

Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru

Monica Rosiana Sitorus¹ Hasim As'ari²

Program Studi Ilmu Administrasi Publik, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia^{1,2}

Email: monicarosianasitorus@gmail.com¹

Abstrak

Kota Pekanbaru merupakan kota yang terkategori sebagai kota metropolitan, sebagaimana Pekanbaru sudah erat dengan penyebaran reklame. Reklame menjadi salah satu medium bagi para pengusaha di Pekanbaru. Akan tetapi, dengan maraknya reklame yang ada di Kota Metropolitan seperti Pekanbaru, masih banyak yang menyalahi peraturan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru dan kendala-kendalanya. Teori yang digunakan ialah teori implementasi kebijakan Thomas B Smith yaitu ada 4 indikator : kebijakan yang diidealkan (*the idealized policy*), kelompok sasaran (*target group*), organisasi pelaksana (*implementing organization*), dan faktor lingkungan (*enviromental factors*). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Hasil penelitian menemukan bahwa implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru belum terlaksana sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 24 Tahun 2013 yang telah diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan reklame. Kendala yang dihadapi ketika mengimplementasikan kebijakan ini adalah implementor kurang profesional, sosialisasi tidak sampai kepada kelompok sasaran dan kurangnya kepatuhan penyelenggara reklame.

Kata Kunci: Implementasi Kebijakan, Penyelenggaraan Reklame, Kebijakan Yang Diidealkan, Kelompok Sasaran, Organisasi Pelaksana, Faktor Lingkungan.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, menyatakan bahwa pemerintah daerah memiliki tanggung jawab dalam rangka mewujudkan ketertiban umum dalam rangka guna pencapaian kondisi yang aman, tertib, teratur dan kondusif bagi tata kehidupan masyarakat yang terus berubah, berkembang dan dinamis sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan yang terjadi di masyarakat. Tak terkecuali dalam penyelenggaraan reklame merupakan penyelenggaraan yang memerlukan proses dimulai dari perizinan, menentukan lokasi pemasangan atau penempatan, pengawasan, sampai penertiban reklame. Hal ini membuktikan bahwa dalam penyelenggaraan reklame memerlukan perhatian terhadap aspek keselamatan dan keamanan umum.

Pemerintah Kota Pekanbaru dalam upaya menerbitkan penyelenggaraan reklame agar lebih selaras dengan estetika, ketertiban dan melindungi kepentingan Pemerintah. Penyelenggaraan reklame diatur dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 dan telah diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021. Tujuan utama dikeluarkannya adalah untuk mengendalikan estetika kota, meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, melindungi kepentingan umum dan ketertiban umum, serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah melalui penerimaan pajak reklame.

Pemerintah Kota Pekanbaru menegaskan secara rinci Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru, yang menyatakan perencanaan teknis bangunan reklame seperti yang dimaksud dalam pasal 10 ayat (2) bahwa fungsi trotoar tidak terganggu dengan adanya penempatan pondasi

tiang/tangga Jembatan Penyeberangan Orang (JPO). Bangunan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dilarang melebihi batas ketinggian sandaran. Reklame insidental pada kelengkapan jalan, seperti halte, pohon, dilarang mendominasi lingkungan.

Pada bab IV bagian kedua Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru, reklame pada jaringan jalan di dalam kawasan perkotaan dapat ditempatkan di dalam ruang manfaat jalan dengan ketentuan, sebagai berikut:

1. Ditempatkan diluar bahu jalan atau trotoar dengan jarak paling dekat 1 (satu) meter dari tepi paling luar bahu jalan atau trotoar.
2. Dalam hal tidak terdapat ruang di luar bahu jalan, trotoar atau jalan lalu lintas, reklame sebagaimana dimaksud pada huruf a dapat ditempatkan di atas bangunan.
3. Bangunan reklame sebagaimana dimaksud huruf b, wajib mendapat rekomendasi dari perencana bangunan yang memiliki sertifikat keahlian.

