lebih terukur. Keterlacakan tersebut mengurangi ketergantungan pada pertimbangan individual yang tidak memiliki dukungan bukti administratif. Pada saat yang sama, transparansi harus tetap disertai pengaturan akses untuk melindungi data perusahaan, pengguna jasa, dan dokumen yang tidak bersifat publik. Dengan keseimbangan tersebut, sistem informasi dapat memperkuat legitimasi kebijakan penataan ruang tanpa mengabaikan keamanan data.

Meskipun memberikan kontribusi positif, sistem informasi tidak dapat menggantikan seluruh proses kebijakan dan pengawasan lapangan. Data digital tetap memerlukan pembaruan, verifikasi, dan pemeriksaan fisik untuk memastikan kesesuaiannya dengan keadaan terkini. Kesalahan input, keterlambatan pembaruan, atau perubahan objek yang tidak dilaporkan dapat menurunkan kualitas informasi meskipun

teknologi yang digunakan telah memadai. Pemerintah juga tetap membutuhkan kapasitas kelembagaan untuk menafsirkan data dan menerjemahkannya menjadi tindakan administratif. Oleh sebab itu, kontribusi sistem bergantung pada kombinasi antara kualitas teknologi, prosedur kerja, kemampuan sumber daya manusia, dan konsistensi koordinasi. Temuan ini memperlihatkan bahwa kebijakan penataan ruang berbasis data memerlukan penguatan organisasi, bukan sekadar pengadaan aplikasi.

Model Kemitraan Pemerintah dan Swasta dalam Pengelolaan Data Penataan Ruang

Penelitian menemukan bahwa hubungan antara Yousee Company dan Pemerintah Kabupaten Karanganyar membentuk pola kemitraan dalam penyediaan serta pemanfaatan data reklame. Yousee Company berperan dalam pengembangan teknologi, pengumpulan data objek, pemutakhiran informasi, dan penyediaan dukungan teknis. Pemerintah daerah tetap menjalankan fungsi regulasi, penerbitan izin, pengawasan tata ruang, penetapan kewajiban pajak, dan penegakan aturan. Pembagian peran tersebut memungkinkan pemerintah memanfaatkan keahlian dan infrastruktur swasta tanpa menyerahkan kewenangan publik kepada perusahaan. Model ini menunjukkan bahwa kemitraan tidak hanya berhubungan dengan pembiayaan proyek, tetapi juga dapat berbentuk pertukaran sumber daya, pengetahuan, data, dan kemampuan teknologi. Namun, keberhasilan kemitraan tetap memerlukan batas kewenangan yang jelas dan mekanisme pertanggungjawaban yang dapat diawasi.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep *collaborative governance* yang menempatkan lembaga pemerintah dan aktor nonpemerintah dalam proses bersama untuk menangani permasalahan publik. Ansell dan Gash (2008) menjelaskan bahwa kolaborasi membutuhkan keterlibatan langsung para pihak, desain kelembagaan yang jelas, dialog, kepercayaan, dan komitmen terhadap proses bersama. Emerson et al. (2012) menambahkan bahwa tata kelola kolaboratif berlangsung melalui dinamika keterlibatan, kapasitas tindakan bersama, dan kemampuan menghasilkan dampak serta penyesuaian. Dalam konteks penelitian ini, data reklame menjadi sumber daya bersama yang menghubungkan kebutuhan perusahaan dengan kepentingan pemerintah dalam mengendalikan ruang publik. Kolaborasi menjadi efektif ketika masing-masing pihak memahami perannya, menggunakan standar informasi yang sama, dan memiliki saluran koordinasi yang berkelanjutan. Karena itu, hubungan Yousee Company dan pemerintah

daerah lebih tepat dipahami sebagai kemitraan berbasis data daripada hubungan penyedia dan pengguna teknologi semata.

