



E- ISSN : 2988-3687
Jurnal Jurist Argumentum (Pemikiran Intelektual Hukum)
Prodi Ilmu Hukum
Universitas Teuku Umar

Volume 4, Nomor 1, Tahun 2026
email: ja@utu.ac.id
<http://jurnal.utu.ac.id/argumentum>

TINJAUAN YURIDIS EMPIRIS TERHADAP REKLAME YANG MELANGGAR SYARIAT ISLAM BERDASARKAN QANUN KABUPATEN ACEH BARAT NOMOR 3 TAHUN 2021 TENTANG KETENTERAMAN MASYARAKAT DAN KETERTIBAN UMUM DI KECAMATAN JOHAN PAHLAWAN

Cut Bella Roza¹

Nouvan Moulia²

¹Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Teuku Umar

¹belaja2705@gmail.com

²Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Teuku Umar

²nouvan.moulia@utu.ac.id

Corresponding author: belaja2705@gmail.com

Abstrak

This study examines the implementation of West Aceh Regency Qanun Number 3 of 2021 concerning Public Peace and Order, specifically Article 45 letter i, which prohibits advertisement billboards (reklame) from displaying content that violates Islamic law. Despite the existing regulation, violations persist among beauty salons in the Johan Pahlawan sub-district, where promotional materials frequently display women's *aurat*, contrary to local socio-religious norms. The objective of this research is to analyze the implementation of the aforementioned Qanun and identify the underlying obstacle factors hindering its enforcement. This research employs an empirical juridical method. Primary data were collected through field interviews with salon owners, customers, and key government officials, including representatives from the Civil Service Police Unit and Wilayatul Hisbah (Satpol PP and WH) and the Investment and One-Stop Integrated Services Agency (DPMPTSP). The collected data were analyzed using a qualitative descriptive approach. The results indicate that the implementation of the Qanun remains ineffective. This is primarily characterized by suboptimal inter-agency coordination, a reactive rather than preventive approach to law enforcement, and an absence of direct supervision following the issuance of business permits. Furthermore, the implementation has not fully aligned with the principles of Good Governance, particularly regarding transparency and public legal education. The primary obstacles lie in the discrepancy between the legal structure and legal culture. While the legal substance is clear, structural operational limitations and a profound lack of legal awareness among business

owners—exacerbated by modern visual normalization and inadequate socialization—impede compliance. The study concludes that a transformational approach, shifting from repressive enforcement to educative, persuasive, and participative strategies, is essential to foster genuine social awareness and legal compliance.

Keywords: *Qanun Implementation, Islamic Law, Advertisement Billboards, Legal Culture.*

PENDAHULUAN

Negara Indonesia menganut sistem negara hukum. Dalam kehidupan bermasyarakat, hukum berperan sangat penting karena bertujuan menciptakan ketertiban, keamanan, dan keadilan. Dalam negara hukum, bukan hanya negara yang bertugas menegakkan hukum, tetapi hukum itu sendiri harus memuat nilai keadilan agar ketertiban masyarakat terjamin.¹ Namun, implementasi hukum di Indonesia masih kerap menjadi tantangan, terutama ketika pelaksanaannya belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip keadilan dan perlakuan yang setara di tengah masyarakat.²

Sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, Aceh Barat memiliki peraturan daerah untuk menjaga ketenteraman dan ketertiban umum, yakni Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 3 Tahun 2021 tentang Ketenteraman Masyarakat dan Ketertiban Umum.³ Untuk mencapai ketertiban yang diinginkan, qanun ini mengatur secara rinci mengenai tata cara pemasangan reklame. Reklame didefinisikan sebagai benda, alat, atau media komersial yang digunakan untuk memperkenalkan, merekomendasikan, atau memuji suatu barang maupun jasa kepada khalayak. Berdasarkan Pasal 44 ayat (1) dan (2) qanun tersebut, setiap individu atau entitas yang ingin menyelenggarakan reklame wajib memperoleh izin resmi dari bupati. Selain itu, pemasangan reklame juga dituntut untuk mematuhi standar keselamatan publik dan memperhatikan aspek estetika agar tidak merusak keindahan lingkungan.

Proses perizinan tersebut difasilitasi melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu. Layanan publik ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses izin kegiatan sekaligus memastikan kepatuhan terhadap peraturan. Sistem perizinan berfungsi sebagai instrumen pemerintah daerah untuk mengatur aktivitas sektor swasta, melindungi kepentingan publik, serta mendukung keberlanjutan pembangunan yang tertib dan aman.