Pada jaringan jalan di luar kawasan perkotaan, reklame dapat ditempatkan di dalam ruang milik jalan pada sisi terluar. Tanpa membahayakan konstruksi jembatan dan keselamatan pengguna jalan, reklame dapat dipasang pada struktur Jembatan Penyeberangan Orang (JPO). Reklame di atas ruang manfaat jalan harus diletakkan pada ketinggian paling rendah 5 (lima) meter dari permukaan jalan tertinggi. Penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru diperuntukan bagi promosi usaha atau bisnis hingga politik. Adapun tata cara mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame:

1. Orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan Reklame di Wilayah Kota Pekanbaru wajib memiliki Izin Mendirikan Bangunan Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame secara tertulis oleh pemohon dan disampaikan kepada Walikota Pekanbaru melalui instansi dan/atau pejabat yang ditunjuk.
2. Melengkapi persyaratan administrasi dan persyaratan teknis (rekomendasi) dari Tim Reklame.
3. Walikota dapat melimpahkan kewenangan pemberian izin sebagaimana dimaksud pada pasal 21 ayat (1) kepada instansi dan/atau pejabat yang ditunjuk.

Berikut persyaratan administrasi izin penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru berdasarkan Berdasarkan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru, yaitu:

1. Surat permohonan yang berisi data/identitas pemohon;
2. Melampirkan foto copy KTP dan foto copy Nomor Pendaftaran Wajib Pajak Daerah (NPWPD);
3. Foto copy surat Izin Mendirikan Bangunan Reklame yang dilegalisir oleh pejabat yang berwenang.

Berdasarkan sumber dari Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru tentang penyelenggaraan reklame terdapat data mengenai izin tayang reklame dan data yang tidak memiliki izin tayang reklame. Berikut data reklame berizin dan tidak berizin di Kota Pekanbaru.

Tabel 1. Data Reklame Berizin dan Tidak Berizin

No	Data Reklame	Tahun (Januari 2020-Agustus 2021)	
		2020	2021
1.	Reklame berizin	1066	315
2.	Reklame tidak berizin	5106	3001

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2022

Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa terdapat sejumlah total reklame yang memiliki izin dan yang tidak memiliki izin di Kota Pekanbaru. Pada tahun 2020 reklame yang memiliki izin berjumlah 1066 reklame dan pada tahun 2021 reklame yang memiliki izin berjumlah 315 reklame. Sedangkan jumlah reklame yang tidak memiliki izin dan melanggar Perwako Kota Pekanbaru nomor 24 tahun 2013 terkait pelanggaran tempat, ukuran dan waktu dikategorikan ke dalam bentuk reklame ilegal atau tidak memiliki izin. Pada tahun 2020 reklame ilegal berjumlah 5106, pada tahun 2021 berjumlah 3001 reklame ilegal.

Maraknya penggunaan reklame yang tidak memiliki izin di Kota Pekanbaru menjadi perhatian khusus publik. Banyak pemasangan reklame yang tidak diatur atau dibatasi menimbulkan kesan berantakan, seperti reklame insidentil yang dipasang di pohon-pohon dipinggir jalan sangat merusak pemandangan dan keindahan kota serta terkadang mengganggu kenyamanan pengguna jalan dalam berkendara. Di dalam Perwako Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021, pada ayat 1 poin a juga dijelaskan reklame pada jaringan jalan di dalam kawasan perkotaan dapat ditempatkan di dalam ruang manfaat jalan dengan ketentuan, ditempatkan di luar bahu jalan atau trotoar dengan jarak paling dekat satu meter dari tepi paling luar bahu jalan atau trotoar. Sementara, reklame insidentil yang menjamur di Kota Pekanbaru itu pada umumnya berada di atas trotoar.

