

Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru

Masriani¹ Hendry Andry²

¹²Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau, Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan, Pekanbaru, Indonesia
e-mail: masriani@student.uir.ac.id

Abstract

This study aims to determine the implementation of the advertising policy by the Pekanbaru City Regional Revenue Agency (BAPENDA). This study used qualitative methods with triangulation data collection techniques, namely observation, interviews, and documentation. The data analysis employed a qualitative research model. The results indicate that the implementation of the advertising policy in Pekanbaru City has not been running smoothly. The implementation of this policy still faces various complex obstacles. Although the policy's dimensions and objectives have been clearly established through a Mayoral Regulation, in practice, business operators still fail to obtain advertising permits, exacerbated by weak public awareness and unclear sanctions. In terms of resources, limited supervisory personnel and a limited budget for enforcement, along with limited public access to information, also pose serious obstacles to policy implementation. The characteristics of implementing agencies also pose a hindering factor, primarily due to the lack of integrated cross-agency standard operating procedures (SOPs), complex bureaucracy, and the lack of a definitive timeframe for permit completion. The attitudes of implementers and business operators also influence the effectiveness of implementation, with low compliance with licensing procedures and weak oversight being particular challenges. Furthermore, suboptimal inter-organizational communication, the lack of a structured coordination schedule, and weak information systems and passive outreach further hamper policy implementation. Social, economic, and political factors also play a significant role, such as low public legal awareness, economic inequality among business actors, and the influence of political interests, which can impact the consistency and neutrality of policy implementation.

Keywords: Policy Implementation, Administration of Billboards, Regional Revenue Agency (Bapenda), Pekanbaru City.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data triangulasi, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru belum berjalan dengan baik. Implementasi kebijakan ini masih menghadapi berbagai hambatan yang cukup kompleks. Meskipun ukuran dan tujuan kebijakan telah ditetapkan secara jelas melalui Peraturan Walikota, dalam praktiknya masih ditemukan pelaku usaha yang tidak mengurus izin reklame, diperparah dengan lemahnya kesadaran masyarakat dan sanksi yang tidak tegas. Dari aspek sumber daya, terbatasnya jumlah personel pengawas dan anggaran terbatas untuk penertiban, selain itu rendahnya akses informasi kepada masyarakat turut menjadi kendala serius dalam pelaksanaan kebijakan. Karakteristik agen pelaksana juga menjadi faktor penghambat, terutama karena belum adanya SOP terpadu lintas instansi, birokrasi yang rumit, serta tidak adanya standar waktu penyelesaian perizinan yang pasti. Sikap pelaksana dan pelaku usaha juga turut memengaruhi efektivitas implementasi, di mana rendahnya kepatuhan terhadap prosedur perizinan dan lemahnya pengawasan menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, komunikasi antarorganisasi yang belum optimal, tidak adanya jadwal koordinasi yang terstruktur, serta lemahnya sistem informasi dan sosialisasi yang hanya bersifat pasif semakin memperlemah pelaksanaan kebijakan. Faktor lingkungan sosial, ekonomi, dan politik juga memainkan peran penting, seperti rendahnya kesadaran hukum masyarakat, ketimpangan ekonomi pelaku usaha, dan pengaruh kepentingan politik yang dapat memengaruhi konsistensi dan netralitas pelaksanaan kebijakan.

Kata Kunci : Implementasi Kebijakan, Penyelenggaraan Reklame, Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA), Kota Pekanbaru.

Pendahuluan

Administrasi adalah ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama dalam masyarakat. Secara luas, administrasi dapat diartikan sebagai proses kerjasama yang terorganisasi oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama. Salah satu cabang dari ilmu administrasi yaitu administrasi publik, secara sederhana administrasi publik merupakan ilmu yang mempelajari proses-proses dalam penyelenggaraan kebijakan publik oleh lembaga-lembaga pemerintah, termasuk bagaimana suatu kebijakan dirancang, diimplementasikan, dan dievaluasi. Dalam praktiknya, administrasi tidak dapat dipisahkan dari konsep organisasi dan manajemen. Organisasi merupakan wadah atau struktur tempat terjadinya aktivitas administrasi, dimana terdapat sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Sedangkan manajemen berperan dalam mengelola sumber daya melalui fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan agar kegiatan organisasi berjalan dengan efektif dan efisien.