Lebih spesifik mengenai konten, Pasal 45 huruf i Qanun Ketenteraman dan Ketertiban Umum melarang secara tegas setiap pemasangan reklame untuk memuat konten yang bertentangan dengan syariat Islam, bersifat provokatif, berpotensi memecah belah persatuan bangsa, serta hal-hal lain yang dilarang oleh peraturan perundang-undangan. Implementasi qanun ini sejatinya ditujukan untuk menciptakan ketertiban yang berlandaskan nilai-nilai keislaman dan memberikan dampak langsung terhadap kepatuhan pelaku usaha. Di Aceh Barat yang mayoritas penduduknya beragama Islam, materi promosi yang menampilkan aurat perempuan sangat tidak sejalan dengan norma sosial dan agama, sehingga pengusaha dituntut untuk lebih selektif dan bertanggung jawab dalam memilih materi promosi.

Namun, pada praktiknya, masih ditemukan pelanggaran di lapangan, khususnya di wilayah Kecamatan Johan Pahlawan. Terdapat beberapa reklame salon kecantikan, seperti Dina Salon, Mahda Salon dan SPA, serta MC Salon, yang memasang iklan tidak sesuai dengan prinsip syariat

¹ Willa Wahyuni, Prinsip-Prinsip Negara Hukum, <https://www.hukumonline.com/berita/a/prinsip-negara-hukum-yang-diterapkan-di-indonesia-lt63449d84e25e4/>, diakses pada 15 Maret 2025.

² Mahfud MD, *Politik Hukum di Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, hlm. 45.

³ Untuk selanjutnya disingkat menjadi Qanun Ketenteraman dan Ketertiban Umum.

Islam. Reklame tersebut menampilkan gambar perempuan tanpa hijab dengan pakaian yang memperlihatkan aurat. Konten semacam ini tidak hanya melanggar norma agama dan aturan qanun, tetapi juga berpotensi menimbulkan keresahan sosial dan memengaruhi perilaku masyarakat ke arah yang negatif.

Penegakan aturan terkait pelanggaran ini berada di bawah wewenang Satuan Polisi Pamong Praja dan Wilayatul Hisbah (Satpol PP dan WH). Berdasarkan Peraturan Bupati Aceh Barat Nomor 65 Tahun 2016, Satpol PP dan WH bertugas memelihara ketertiban umum dan menegakkan qanun syariat Islam melalui koordinasi, pengawasan rutin, serta penindakan yang tegas. Wilayatul Hisbah (WH) secara khusus berwenang mengawasi pemasangan reklame agar selaras dengan syariat Islam. Langkah ini diperkuat oleh ketentuan Pasal 46 yang mengatur bahwa media reklame yang melanggar ketentuan akan dirampas untuk dimusnahkan.

Fenomena pelanggaran pemasangan reklame di Kabupaten Aceh Barat menuntut perhatian serius untuk mengevaluasi efektivitas penegakan hukum di lapangan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai implementasi Pasal 45 huruf i Qanun Aceh Barat Nomor 3 Tahun 2021 terhadap pemilik salon yang melanggar syariat Islam di Johan Pahlawan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimanakah implementasi Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 3 Tahun 2021 terkait reklame yang melanggar syariat Islam di wilayah tersebut?, dan (2) Apa sajakah faktor kendala dalam implementasi Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 3 Tahun 2021 terkait reklame yang melanggar syariat Islam?

Penelitian mengenai implementasi kebijakan dan pengawasan reklame telah banyak dilakukan oleh para sarjana sebelumnya. Namun, mayoritas literatur terdahulu cenderung menitikberatkan pada aspek teknis, administratif, tata ruang, maupun retribusi daerah. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Naziratulmuna (UIN Ar-Raniry) memfokuskan kajiannya pada representasi penataan, penempatan, dan perizinan reklame di Kota Banda Aceh berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2012.⁴ Kajian serupa juga dilakukan oleh Muhammad Yusup (Universitas Islam Indonesia) yang menyoroti implementasi penertiban reklame oleh Satpol PP di DKI Jakarta berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2007, dengan fokus utama pada pelanggaran administratif seperti lokasi, metode pencahayaan, pajak, dan perizinan.⁵

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian ini—yakni sama-sama mengkaji implementasi regulasi reklame, peran Satpol PP, serta kendala berupa keterbatasan sumber daya dan rendahnya kesadaran hukum—terdapat celah kosong (*research gap*) yang belum dieksplorasi. Penelitian terdahulu memandang pelanggaran reklame murni sebagai kejahatan administratif dan tata kota. Berangkat dari celah tersebut, penelitian ini hadir dengan menawarkan orisinalitas dan keterbaharuan (*novelty*) pada beberapa aspek fundamental berikut:

Pertama, pergeseran Fokus dari administratif ke substansi moral dan syariat Islam. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang berfokus pada letak atau pajak reklame, penelitian ini menyoroti substansi konten visual dari reklame tersebut. Fokus utama ditujukan pada pelanggaran norma agama dan moralitas, secara spesifik mengenai pemasangan materi promosi salon kecantikan yang menampilkan aurat perempuan di Kecamatan Johan Pahlawan. Hal ini menempatkan reklame tidak

⁴ Naziratulmuna, "Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh" (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2023)

⁵ Muhammad Yusup, "Implementasi Kebijakan Penertiban dan Pengawasan Reklame oleh Satpol PP Berdasarkan Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2007 tentang Ketertiban Umum di Wilayah DKI Jakarta" (Skripsi, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, 2020)

hanya sebagai objek tata ruang, melainkan sebagai objek penegakan hukum syariat.

Kedua, locus dan landasan yuridis yang spesifik. Penelitian ini secara orisinal mengangkat implementasi Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 3 Tahun 2021 tentang Ketertiban Umum dan Ketenteraman Masyarakat, khususnya Pasal 45 huruf (i). Landasan hukum ini bersifat *lex spesialis* yang mengintegrasikan nilai-nilai syariat Islam ke dalam peraturan pemerintahan daerah, sebuah variabel hukum yang tidak ditemukan dalam regulasi di DKI Jakarta maupun Peraturan Walikota Banda Aceh pada kajian sebelumnya.

Ketiga, kedalaman analisis sosiologi hukum. Keterbaruan penelitian ini juga terletak pada temuan spesifik mengenai akar masalah (kendala). Jika penelitian terdahulu hanya menyimpulkan bahwa kendala utamanya adalah "kurangnya kesadaran hukum dan fasilitas", penelitian ini membedahnya lebih dalam menggunakan pisau analisis sosio-legal, yaitu adanya benturan antara struktur hukum dan kultur hukum masyarakat. Penelitian ini secara spesifik mengidentifikasi fenomena "normalisasi visual modern" sebagai faktor sosiologis baru yang memperburuk kesadaran hukum para pelaku usaha, sehingga mereka mengabaikan norma sosio-religius lokal demi kepentingan komersial.

Keempat, pendekatan solutif berbasis *Good Governance*. Alih-alih sekadar merekomendasikan penambahan anggaran atau tindakan represif Satpol PP seperti pada studi-studi terdahulu, penelitian ini secara konstruktif menawarkan pergeseran paradigma (pendekatan transformasional). Penelitian ini merekomendasikan perubahan strategi dari penegakan hukum yang bersifat represif-reaktif menjadi strategi yang edukatif, persuasif, partisipatif, serta terintegrasi dengan prinsip *Good Governance* (transparansi perizinan oleh DPMPTSP dan Satpol PP/WH).

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa penelitian ini bukanlah pengulangan (*duplikasi*) dari karya ilmiah yang sudah ada. Pendekatan yuridis empiris yang digunakan dalam meneliti relasi antara komersialisasi reklame kecantikan dan hukum syariat Islam di Aceh Barat menjadikan skripsi ini sebagai kajian yang orisinal, mutakhir, dan memberikan kontribusi baru bagi perkembangan ilmu sosiologi hukum dan administrasi publik di daerah otonomi khusus.

1. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum yuridis empiris yang bertujuan untuk mendeskripsikan peraturan perundang-undangan yang berlaku, menghubungkannya dengan teori-teori hukum, serta menganalisis praktik penerapan hukum positif di lapangan.⁶ Lokasi penelitian difokuskan di Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat. Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari penelitian lapangan empiris melalui wawancara langsung dengan sejumlah responden dan informan yang ditentukan secara spesifik, yakni 3 orang pemilik salon kecantikan, 3 orang pelanggan salon, 1 orang Staf Ahli Bidang Hukum, Politik dan Pemerintahan Kantor Bupati Aceh Barat, 1 orang Kepala Satpol PP dan WH Kabupaten Aceh Barat, serta 1 orang perwakilan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kabupaten Aceh Barat. Adapun data sekunder diperoleh melalui penelusuran pustaka dan studi dokumentasi terhadap literatur, peraturan, dan arsip yang relevan.⁷

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan terstruktur untuk

⁶ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*, Depok: Prenadamedia Group, 2017, hlm. 2-3; Rony Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 133.