Adanya temuan pemasangan reklame di Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) yang belum berfungsi dengan ukuran besar yang melebihi batas ketinggian sandaran. Pada pasal 31 ditegaskan sanksi administrasi bagi penyelenggara reklame yang melanggar peraturan. Reklame yang melanggar ketentuan-ketentuan penyelenggaraan Bangunan Reklame dan tidak mempunyai izin tayang, terlebih dahulu akan diberikan Surat Peringatan dengan jangka waktu paling lambat 3 (tiga) hari untuk menyesuaikan dengan ketentuan berlaku dan juga melakukan pengurusan izin tayang, apabila dalam jangka waktu sudah berakhir dan penyelenggara reklame tidak melakukan pengurusan izin tayang, maka Tim Pengawas akan melakukan penurunan objek reklame tersebut.

Berikut adalah data target dan realisasi penerimaan Pajak Reklame yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru tahun 2018-2021:

Tabel 2. Perbandingan Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame 2017-2021

Pajak Reklame per Tahun	Target	Realisasi Penerimaan	Persen
2017	164.917.565.880	19.830.814.018	12,02%
2018	222.017.565.881	23.367.011.100	10,52%
2019	148.126.884.833	30.954.181.681	20,90%
2020	27.103.188.591	28.003.177.528	103,32%
2021	28.500.000.000	31.297.328.419	109,82%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2022

Berdasarkan Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Pekanbaru sudah sangat meningkat dari masa pandemi covid-19 kemaren. Menurut badan pendapatan daerah Kota Pekanbaru kenaikan penerimaan pajak reklame pertahunnya itu 10%-15%. Namun tidak semua penyelenggara reklame yang membayar pajak karena kurangnya kesadaran wajib pajak.

Landasan Teori

Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Grindle dalam (Winarno 2016:135) berpendapat bahwa pelaksanaan secara keseluruhan adalah untuk membentuk suatu hubungan yang memudahkan terlaksananya tujuan kegiatan sebagai dampak dari pemerintah. Winarno juga menyatakan

bahwa implementasi kebijakan publik merupakan suatu tahapan yang krusial dalam proses kebijakan publik. Hal ini sejalan dengan pendapat As'ari, (2019:84) bahwa unsur-unsur pemerintahan dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: pertama, negara/pemerintah, yaitu lembaga politik dan lembaga sektor publik yang menyelenggarakan kegiatan publik. Kedua, sektor swasta, yaitu entitas sektor swasta yang terlibat aktif dalam keterlibatan politik. Ketiga, masyarakat, yaitu kelompok orang yang berkuasa dan berinteraksi secara sosial, politik, dan ekonomi. Van Meter dan Van Horn dalam (Wahab, 2014:135) mendefinisikan implementasi kebijakan adalah tindakan individu, kelompok, pemerintah dan sektor swasta untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

Implementasi kebijakan merupakan tahapan yang sangat penting dalam keseluruhan struktur kebijakan karena melalui prosedur ini proses kebijakan secara keseluruhan dapat dipengaruhi tingkat keberhasilan atau tidaknya dalam mencapai tujuan (Ulfa & Mashur, 2022). Menurut Thomas B. Smith (Smith, 1973) proses implementasi kebijakan melibatkan 4 (empat) komponen yang saling mempengaruhi dan berinteraksi secara timbal balik sehingga tidak dapat berdiri sendiri, oleh karena itu terjadi ketegangan-ketegangan (*tensions*) yang bisa menyebabkan timbulnya protes-protes, bahkan aksi fisik, dimana hal ini menghendaki penegakan institusi-institusi baru untuk mewujudkan sasaran kebijakan tersebut. Ada empat komponen yang penting dalam proses implementasi kebijakan yaitu kebijakan yang diidealkan (*the idealized policy*), kelompok sasaran (*the target groups*), badan pelaksana (*the implementing organization*), dan Faktor-faktor lingkungan (*environment factors*).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan Kepala Sub Bidang Pajak Daerah II Kota Pekanbaru, Seksi Perizinan dan Non Perizinan A/I Kota Pekanbaru, Komandan Pleton Praja Wanita Kota Pekanbaru dan penyelenggara reklame yang berada pada lokasi penelitian. Data dianalisis secara interaktif meliputi tiga kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi) Miles dan Huberman, 1992 dalam (Ahyar, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan didasari data yang telah penulis peroleh dari hasil penelitian dengan instansi yang berkaitan sebagai informan yang memberikan informasi dan penjelasan khususnya mengenai Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru melalui teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan jawaban atas penelitian yang penulis lakukan, studi pustaka yang penulis peroleh melalui catatan-catatan dan laporan dari instansi yang bersangkutan dan berhubungan langsung dengan penelitian implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame, dan terakhir analisis dokumentasi yang penulis sajikan berupa bentuk tulisan dan gambar seperti peraturan, kebijakan, struktur organisasi dan dokumen lainnya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame pada kota pekanbaru dan apa saja kendala dalam mengimplementasikan reklame di kota pekanbaru maka dengan itu penulis melakukan penelitian ini dengan wawancara mendalam kepada informan yang paling memahami tentang implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di kota Pekanbaru.