Salah satu bentuk kebijakan publik yang memerlukan tata kelola administrasi, organisasi, dan manajemen yang baik adalah penyelenggaraan reklame. Reklame merupakan salah satu sarana periklanan media luar ruangan untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan atau mempromosikan suatu produk, layanan, atau ide ke khalayak umum. Keberadaan reklame di ruang publik memiliki nilai strategis, baik sebagai media komunikasi bisnis maupun sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi. Namun, jika tidak diatur dan diawasi dengan baik, reklame dapat menimbulkan dampak negatif, seperti gangguan estetika kota, ketidak tertiban tata ruang, polusi visual, bahkan membahayakan keselamatan pengguna jalan, hingga kerugian Pendapatan Asli Daerah (PAD) akibat reklame tidak berizin.

Salah satu kota yang memiliki kawasan reklame cukup banyak yaitu Kota Pekanbaru. Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru telah diatur dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru, namun ada perubahan sehingga keluar Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru. Setelah itu mengalami perubahan lagi sehingga keluar Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru.

Peraturan mengenai penyelenggaraan reklame memiliki peran yang sangat penting bagi pemerintah daerah, karena menyangkut tata ruang kota dan ketertiban umum. Keberadaan peraturan ini menjadi landasan hukum dalam pemungutan pajak reklame, yang merupakan salah satu pendapatan asli daerah. Dengan adanya peraturan yang jelas dan terstruktur, Badan Pendapatan daerah Kota Pekanbaru memiliki dasar hukum untuk menarik pajak dari pelaku usaha reklame.

Dari aspek penataan kota, regulasi ini sangat urgen dalam menjaga keindahan visual kota dan estetika ruang publik, menghindari keberadaan reklame ilegal yang berpotensi merusak tata kota, serta menciptakan kepatuhan terhadap penempatan tiang reklame. Ketika reklame di pasang asal-asalan, tidak sesuai zonanya atau di lokasi yang dilarang, maka akan menimbulkan kesan kota yang tidak tertata dan mengganggu kenyamanan masyarakat.

Dari aspek sosial dan politik, aturan penyelenggaraan reklame mendorong kesadaran hukum masyarakat dalam ber-usaha. Peraturan ini juga memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha reklame dan masyarakat umum, bahwa semua bentuk usaha di ruang publik

harus melalui proses perizinan yang sah, dan tunduk kepada ketentuan yang berlaku. Dengan demikian, urgensi peraturan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru, bukan hanya untuk kepentingan administratif, tetapi juga untuk mewujudkan pemerintahan yang baik, yaitu tata kelola pemerintahan yang bersih dan tertib.

Penyelenggaraan reklame memerlukan izin dari organisasi perangkat daerah tertentu, izin reklame ini telah diatur dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 Tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 23 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru pasal 21 yang berbunyi :

“Setiap wajib pajak reklame wajib memiliki IMB Reklame/PBG Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame Setiap wajib pajak reklame wajib memiliki IMB Reklame/PBG Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame”

Kawasan yang tidak diperbolehkan memasang reklame jenis rokok yaitu dijalan protokol. Larangan tersebut diatur dalam Surat Edaran Walikota Pekanbaru Nomor 805/DPD/XII/2015 tentang larangan pemasangan iklan produk rokok pada ruas jalan tertentu di wilayah kota pekanbaru.

Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame kerap menemui berbagai tantangan. Di kota Pekanbaru sendiri cukup banyak ditemukan penyelenggaraan reklame, mulai dari Jalan Protokol, Taman Kota, hingga Jembatan Penyebrangan Orang (JPO) bisa dijumpai penyelenggaraan reklame. Menjamurnya penyelenggaraan reklame ini, juga menimbulkan beragam permasalahan terkait ketertiban penyelenggaraan reklame. Setiap Jalan di kawasan Kota Pekanbaru sangat strategis dikarenakan Kota Pekanbaru sendiri merupakan kawasan yang menjadi pusat aktivitas ekonomi, pemerintahan, dan jalur lalu lintas yang banyak di lewati banyak orang, sehingga menjadi lokasi yang sangat strategis untuk pemasangan reklame. Kota Pekanbaru dipenuhi oleh berbagai bentuk reklame, mulai dari tiang reklame, billboard, baliho, spanduk, hingga media digital. Tetapi, tidak semua reklame tersebut terpasang sesuai dengan ketentuan. Masih banyak reklame yang tidak memiliki izin resmi, tidak sesuai dengan standar teknis dan estetika kota. Kompleksitas dan lamanya waktu pengurusan perizinan reklame telah mengakibatkan konsekuensi yang tidak diinginkan, yaitu meningkatnya jumlah reklame yang tidak memiliki izin dan dipasang tidak pada tempatnya.

Tujuan dilaksanakan penelitian ini untuk menganalisis faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru. Analisis mendalam akan dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga akan menelusuri dampak sosial dan ekonomi dari kebijakan tersebut terhadap masyarakat dan pengusaha.

Tinjauan Pustaka

Konsep Administrasi

Menurut Andry dan Yussa (2020:12) Administrasi adalah keseluruhan kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai ketentuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Sondang P. Siagian (2015:2) mendefinisikan administrasi sebagai keseluruhan proses kerjasama antar dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Konsep Organisasi

Menurut Siagian dalam Andry dan Yussa (2015: 16) Organisasi merupakan setiap bentuk persekutuan dua orang atau lebih yang bekerjasama serta secara formal terkait, dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan. Dalam ikatan tersebut terdapat seseorang atau beberapa orang yang disebut atasan dan seseorang atau sekelompok orang disebut bawahan.

Menurut Dwight Waldo dalam Syafiie (2019: 114) Organisasi yaitu sebagai suatu struktur dan kewenang-kewenangan dan kebiasaan-kebiasaan dalam hubungan antar orang-orang pada suatu sistem administrasi.

Konsep Manajemen

Menurut Siagian dalam Andry dan Yussa (2015: 14) Manajemen diartikan sebagai kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil, dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Artinya dapat dikatakan bahwa manajemen inti dari administrasi. Karena manajemen merupakan alat pelaksana utama dari administrasi. Dengan perkataan lain administrasi dan manajemen tidak dapat dipisah-pisahkan, hanya kegiatan-kegiatannya yang dapat dibedakan.

Menurut George R. Terry dan Leslie W. Rue (2020: 1) Manajemen merupakan suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.

Konsep Kebijakan

Menurut Winarno dan Wahab dalam Ali, Z. dan Al Hafis, R., I. (2015: 3) sepakat mengatakan bahwa istilah "kebijakan" ini penggunaannya sering dipertukarkan dengan istilah-istilah lain seperti tujuan (goals) program, keputusan, undang-undang, ketentuan-ketentuan, standar, proposal dan grand design.

Menurut Thomas R. Dye dalam Agustino (2020: 14) menyebutkan kebijakan adalah pekerjaan yang dilakukan oleh pemerintah (entah itu bertujuan untuk menyelesaikan masalah, meningkatkan sumber daya manusia, menghentikan tindakan terorisme, ataupun lainnya) dan kerja tersebut menghasilkan sesuatu.

Konsep Implementasi Kebijakan Publik

Menurut Van Metter dan Horn dalam Purwanto dan Sulyastuti (2015: 20) Implementasi kebijakan mencakup tindakan-tindakan oleh individu atau kelompok publik atau swasta yang diarahkan pada pencapaian tujuan yang ditetapkan dalam keputusan kebijakan sebelumnya.