⁷ Ishaq, *Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 70.

wawancara lapangan, yang dipadukan dengan pengumpulan bahan hukum melalui media cetak, internet, maupun instansi terkait guna mendapatkan data yang objektif dan kredibel.⁸ Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Melalui metode ini, seluruh informasi dan fenomena lapangan yang diperoleh digambarkan menggunakan narasi kalimat, lalu dipisahkan dan diklasifikasikan berdasarkan kategorinya. Data tersebut kemudian dibandingkan dan diverifikasi secara holistik untuk merumuskan kesimpulan akhir penelitian.⁹

2. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan uraian komprehensif mengenai hasil temuan lapangan dan analisis mendalam terkait penegakan hukum terhadap reklame komersial yang bertentangan dengan nilai-nilai syariat Islam di Kabupaten Aceh Barat. Secara spesifik, bab ini mengeksplorasi realitas penegakan Pasal 45 huruf i Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum pada usaha salon kecantikan yang berada di wilayah Kecamatan Johan Pahlawan. Guna menjawab rumusan masalah secara sistematis dan terstruktur, pemaparan dalam bab ini diklasifikasikan ke dalam dua sub-pembahasan utama. Bagian pertama (3.1) akan mengkaji sejauh mana efektivitas implementasi qanun tersebut di lapangan, yang dianalisis menggunakan pisau bedah teori hukum Islam terkait batasan aurat di ruang publik serta prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*) dari UNDP. Selanjutnya, bagian kedua (3.2) akan mengurai secara kritis berbagai faktor kendala yang menghambat efektivitas implementasi pelarangan tersebut. Kendala-kendala ini akan ditelaah menggunakan teori Sistem Hukum (*Legal System*) gagasan Lawrence M. Friedman, guna memetakan problematika yang terjadi pada dimensi substansi hukum (*legal substance*), struktur hukum (*legal structure*), hingga kultur hukum (*legal culture*) masyarakat setempat. Melalui elaborasi pada kedua sub-pembahasan ini, diharapkan dapat tergambar secara utuh dinamika relasional antara regulasi pemerintah daerah, kesadaran pelaku usaha, dan realitas sosiologis masyarakat dalam bingkai otonomi khusus Aceh.

3.1. Implementasi Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum Terkait Reklame yang Menampilkan Konten Melanggar Syariat Islam

Implementasi Pasal 45 Huruf i Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum yang mengatur larangan pemasangan reklame yang melanggar syariat Islam oleh pemilik salon di Kecamatan Johan Pahlawan hingga saat ini belum sepenuhnya efektif mewujudkan ketertiban. Pemerintah daerah secara normatif telah menyatakan komitmennya untuk menertibkan reklame yang tidak sesuai syariat. Penertiban dan pemusnahan reklame yang melanggar telah dilakukan oleh petugas Satpol PP, namun penertiban khusus terhadap usaha salon kecantikan di Kecamatan Johan Pahlawan diketahui masih ada kendala, khususnya terkait koordinasi antarinstansi, terutama antara Bagian Hukum Pemerintah Kabupaten Aceh Barat, Satpol PP, serta DPMPTSP.¹⁰

Respon masyarakat dan pemilik salon terhadap qanun ini pun beragam. Sebagian pemilik salon mengaku belum mengetahui adanya aturan tersebut, sementara masyarakat menilai penerapan qanun belum efektif karena masih banyak ditemukan reklame dengan konten perempuan yang tidak sesuai norma syariat Islam. Keberagaman interpretasi terhadap apa yang

⁸ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan 1, Mataram: Mataram University Press, 2020, hlm. 64-65.

⁹ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021, hlm. 30.

¹⁰ Rismarully (Ahli Muda Perundang-undangan, Bagian Hukum Sekretariat Daerah Aceh Barat), *Wawancara pribadi peneliti*, Aceh Barat, 5 Maret 2025.

dianggap sebagai "pelanggaran" menimbulkan tantangan tersendiri.¹¹ Di lapangan, Satpol PP dan WH mengidentifikasi indikator pelanggaran berupa gambar perempuan yang terbuka auratnya, bahasa provokatif, dan konten visual yang tidak sesuai nilai sosial setempat. Penertiban dilakukan melalui sistem peringatan kepada pelanggar baru, dan penindakan bagi pelanggar lama. Namun, dalam dua tahun terakhir hanya satu salon yang diberikan teguran lisan, menunjukkan lemahnya kuantitas penegakan hukum.¹²

Dari sisi tata kelola perizinan, DPMPSTSP telah memberlakukan SOP verifikasi konten reklame oleh Dinas Komunikasi dan Informatika sebelum izin diberikan. Jika ditemukan unsur pelanggaran syariat, izin tidak diterbitkan. Sayangnya, DPMPSTSP tidak melakukan pengawasan langsung ke lapangan pasca-izin, sehingga beban pengawasan sepenuhnya jatuh pada Satpol PP atau bergantung pada laporan masyarakat.¹³ Hal ini menciptakan ruang ambiguitas bagi pelaku usaha, yang merasa kebingungan menyesuaikan konten promosi agar tetap menarik namun tidak melanggar aturan.¹⁴ Pelanggan salon sendiri merasa reklame tetap dibutuhkan sebagai penunjuk identitas usaha, asalkan disesuaikan dengan nilai Islam, misalnya dengan hanya mencantumkan nama tanpa visualisasi yang vulgar.¹⁵