Kebijakan yang Diidealkan (*The Idealized Policy*)

Kebijakan yang diidealkan yang dimaksud adalah pola interaksi yang diharapkan oleh perumus kebijakan yang dalam penelitian ini yaitu Walikota Pekanbaru dengan tujuan mendorong kelompok sasaran yaitu penyelenggara reklame untuk melaksanakan kebijakan

tentang penyelenggaraan reklame. Dalam mengukur kebijakan yang diidealkan, dapat dilihat dari komunikasi dan pemberian informasi yang akurat serta koordinasi diantara pihak-pihak yang terlibat yaitu Walikota Pekanbaru ke Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru dan kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru serta kepada penyelenggara reklame. Dari hasil wawancara dan temuan dilapangan, komunikasi dan koordinasi dari Badan Pendapatan Daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru belum ideal dan masih ditemukan adanya pemasangan reklame pada trotoar dan berada dekat bahu jalan yang mana tentu hal ini sudah tidak sesuai dengan isi Perwako pasal 5 ayat 1 dan belum ada tindak lanjut dari Badan Pendapatan Daerah selaku ketua Tim reklame terhadap bangunan reklame tersebut. Dan terkait perizinan, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu tidak ada memberikan kejelasan informasi yang diberikan kepada Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. Sehingga Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru tidak bisa menjalankan tugasnya tanpa ada izin dari Bapenda dan DPMPTSP Kota Pekanbaru.

Kelompok Sasaran (*Target Group*)

Kelompok sasaran adalah orang-orang yang terpengaruh oleh suatu kebijakan. Salah satu tujuan keluarkannya Perwako mengenai penyelenggaraan reklame adalah untuk mengendalikan estetika kota. Sehubungan dengan hal tersebut, Pemerintah Kota Pekanbaru melakukan upaya agar penyelenggara reklame menaati peraturan untuk tidak memasang reklame pada kawasan tertentu. Penyelenggara reklame menjadi pihak penting untuk menilai keberhasilan suatu kebijakan yang telah dikeluarkan dilihat dari bagaimana respon atau daya tanggap penyelenggara reklame dalam menaati kebijakan tersebut. Dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Badan Pendapatan Daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Satuan Polisi Pamong Praja, di Kota Pekanbaru respon atau daya tanggap penyelenggara reklame masih kurang taat dalam mengimplementasikan kebijakan ini. Masih banyak terdapat pemasangan reklame pada kawasan-kawasan yang tidak diperbolehkan seperti pada pohon-pohon, diatas trotoar dan pada media jalan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengawasan dari Badan Pendapatan Daerah dan Satuan Polisi Pamong Praja membuat keberadaan reklame tersebut masih sangat banyak ditemukan di Kota Pekanbaru.