Kemitraan berbasis data juga menghadirkan sejumlah risiko kelembagaan yang perlu dikelola secara hati-hati. Ketergantungan pemerintah pada sistem perusahaan dapat menimbulkan persoalan apabila akses, kepemilikan, portabilitas, dan keberlanjutan data tidak diatur secara tertulis. Pemerintah harus memastikan bahwa data yang berkaitan dengan penyelenggaraan pelayanan dan pengawasan tetap dapat digunakan meskipun terjadi perubahan kontrak atau pergantian penyedia teknologi. Standar validasi, prosedur koreksi, keamanan informasi, dan penyelesaian perbedaan data juga perlu dimasukkan dalam kesepakatan kerja sama. Selain itu, evaluasi bersama harus dilakukan untuk menilai kinerja sistem dan kesesuaiannya dengan perubahan regulasi. Dengan demikian, kualitas kemitraan tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan teknis, tetapi juga oleh kepastian kelembagaan dan perlindungan kepentingan publik.

Berdasarkan temuan penelitian, model kemitraan yang ideal mencakup empat unsur utama, yaitu pembagian peran, integrasi data, pengawasan bersama, dan evaluasi berkelanjutan. Pembagian peran menegaskan bahwa perusahaan menyediakan dukungan teknis, sedangkan kewenangan kebijakan dan penegakan aturan tetap berada pada pemerintah. Integrasi data memastikan bahwa informasi reklame dapat digunakan oleh instansi terkait melalui standar dan klasifikasi yang konsisten. Pengawasan bersama diperlukan untuk memverifikasi kondisi objek serta memperbaiki perbedaan antara data digital dan temuan lapangan. Evaluasi berkelanjutan digunakan untuk mengukur manfaat, risiko, kepatuhan, serta kebutuhan pengembangan sistem. Keempat unsur tersebut dapat menjadi dasar penguatan tata kelola reklame yang transparan, responsif, dan selaras dengan kebijakan penataan ruang.

Secara keseluruhan, efektivitas sistem pengelolaan reklame Yousee Company tidak hanya terlihat dari kemampuan teknologinya dalam menyimpan data. Efektivitas tersebut terbentuk melalui kualitas informasi, kejelasan proses, koordinasi lintas instansi, dan penggunaan data dalam keputusan publik. Akurasi, relevansi, ketepatan waktu, efisiensi, aksesibilitas, dan integritas saling melengkapi dalam membentuk sistem yang dapat dipercaya. Sistem tersebut berkontribusi terhadap pengawasan ruang, perizinan, pengelolaan pajak, transparansi, dan akuntabilitas pemerintah daerah. Kemitraan dengan

sektor swasta memperluas kapasitas teknologi pemerintah, tetapi harus tetap didukung oleh pengaturan kewenangan dan tata kelola data yang kuat. Temuan penelitian menegaskan bahwa transformasi digital pengelolaan reklame akan memberikan manfaat optimal ketika ditempatkan sebagai bagian dari sistem kebijakan penataan ruang, bukan sekadar sebagai instrumen administrasi.

Daftar Pustaka

- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge.
- Emerson, K., Nabatchi, T., & Balogh, S. (2012). An integrative framework for collaborative governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22(1), 1–29. <https://doi.org/10.1093/jopart/mur011>
- Howlett, M. (2009). Policy analytical capacity and evidence-based policy-making: Lessons from Canada. *Canadian Public Administration*, 52(2), 153–175. https://doi.org/10.1111/j.1754-7121.2009.00070_1.x
- Jennings, E. T., Jr., & Hall, J. L. (2012). Evidence-based practice and the use of information in state agency decision making. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22(2), 245–266. <https://doi.org/10.1093/jopart/mur040>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pemerintah Kabupaten Karanganyar. (2019). Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 19 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 1 Tahun 2013 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Karanganyar Tahun 2013–2032.

- Pemerintah Kabupaten Karanganyar. (2021). Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame.
- Pemerintah Kabupaten Karanganyar. (2025). Peraturan Bupati Kabupaten Karanganyar Nomor 34 Tahun 2025 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame.
- Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.
- Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang.
- Republik Indonesia. (2023). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.
- Sanderson, I. (2002). Making sense of “what works”: Evidence-based policy making as instrumental rationality? *Public Policy and Administration*, 17(3), 61–75. <https://doi.org/10.1177/095207670201700305>
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. (1996). Beyond accuracy: What data quality means to data consumers. *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 5–33. <https://doi.org/10.1080/07421222.1996.11518099>