Dalam menganalisis fenomena ini, peneliti menggunakan teori hukum Islam dan teori *Good Governance*. Secara substansi hukum Islam, Pasal 45 huruf i Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum telah sejalan dengan ketentuan syariat yang mewajibkan penutupan aurat guna menghindari fitnah di ruang publik, sebagaimana diamanatkan dalam Alquran Surah an-Nur ayat 31 dan al-Ahzab ayat 59.¹⁶ Dalam syariat Islam, kewajiban menutup aurat sangat memperhatikan konteks interaksi dan siapa yang melihatnya. Apabila seorang perempuan berada di ruang privat atau hanya berhadapan dengan mahramnya—seperti suami, ayah, saudara laki-laki, atau sesama perempuan muslimah sebagaimana rincian dalam Surah an-Nur ayat 31—maka batasan auratnya lebih longgar. Dalam kondisi tersebut, bagian tubuh seperti kepala (termasuk rambut), tangan, dan kaki diperbolehkan untuk terlihat. Namun, ketika berada di ruang publik, konteks interaksinya berubah karena perempuan akan dilihat oleh laki-laki asing yang bukan mahramnya. Dalam situasi ini, syariat menetapkan batasan yang ketat, yaitu seluruh tubuh perempuan adalah aurat yang wajib ditutup, kecuali wajah dan telapak tangan.¹⁷ Karena reklame atau media iklan dipasang di area publik dan dikonsumsi oleh khalayak umum (termasuk laki-laki non-mahram), maka reklame yang menampilkan perempuan dengan rambut terurai atau busana terbuka secara normatif jelas melanggar ketentuan hukum Islam tersebut, serta bertentangan langsung dengan Pasal 45 huruf i Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum.

Fenomena yang terjadi di Kecamatan Johan Pahlawan, Aceh Barat, menunjukkan adanya diskoneksi antara regulasi dan implementasi. Secara normatif, pemasangan reklame salon

¹¹ Rismarully, wawancara.

¹² Asril (Kabid Trantib Satpol PP dan WH Kabupaten Aceh Barat), *Wawancara pribadi peneliti*, Aceh Barat, 20 Maret 2025.

¹³ Fachrul Razi (Analisis Kebijakan DPMPSTSP Kabupaten Aceh Barat), *Wawancara pribadi peneliti*, Aceh Barat, 25 Maret, 2025.

¹⁴ Dina (Pemilik Dina Salon) dan Mahda (Pemilik Mahda Salon), *Wawancara pribadi peneliti*, Aceh Barat, 22 Maret 2025.

¹⁵ Maidar (Pelanggan Dina Salon), *Wawancara pribadi peneliti*, Kecamatan Johan Pahlawan, 22 Maret 2025.

¹⁶ Terjemahan ayatnya sebagai berikut: "Katakanlah kepada wanita yang beriman: 'Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. Dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung.' (QS. An-Nur: 31) 'Wahai Nabi! Katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin, 'Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka.' Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali, sehingga mereka tidak diganggu. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang." (QS. Al-Ahzab: 59)

¹⁷ Arip Purkon, "Batasan Aurat Perempuan dalam Fikih Klasik dan Kontemporer," *Risalah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 9, no. 3 (September 2023): 1050–1054; Khaerunnisa Karunia, Muh. Suhufi, dan Misbahuddin, "Batas Aurat Muslimah" *Media Hukum Indonesia (MHI)* 2, no. 2 (April-Juni 2024): 684–685, <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/index>.

kecantikan yang menampilkan aurat tidak hanya melanggar ketentuan hukum Islam, tetapi juga bertentangan dengan Pasal 45 huruf i Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum. Ditinjau dari prinsip-prinsip *Good Governance* yang dirumuskan oleh *United Nations Development Programme* (UNDP) penegakan hukum terkait pemasangan reklame salon kecantikan yang menampilkan aurat di Kecamatan Johan Pahlawan juga masuk dalam kategori terhambat oleh lemahnya tata kelola pemerintahan, hal ini tecermin dalam analisis berikut:

a) Transparansi dan Kepastian Hukum

Prinsip transparansi mengharuskan pemerintah membuka akses informasi dan memberikan edukasi hukum yang optimal kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Mahda Salon dan Mc Salon, terungkap bahwa pelaku usaha tidak mengetahui secara detail isi qanun tersebut karena pada saat pengurusan izin usaha, instansi terkait tidak menyampaikan larangan spesifik mengenai visualisasi aurat pada reklame.¹⁸ Hal ini mengindikasikan bahwa pemerintah daerah belum optimal dalam menjalankan asas transparansi. Sebagaimana disyaratkan oleh UNDP, tata kelola yang baik harus memastikan informasi hukum sampai kepada subjek hukum sejak awal (tahap perizinan) untuk menciptakan kepastian hukum, sehingga masyarakat tidak terjebak dalam pelanggaran yang tidak mereka ketahui.¹⁹