Organisasi Pelaksana (*Implementing Organization*)

Dalam mengimplementasikan kebijakan tidak terlepas dari organisasi pelaksana atau unit-unit birokrasi pemerintah yang diberikan tanggungjawab. Stabilitas struktur dan kesiapan sumber daya manusia yang sesuai dengan kualifikasi tentu menjadi salah satu syarat. Gaya dan sifat kepemimpinan organisasi juga akan menentukan proses implementasi kebijakan. Dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan reklame, adapun yang menjadi organisasi pelaksana ialah: Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru. Organisasi pelaksana penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru sudah memenuhi kualifikasi dan rata-rata menempuh pendidikan strata 1. Badan Pendapatan Daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu serta Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru melakukan training untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Faktor Lingkungan (*Enviromental factors*)

Lingkungan yang baik dapat mempengaruhi keberhasilan suatu kebijakan. Sedangkan lingkungan yang buruk dapat menjadi sumber masalah dari kegagalan proses implementai kebijakan. Pada pembahasan ini, faktor lingkungan dapat meliputi lingkungan sosial, ekonomi, dan politik. Faktor lingkungan mempunyai oengaruh dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat sehingga juga berpengaruh terhadap implementasi kebijakan tentang penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru. Dari hasil wawancara dengan Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, penyelenggara reklame yang taat membayar pajak akan membantu kesejahteraan masyarakat kota Pekanbaru. Begitu dengan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru, masyarakat ikut terlibat dalam penyelenggaraan reklame. Penyelenggara reklame menyewa tanah masyarakat untuk mendirikan bangunan reklame. Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru, melihat masih banyak keterlibatan faktor politik dalam penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru yang memberikan dampak baik dan buruk kepada masyarakat Kota Pekanbaru.

Kendala Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru

Dalam melaksanakan sebuah kebijakan, tidak mesti selalu berjalan dengan lancar tentu akan selalu mengalami berbagai kendala yang akan dihadapi. Kendala dapat mempengaruhi keberhasilan terhadap pencapaian tujuan yang telah ditetapkan yaitu terwujudnya penyelenggaraan reklame yang sesuai dengan peraturan di Kota Pekanbaru. Setelah peneliti melakukan kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi, penulis telah menemukan berbagai macam hambatan yang dapat menghalangi keberhasilan dari implementasi antara lain sebagai berikut:

1. Implementor Kurang Profesional. Sumber daya adalah kebutuhan yang penting yang harus dimiliki oleh setiap organisasi yang akan melaksanakan suatu kebijakan. Sumber daya manusia (SDM) diperlukan untuk menunjang program yang telah ditetapkan sesuai dengan tugas masing-masing dalam menjalankan kewenangannya. Dari hasil wawancara dengan Badan Pendapatan Daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru sumber daya manusia masih kurang profesional dalam memberikan pelayanan. Jika dilihat sumber daya manusia yang dimiliki oleh Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru sudah mencukupi dari segi kuantitas, namun dari segi kualitas masih belum baik. Dalam pemerintahan yang baik, pelayanan publik harus memenuhi kualitas. Untuk melaksanakan pelayanan publik yang baik, maka pemerintah harus mampu menempatkan jumlah dan kualitas staf yang memiliki pemahaman pelayanan publik yang baik agar tepat sasaran. Jika pelayanan yang diberikan sudah baik maka penyelenggara reklame tidak merasa kurang nyaman.
2. Sosialisasi Tidak Sampai Kepada Kelompok Sasaran. Implementasi kebijakan akan berjalan efektif apabila kebijakan itu sampai kepada kelompok sasaran. Kelompok sasaran harus mampu untuk ikut mewujudkan tujuan dikeluarkannya kebijakan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dari Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru dan Penyelenggara Reklame dapat disimpulkan bahwa dalam implementasinya, sosialisasi akan kebijakan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 yang diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame tidak sampai kepada penyelenggara reklame. Sehingga masih banyak penyelenggara reklame yang ketinggalan informasi mengenai izin penyelenggaraan dan pembayaran pajak reklame.
3. Kurangnya Kepatuhan Penyelenggara Reklame. Dalam suatu kebijakan, setiap organisasi pelaksana tentunya memiliki hak dan kewajiban yang harus ditaati. Berdasarkan hasil wawancara dari Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, Satuan Polisi Pamong Praja