Mazmanian dan Sabatier dalam Agustino (2020:146) mendefinisikan implementasi kebijakan sebagai :

"Pelaksanaan keputusan biasanya dalam bentuk undang-undang, tapi dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting ataupun keputusan badan peradilan. Lazimnya keputusan itu mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tegas tujuan atau sasaran yang ingin dicapai, dan berbagai cara untuk mengatur proses implementasinya".

Konsep Penyelenggaraan

Penyelenggaraan diartikan sebagai proses pelaksanaan suatu kegiatan yang dirancang dan dikoordinasikan secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu dalam setiap aspek

kehidupan, baik dalam suatu organisasi kecil maupun organisasi besar seperti pemerintahan. Penyelenggaraan memiliki peranan penting untuk memastikan bahwa seluruh tahap kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Penyelenggaraan mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi. Hal ini bertujuan agar seluruh komponen kegiatan mulai dari sumber daya manusia, anggaran, hingga komunikasi berfungsi secara maksimal.

Konsep Reklame

Secara umum reklame adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, memperkenalkan, menawarkan, serta mempromosikan suatu produk atau jasa kepada banyak orang dengan menggunakan kata-kata dan gambar yang menarik.

Dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 Pasal 1 Ayat (52) menyatakan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan atau dinikmati oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan/atau pemerintah daerah.

Metode

Dalam pembahasan mengenai implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru. Penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini bertujuan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana kebijakan tersebut diimplementasikan, dipahami, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual. Melalui teknik observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan seperti Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu Kota Pekanbaru, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru, dan pelaku usaha reklame, serta analisis dokumen terkait, penelitian ini dapat mengungkap dinamika kompleks dalam penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru. Peneliti berusaha untuk mengungkapkan fakta sesuai dengan kenyataan yang ada tanpa melakukan intervensi terhadap kondisi yang terjadi. Penelitian kualitatif dengan metode deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif (gambaran) dan hubungan antara fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2014). Teknik pengambilan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dan Pembahasan

Ukuran dan Tujuan Kebijakan

Kinerja implementasi kebijakan dapat diukur tingkat keberhasilannya jika dan hanya jika ukuran dan tujuan dari kebijakan memang realistis dengan sosio-kultur yang mengada di tingkat pelaksana kebijakan. Ketika ukuran kebijakan atau tujuan kebijakan terlalu ideal untuk dilaksanakan di tingkat warga, maka akan sulit merealisasikan kebijakan publik hingga titik yang dikatakan berhasil. (Purwanto dan Sulyastuti, 2015)

Pelaksanaan penyelenggaraan reklame di kota pekanbaru sudah diatur dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru, Namun mengalami perubahan menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru, dan kembali mengalami

perubahan menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru. Selain itu Surat Edaran Walikota Pekanbaru Nomor 805/DPD/XII/2015 mengatur tentang larangan pemasangan reklame rokok pada ruas jalan tertentu di wilayah Kota Pekanbaru. Kebijakan-Kebijakan tersebut menjadi ukuran dalam menyelenggarakan reklame di Kota Pekanbaru, namun dalam pelaksanaannya belum maksimal.

Meskipun ketentuan penyelenggaraan reklame telah diatur sedemikian rupa dalam peraturan walikota, dalam praktiknya masih banyak ditemukan sejumlah pelanggaran reklame. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, pada indikator ukuran dan tujuan kebijakan dapat disimpulkan belum berjalan dengan baik karena dalam pengimplementasian Peraturan Walikota masih terdapat pelaku usaha yang belum mengurus izin reklamennya, dan juga masih di temukannya reklame berada di kawasan-kawasan yang di larang, hal ini menyalahi Peraturan Walikota pekanbaru tentang Penyelenggaraan Reklame. Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa meskipun sudah dilakukan pembongkaran, reklame ilegal seringkali muncul kembali di lokasi yang sama, menandakan bahwa implementasi kebijakan belum efektif dan memerlukan penguatan koordinasi antar instansi serta peningkatan kesadaran masyarakat terhadap aturan yang berlaku.