b) Efektivitas dan Efisiensi

Prinsip ini menekankan pada optimalisasi sumber daya untuk mencapai tujuan pelayanan dan ketertiban. Fakta bahwa hanya terdapat satu teguran lisan oleh Satpol PP dalam dua tahun terakhir mencerminkan lemahnya efektivitas birokrasi dalam pengawasan.²⁰ Penegakan hukum yang dilakukan Satpol PP cenderung bersifat reaktif dan insidental—hanya menunggu terjadinya pelanggaran melalui patroli lapangan—daripada melakukan langkah-langkah preventif di hulu. Kelemahan ini menunjukkan bahwa sumber daya aparatur, anggaran, dan sarana pendukung belum dimanfaatkan untuk membangun sistem pencegahan yang sistemik, misalnya dengan mengintegrasikan poin-poin qanun ke dalam syarat administratif perizinan.²¹

c) Responsivitas dan Orientasi Konsensus

Pemerintah dianggap responsif apabila mampu menjawab kebutuhan dan keraguan publik dengan cepat. Minimnya pemahaman bersama mengenai batasan konkret istilah "aurat" dalam konteks reklame salon kecantikan menandakan lemahnya aspek responsivitas pemerintah. Keluhan dari pelanggan salon mengenai ketidakjelasan standar ini menunjukkan bahwa pemerintah gagal membangun konsensus atau pemahaman kolektif yang jelas antara regulator, pelaku usaha, dan masyarakat.²² Tanpa batasan yang terperinci, aturan tersebut menjadi multitafsir dan sulit untuk dipatuhi secara konsisten.

d) Akuntabilitas dan Visi Strategis

Rendahnya tindakan tegas terhadap pelanggaran yang tampak di depan mata menurunkan akuntabilitas institusional pemerintah daerah di hadapan publik. Hal ini mencerminkan ketiadaan visi strategis dalam menjaga marwah qanun. Tanpa integrasi antar-dinas (Dinas Perizinan dan Satpol PP), penegakan qanun hanya akan menjadi seremoni administratif tanpa dampak nyata pada ketertiban umum.

¹⁸ Mahda (Pemilik Mahda Salon) dan Meicu Yong (Pemilik Mc Salon), Wawancara pribadi peneliti, Aceh Barat, 22 Maret 2025.

¹⁹ Sedarmayanti, *Good Governance: "Kepemerintahan yang Baik" Bagian Kedua*, ed. rev. (Bandung: Mandar Maju, 2012), hlm. 2.

²⁰ Asril, wawancara.

²¹ Agus Dwiyanto, *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2021), hlm. 5.

²² Meiliani dan Maidar (pelanggan salon), wawancara pribadi peneliti, Aceh Barat, 22 Maret 2025.

Kesimpulan dari analisis di atas menunjukkan bahwa implementasi Pasal 45 huruf i Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum di Kecamatan Johan Pahlawan masih belum memenuhi standar tata kelola pemerintahan yang baik (*Good Governance*). Kegagalan dalam memberikan edukasi hukum di tahap perizinan (transparansi), pola penindakan yang reaktif (efisiensi), serta ketidakjelasan standar "aurat" (responsivitas) menciptakan ruang ketidakpatuhan bagi pelaku usaha. Diperlukan reformasi birokrasi yang mengedepankan langkah preventif melalui sosialisasi dan sinkronisasi regulasi agar qanun dapat tegak secara efektif dan berkeadilan.

3.2. Faktor Kendala Implementasi Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum Terkait Reklame yang Melanggar Syariat Islam

Implementasi pelarangan reklame yang bertentangan dengan syariat Islam pada praktiknya berbenturan dengan kendala struktural dan kultural. Secara struktural, tidak ada tumpang tindih regulasi, namun penegakan di lapangan kerap memicu reaksi emosional dan penolakan dari pelaku usaha.²³ Dari segi operasional, Satpol PP telah memiliki tim khusus dan fasilitas yang memadai, namun efektivitasnya tereduksi oleh minimnya dukungan aktif lintas sektor. DPMPTSP, misalnya, tidak memiliki kewenangan menindak, sehingga beban operasional penertiban menjadi tanggung jawab tunggal Satpol PP.²⁴ Secara kultural, tantangannya jauh lebih kompleks, hedonisme visual yang dibawa oleh media modern telah menormalisasi tampilan salon bagi sebagian masyarakat, sehingga pelanggaran syariat pada reklame dianggap "wajar" selama tidak mengganggu fasilitas umum.²⁵ Banyak pelaku usaha tidak mengurus izin formal karena merasa usahanya berskala kecil, diperparah dengan lemahnya pemerataan sosialisasi hukum dari pemerintah setempat.²⁶