Kota Pekanbaru dan Penyelenggara Reklame dapat disimpulkan bahwa dalam pengimplementasian kebijakan ini kepatuhan penyelenggara reklame di Kota Pekanbaru masih kurang dalam mengimplementasikan kebijakan ini. Masih banyak ditemui penyelenggara reklame yang memasang reklame pada tempat yang tidak diizinkan dan lupa akan kewajibannya dalam membayar pajak reklame

KESIMPULAN

Dalam penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru telah melalui proses pengimplementasian dengan melibatkan beberapa pihak-pihak yang terlibat. Maka akan dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut: Bahwa proses implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru dapat disimpulkan belum terlaksana dengan baik sesuai dengan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 yang telah diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 tentang Penyelenggara Reklame. Hal ini dibuktikan dengan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa komunikasi pihak-pihak yang terkait tidak sesuai dengan realisasi dilapangan terlihat dari adanya reklame yang menyalahi pertauran seperti dibangun diatas trotoar, dibahu jalan dan jembatan penyeberangan orang. Beberapa kendala pada proses implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru ada 3 kendala. Kendala pertama adalah implementor kurang profesional. Kendala kedua adalah sosialisasi tidak sampai kepada kelompok sasaran. Kendala ketiga adalah kurangnya kepatuhan penyelenggara reklame akan hak dan kewajiban yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti terkait implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru, penulis mencoba memberikan saran serta harapan, sebagai berikut: Terkait kelima indikator Thomas B Smith tentang proses implementasi kebijakan yang belum terlaksana dengan baik. Pertama, terkait dengan kebijakan yang diidealkan dan kelompok sasaran, harus memperbaiki komunikasi baik dari Walikota kepada Badan Pendapatan Daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru dan Penyelenggara Reklame. Dan ketika ingin melakukan perubahan kebijakan lebih melibatkan kelompok sasaran agar komunikasi kebijakan berjalan dengan baik. Jika memang kelompok sasaran sudah terbukti bersalah maka Badan Pendapatan Daerah selaku ketua tim reklame segera melakukan tindakan dengan berkoordinasi kepada Satuan Polisi Pamong Praja agar langsung menertibkan dengan memberikan sanksi tegas agar memberikan efek jera. Kedua, terkait organisasi pelaksana kebijakan penyelenggaraan reklame melakukan evaluasi agar mengetahui dan bisa memperbaiki kinerja pegawai. Ketiga, terkait faktor lingkungan dalam mengimplementasikan kebijakan pemerintah lebih banyak melibatkan masyarakat. Pertama, terkait kendala implementor kurang profesional seharusnya pemerintah lebih mengutamakan kualitas dari pada kuantitas yang terlalu banyak. Kedua, terkait sosialisasi tidak sampai kepada kelompok sasaran, Badan Pendapatan Daerah lebih memperbanyak sosialisasi kepada penyelenggara reklame terlebih jika ada perubahan dari sebelumnya agar tidak ada komunikasi yang tidak jelas. Ketiga, terkait kurangnya kesadaran penyelenggara reklame, penyelenggara reklame harus memiliki kepatuhan penyelenggara reklame dalam hak dan kewajibannya seperti mengurus perizinan, bayar pajak dan memperhatikan lingkungan sekitar dalam mendirikan bangunan reklame di Kota Pekanbaru agar lebih indah dan rapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri,D. (2022, Februari 02). Menyalahi Aturan,Reklame Insidentil Menjamur di Kota Pekanbaru
- Ahyar, H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif (Issue March).