Sumber Daya

Menurut Van Metter dan Van Horn keberhasilan proses implementasi kebijakan sangat tergantung dari kemampuan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Manusia merupakan sumber daya yang terpenting dalam menemukan suatu keberhasilan proses implementasi. Tetapi diluar sumber daya manusia, sumber daya lain yang perlu diperhitungkan ialah sumber daya finansial dan waktu (Purwanto dan Sulyastuti, 2015).

Sumber-Sumber daya harus mendapatkan perhatian karena menunjang keberhasilan implementasi kebijakan publik. Sumber daya yang dimaksud disini yaitu berupa sumber daya manusia, finansial, sarana dan prasarana yang mendorong dan memperlancar implementasi kebijakan publik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, pada indikator Sumber Daya dapat disimpulkan belum berjalan dengan baik karena ketersediaan personel ketika pengawasan masih kurang, ketersediaan anggaran untuk melakukan pembongkaran terbatas, sehingga tidak semua reklame yang menyalahi aturan dapat di tertibkan secara merata. Realisasi penertiban reklame tergantung pada anggaran yang di sediakan. Minimnya informasi yang mudah diakses oleh masyarakat, yang pada akhirnya menjadi hambatan dalam efektivitas implementasi kebijakan Penyelenggaraan Reklame.

Karakteristik Agen Pelaksana

Karakteristik agen pelaksana menurut Van Metter dan Van Horn mencakup banyak aspek yang berkaitan dengan organisasi formal dan informal serta individu atau kelompok yang terlibat langsung dalam pelaksanaan kebijakan. (Purwanto dan Sulyatuti, 2015). Aspek ini meliputi struktur birokrasi, norma-norma yang berlaku, hubungan para pelaksana yang

mempengaruhi keberhasilan suatu implementasi kebijakan publik. Dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru, agen pelaksana yaitu Dinas Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Pekanbaru, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR) Kota Pekanbaru, Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, Dinas Lingkungan Hidup (DLHK) Kota Pekanbaru, Satpol PP Kota Pekanbaru, dan Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, pada indikator karakteristik agen pelaksana dapat disimpulkan belum berjalan dengan baik karena tidak adanya SOP terpadu lintas instansi, sehingga setiap OPD bekerja berdasarkan SOP internal masing-masing, tanpa mekanisme koordinasi teknis yang baku dari awal pengawasan hingga eksekusi penertiban. Hal ini diperkuat dengan pernyataan bahwa pengawasan dan penindakan reklame ilegal masih bergantung pada koordinasi manual dan prosedur surat tugas yang memakan waktu. Dari sisi pelaku usaha, birokrasi perizinan dinilai masih rumit dan berbelit, dengan proses yang panjang Persyaratan yang pada awalnya tampak sederhana dalam regulasi, ternyata dalam praktiknya memerlukan banyak tahapan tambahan, seperti revisi dokumen teknis dan verifikasi lintas dinas. Prosedur yang tidak dijelaskan secara rinci dalam regulasi juga membuat bingung pelaku usaha, sehingga beberapa pelaku usaha memilih menggunakan jasa konsultan untuk mempercepat proses. Selain itu, tidak adanya kejelasan standar waktu penyelesaian izin membuat proses perizinan reklame menjadi tidak pasti. Selain itu, terkait dengan kewajiban mengurus izin tidak semua pelaku usaha reklame mengetahui kewajiban untuk mengurus izin reklame, ada yang mengetahui terkait izin tetapi belum mengurus izin tersebut.

Dari perspektif Van Metter dan Van Horn, kelemahan pada karakteristik agen pelaksana seperti kurangnya integrasi SOP, lemahnya koordinasi lintas instansi, serta ketidakefisienan struktur birokrasi, menjadi faktor yang menghambat pencapaian tujuan. Dengan demikian, untuk meningkatkan efektivitas implementasi, perlu adanya penyusunan SOP lintas sektor yang komprehensif, peningkatan kapasitas pelaksana, dan penguatan mekanisme koordinasi antar OPD pelaksana.