Analisis penegakan hukum dalam kasus ini dapat ditelaah menggunakan teori sistem hukum (*legal system*) menurut Lawrence M. Friedman. Friedman menjelaskan bahwa proses penegakan hukum dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yakni substansi hukum, struktur hukum, dan kultur hukum.²⁷ Dalam kasus ini, ketiga komponen tersebut menghadapi berbagai dinamika dan hambatan di lapangan:

- a) **Substansi Hukum (*Legal Substance*)** Substansi hukum merujuk pada aturan, norma, dan ketentuan mengenai bagaimana hukum itu harus dijalankan. Dalam hal ini, substansi aturan sebenarnya sudah cukup jelas. Qanun yang ada tidak menimbulkan multitafsir dan secara tegas melarang reklame yang bertentangan dengan syariat Islam. Namun, sebaik apa pun substansi hukum yang telah dirumuskan secara tertulis, ketentuan ini tidak akan berjalan efektif apabila tidak didukung oleh pelaksanaan dari struktur hukum dan penerimaan dari kultur hukum masyarakat.
- b) **Struktur Hukum (*Legal Structure*)** Struktur hukum berkaitan dengan lembaga dan aparat penegak hukum yang berwenang menjalankan aturan tersebut, yakni Satpol PP dan WH. Secara kelembagaan maupun ketersediaan sarana dan prasarana (seperti alat dokumentasi dan kendaraan patroli), struktur ini dinilai sudah memadai. Namun, masalahnya terletak pada sistem pengawasan dan operasionalnya. Penegakan aturan di lapangan masih didominasi oleh tindakan reaktif; aparat cenderung baru turun tangan menertibkan setelah terjadi pelanggaran nyata atau adanya keluhan. Upaya preventif seperti patroli berkala,

²³ Asril, wawancara.

²⁴ Fachrul Razzi (Analisis Kebijakan DPMPTSP Kab. Aceh Barat), wawancara pribadi peneliti, Aceh Barat, 25 Maret 2025.

²⁵ Mahda dan Meicu Yong, wawancara.

²⁶ Asril, wawancara.

²⁷ Lawrence M. Friedman, *Sistem Hukum: Perspektif Ilmu Sosial*, terj. M. Khozin (Bandung: Nusa Media, 2011), hlm. 15–17.

pengawasan proaktif, dan koordinasi lintas sektor belum berjalan optimal. Sebagai instansi yang berwenang, Satpol PP seharusnya tidak sekadar bergantung pada reaksi pelaku usaha, melainkan harus lebih proaktif memastikan kepatuhan terhadap peraturan daerah tanpa harus menunggu adanya pelanggaran.

- c) **Kultur Hukum (*Legal Culture*)** Kultur hukum mencakup ide, sikap, harapan, kesadaran, dan pendapat masyarakat terhadap hukum. Komponen ini masih menjadi kendala terbesar di lapangan. Banyak pelaku usaha belum memiliki kesadaran hukum yang memadai; mereka seringkali tidak merasa perlu mengurus izin reklame karena menganggap reklame yang mereka pasang masih dalam batas "wajar". Di sisi lain, masyarakat selaku konsumen juga menunjukkan sikap yang kurang peduli, karena reklame salon pada dasarnya bukan faktor utama mereka dalam memilih jasa salon. Hal ini memunculkan pertanyaan terkait efektivitas pelarangan tersebut secara sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai-nilai ketaatan terhadap aturan belum sepenuhnya melembaga dalam sikap masyarakat, sehingga hukum belum mampu berfungsi secara maksimal sebagai instrumen pengubah perilaku sosial.

Kegagalan menyelaraskan ketiga komponen sistem hukum ini berbanding lurus dengan mandeknya prinsip-prinsip *Good Governance* (kepastian hukum, responsivitas, dan akuntabilitas) di Aceh Barat. Pelaku usaha melanggar aturan seringkali bukan karena intensi membangkang, melainkan karena ketiadaan informasi yang komprehensif dari pihak berwenang, yang mencerminkan belum optimalnya peran **struktur hukum**. Oleh karena itu, implementasi Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum Pasal 45 huruf i memerlukan transformasi pendekatan: dari yang murni bersifat penertiban fisik (represif), menuju pendekatan edukatif, persuasif, dan partisipatif. Transformasi ini mutlak diperlukan untuk memperbaiki **kultur hukum**, sehingga kepatuhan lahir dari kesadaran sosial masyarakat, bukan sekadar ketakutan akan sanksi.

3. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya mengenai penegakan hukum terhadap pemasangan reklame salon kecantikan di Kecamatan Johan Pahlawan, dapat disimpulkan bahwa upaya harmonisasi antara regulasi daerah dan realitas sosiologis masyarakat masih menghadapi berbagai dinamika. Niat pemerintah daerah untuk menciptakan ketertiban umum yang berlandaskan nilai-nilai syariat Islam melalui instrumen hukum nyatanya belum berbanding lurus dengan efektivitas penerapannya di lapangan. Secara komprehensif, pokok-pokok temuan dari penelitian ini dapat dirumuskan ke dalam dua poin kesimpulan berikut:

1. Implementasi Qanun Ketentraman dan Ketertiban Umum Pasal 45 huruf i terhadap pemasangan reklame salon kecantikan yang melanggar syariat Islam di Kecamatan Johan Pahlawan belum berjalan efektif. Ketidakefektifan ini ditandai oleh minimnya koordinasi antarinstansi, yaitu Satpol PP, DPMPTSP, dan Pemkab Aceh Barat, penegakan hukum di lapangan yang cenderung reaktif dengan kuantitas penindakan yang minim, serta ketiadaan pengawasan langsung pasca-penerbitan izin. Pelaksanaan qanun ini juga belum memenuhi prinsip-prinsip *Good Governance*, khususnya dalam hal transparansi, responsivitas, dan edukasi hukum dari pemerintah kepada para pelaku usaha.
2. Faktor kendala utama dalam implementasi qanun tersebut terletak pada ketidakselarasan struktur dan kultur hukum. Dari segi struktur hukum, aparat penegak aturan menghadapi kendala operasional karena minimnya dukungan lintas sektor dan kurangnya pendekatan preventif. Sementara dari segi kultur hukum, kesadaran pelaku usaha masih sangat rendah

akibat normalisasi budaya visual modern dan kurangnya sosialisasi yang komprehensif, diperparah oleh sikap masyarakat yang cenderung apatis terhadap urgensi reklame tersebut. Hal ini menuntut adanya transformasi pendekatan dari penertiban represif menjadi edukatif, persuasif, dan partisipatif agar kepatuhan lahir dari kesadaran sosial.

4. Referensi

Buku:

- Abdussamad, Z. (2021) *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Dwiyanto, A. (2021) *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Efendi, J. dan Ibrahim, J. (2017) *Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris*. Depok: Prenadamedia Group.
- Friedman, L. M. (2011) *Sistem Hukum: Perspektif Ilmu Sosial*. Diterjemahkan oleh M. Khozin. Bandung: Nusa Media.
- Ishaq. (2017) *Metode Penelitian Hukum Dan Penulisan Skripsi, Tesis, Serta Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Mahfud MD. (2011) *Politik Hukum di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muhaimin. (2020) *Metode Penelitian Hukum*. Cetakan Ke-1. Mataram: Mataram University Press.
- Sedarmayanti. (2012) *Good Governance: "Kepemerintahan yang Baik" Bagian Kedua*. Edisi Revisi. Bandung: Mandar Maju.
- Soemitro, R. H. (2006) *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Jurnal:

- Karunia, K., Suhufi, M. dan Misbahuddin. (2024) 'Batas Aurat Muslimah', *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(2), hlm. 681–685. Tersedia di: <https://ojs.darulhuda.or.id/index.php/MHI/index>.
- Purkon, A. (2023) 'Batasan Aurat Perempuan dalam Fikih Klasik dan Kontemporer', *Risalah, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 9(3), hlm. 1046–1061.

Skripsi, Tesis, Disertasi:

- Naziratulmuna (2023) *Representasi Penataan dan Penempatan Reklame di Kota Banda Aceh*. Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan, UIN Ar-Raniry, Banda Aceh.
- Yusup, M., 2020. *Implementasi Kebijakan Penertiban dan Pengawasan Reklame oleh Satpol PP Berdasarkan Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2007 tentang Ketertiban Umum di Wilayah DKI Jakarta*. Skripsi. Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.

Sumber Internet:

- Wahyuni, W. (Tanpa Tahun) *Prinsip-Prinsip Negara Hukum*, Hukumonline. Tersedia di: <https://www.hukumonline.com/berita/a/prinsip-negara-hukum-yang-diterapkan-di-indonesia-lt63449d84e25e4/> (Diakses: 15 Maret 2025).

Peraturan Perundang-undangan:

- Qanun Kabupaten Aceh Barat Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Ketentraman Masyarakat dan Ketertiban Umum