- Anggoro, I. P. (2019). Implementasi Kebijakan Penertiban Pemasangan Reklame Di Kabupaten Jember (Studi Pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Jember).
- As'ari, H. (2019). Implementasi Kebijakan Tata Kelola Sampah di Kota Pekanbaru. In *Prosiding Seminar Nasional Iapa Riau Kepri 2019* (p. 84).
- Aurelia, S., & Nasution, M. S. (2022). Implementasi Tapping-Box Pada Pajak Parkir Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(September), 475–482.
- Daulay, V. F. B. (2022). Penertiban Reklame Di Kota Pekanbaru. *Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas*, 5(1), 815–832.
- Encep Syarief, N. (2019). *Teori-teori Analisis Implementasi Kebijakan Publik*. CV.Maulana Media Grafika.
- Freddy, H. T. R., Achmad, W., & Nasution, M. S. (2022). The Effectivity Of Public Services Based On Smart Goverment In Bukit Raya Distric Pekanbaru City. *Journal of Governance*, 7(1), 239–259.
- Gutami, G. D., Lituhayu, D., Publik, D. A., & Reklame, P. (2019). Implementasi Kebijakan Penataan Reklame Di Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*.
- Habibi, M. M. (2014). Implementasi Kebijakan Penataan Reklame Di Kota Malang (Studi Terhadap Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006 Tentang Penyelenggaraan Reklame).
- Haryoko, S. (2020). Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis).
- Hermawan, Y. (2020). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Tasikmalaya. *Syntax Transformation*, 1(7).
- Hidayat, R. (2022, Mei 19). Reklame Insidentil di Atas Trotoar Pekanbaru Salahi Perwako
- Kadji, Y. (2015). Formulasi dan Implementasi Kebijakan Publik. In *UNG Press Gorontalo Anggota IKAPI (Issue 1)*.
- Luthfiyah, F. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*
- Maria, I. S., & As'ari, H. (2022). Komunikasi Antar Implementor Kebijakan Penempatan Dan Pemanfaatan Tenaga Kerja Lokal Di Kabupaten Pelalawan. *Journal Publicuho*, 5(3), 616–625.
- Olivia, L. (2022, Februari 08). Polemik Reklame Di JPO Yang Belum Rampung, Investor Beri Alasan Nyeleneh
- Olivia, L. (2022, Maret 08). Hari Ini, Petugas Bongkas 7 Dari 126 Tiang Reklame Ilegal di Pekanbaru
- Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2018 perubahan Peraturan Daerah No 4 Tahun 2011 tentang Reklame.
- Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 yang telah diubah dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru
- Putra, I., Yuliani, F., & As'ari, H. (2022). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan. *Jurnal Niara*, 14(3), 284–291.
- Rusli, Z., & Mashur, D. (2018). Implementasi Kebijakan Badan Usaha Milik (Bum) Desa Di Kabupaten Bengkalis. *Repository Universitas Riau*, 101–114.
- Smith, T. B. (1973). *The Policy Implementation Process*. Springer, 4(2), 197–209.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sukmawati, M., & Ishak, J. F. (2019). Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Bandung. In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Syarifudin, E. (2004). *Teori Kepemimpinan*. Alqalam, 21(102), 459.

- Syaripudin, A. F., Nur, T., & Meigawati, D. (2020). Komunikasi Kebijakan Publik Dalam Penyelenggaraan Reklame di Kota Sukabumi. *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 8(2), 82–86.
- Tachjan, H. (2006). Implementasi Kebijakan Publik. In *Asosiasi Ilmu Politik Indonesia (AIPI) Bandung-Puslit KP2W Lembaga Penelitian Unpad Editor (Vol. 38)*.
- Ulfa, A., & Mashur, D. (2022). Implementasi Kebijakan Tata Kelola Retribusi. *Systems Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas*, 5(1), 862–875.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang Dasar 1945
- Wahab, S. A. (2014). *Analisis Kebijakan*. Bumi Aksara.
- Winarno, B. (2002). *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Media Pressindo.
- Winarno, B. (2016). *Kebijakan Publik Era Globalisasi*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).