Sikap Para Pelaksana

Sikap penerimaan atau penolakan dari agen pelaksana sangat mempengaruhi keberhasilan suatu implementasi kebijakan publik. Para pelaksana kebijakan harus memiliki kesadaran atas kepatuhan terhadap kebijakan, ketidaktaatan pelaksana terhadap kebijakan membuat suatu implementasi kebijakan cenderung akan terlaksana kurang efektif.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, pada indikator sikap para pelaksana, dapat disimpulkan belum berjalan dengan baik karena point kebijakan tentang perizinan dan pengawasan belum berjalan dengan optimal. Sikap para pelaksana kebijakan terhadap penyelenggara reklame banyak yang mendirikan media reklame tanpa izin resmi di sembarangan tempat, pelaku usaha menyewa tiang reklame dan membayar harga sewa kepada pemilik tiang tersebut, namun penayangan reklame itu tidak di laporkan ke BAPENDA. Serta tidak melaporkan perubahan identitas perusahaan, yang pada akhirnya menyulitkan proses pendataan dan penertiban

Secara keseluruhan, kendala utama dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru terletak pada kurangnya kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan perizinan, tidak sinkronnya informasi antar instansi pelaksana, serta lemahnya penegakan hukum di lapangan. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan sangat dipengaruhi oleh sikap dan keterlibatan agen pelaksana.

Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana

Implementasi antar organisasi menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan suatu implementasi. Sebagai mana yang dijelaskan oleh Van Metter dan Van Horn komunikasi yang baik akan membuat suatu implementasi berjalan efektif (Purwanto dan Sulyastuti, 2015). Ketidak harmonisan komunikasi antar instansi dapat menyebabkan ketidak sinkronan data, lambatnya penanganan dilapangan, dan juga tumpang tindih kewenangan.

Pada Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru melibatkan beberapa instansi, yaitu Dinas Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Pekanbaru, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang (PUPR) Kota Pekanbaru, Dinas Perhubungan Kota Pekanbaru, Dinas Lingkungan Hidup (DLHK) Kota Pekanbaru, Satpol PP Kota Pekanbaru, dan Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Pekanbaru.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, pada indikator komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana, dapat disimpulkan belum berjalan dengan baik. masing-masing instansi telah melaksanakan tugasnya sesuai dengan peran yang ditentukan. Namun, koordinasi tersebut belum berjalan secara optimal. Hal ini terlihat dari ketiadaan jadwal rapat antar instansi, serta lemahnya sinkronisasi data antara DPMPTSP dan BAPENDA yang berdampak pada ketidaktepatan data dalam pengawasan dan penertiban reklame ilegal oleh Satpol PP. Sosialisasi hanya dilakukan secara pasif (misalnya di website atau saat pelanggaran sudah terjadi), Tidak ada program edukasi khusus yang menyasar masyarakat umum atau pengusaha pemula. Sesuai teori Van Metter dan Van Horn, dua indikator penting tersebut (komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana) berperan sangat besar dalam efektivitas pelaksanaan kebijakan, dan pada konteks ini masih memerlukan perbaikan agar tujuan penyelenggaraan reklame dapat tercapai secara maksimal.

Lingkungan Sosial, Ekonomi, dan Politik

Menurut Van Metter dan Van Horn, lingkungan sosial, ekonomi dan politik merupakan indikator penting yang mempengaruhi keberhasilan dalam implementasi kebijakan publik. (Purwanto dan Sulyastuti, 2015). Lingkungan mencakup kondisi sosial budaya masyarakat, situasi ekonomi, serta dinamika politik. Jika lingkungan kondusif dan mendukung maka implementasi kebijakan akan berjalan efektif. Oleh karena itu Van Metter dan Van Horn menekankan pentingnya penyesuaian kebijakan dengan karakteristik lingkungan, serta keterlibatan masyarakat dalam proses formulasi dan implementasi kebijakan agar tercipta kesesuaian antara kebijakan dengan kondisi di lapangan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, pada indikator lingkungan sosial, ekonomi, dan politik dapat disimpulkan belum berjalan dengan baik. keberhasilan kebijakan tidak hanya ditentukan oleh isi kebijakan dan pelaksana, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh konteks eksternal tempat kebijakan tersebut dijalankan.

Keberhasilan implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru tidak hanya bergantung pada regulasi dan pelaksanaan saja, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial masyarakat, kemampuan ekonomi pelaku usaha, serta aspek politik dari pemerintah. Ketiga elemen ini, sesuai dengan indikator teori Van Metter dan Van Horn, menjadi variabel penting yang harus diperhatikan dalam merancang strategi implementasi kebijakan publik yang efektif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Oleh Badan Pendapatan Daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru, maka dapat disimpulkan berdasarkan beberapa indikator pengawasan yang baik menurut Van Metter dan Van Horn yang menjadi tolok ukur dalam penulisan, diantaranya sebagai berikut :

1. Standar dan sasaran kebijakan/ukuran dan tujuan kebijakan
Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh badan pendapatan daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru pada indikator Standar dan sasaran kebijakan/Ukuran dan tujuan kebijakan telah ditetapkan secara jelas yaitu merujuk pada Peraturan Walikota Pekanbaru. Target atau tujuan kebijakan yaitu Peningkatan PAD, ketertiban visual kota, dan penertiban reklame. Meskipun Ukuran dan tujuan sudah ditetapkan secara jelas melalui Peraturan Walikota, dalam pengimplementasiannya masih ditemukan pelaku usaha reklame yang tidak memiliki izin, selain itu, diperparah dengan lemahnya kesadaran masyarakat, dan sangsi yang kurang tegas.
2. Sumber Daya
Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh badan pendapatan daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru pada indikator sumber daya yaitu terkait ketersediaan personel ketika pengawasan yang dilakukan oleh Satpol PP masih kurang, ketersediaan anggaran untuk melakukan pembongkaran terbatas, sehingga tidak semua reklame yang menyalahi aturan dapat ditertibkan. Realisasi penertiban reklame tergantung pada anggaran yang disediakan, dan minimnya informasi yang mudah diakses oleh masyarakat, yang mana menjadi hambatan dalam efektivitas dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame.
3. Karakteristik Agen Pelaksana
Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh badan pendapatan daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru pada indikator karakteristik agen pelaksana dinilai tidak adanya SOP terpadu lintas instansi, birokrasi yang rumit, dan tidak adanya kejelasan standar waktu penyelesaian izin, membuat proses perizinan reklame menjadi tidak pasti.
4. Sikap Para Pelaksana
Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh badan pendapatan daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru pada indikator sikap para pelaksana dalam pengimplementasian peraturan walikota pasal yang sulit diterapkan yaitu pasal perizinan dan pengawasan karena rendahnya kepatuhan terhadap prosedur perizinan dan lemahnya pengawasan.
5. Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana
Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh badan pendapatan daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru pada indikator komunikasi antar organisasi dan aktivitas para pelaksana koordinasi belum berjalan optimal, hal ini dikarenakan lemahnya

sinkronisasi data antar instansi, dan tidak ada program edukasi khusus yang menasar masyarakat umum, sosialisasi hanya dilakukan secara pasif yaitu dilakukan melalui akun media sosial instansi, atau saat pelanggaran itu terjadi.

6. Lingkungan sosial, ekonomi, dan politik

Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame oleh badan pendapatan daerah (BAPENDA) Kota Pekanbaru pada indikator lingkungan sosial, ekonomi, dan politik lingkungan sosial yang belum sepenuhnya sadar hukum, kondisi ekonomi pelaku usaha yang belum merata, serta aspek politik sangat memengaruhi efektivitas implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru.

Daftar Pustaka

- Agustino, L. (2020). *Dasar-dasar Kebijakan Publik*. Penerbit Alfabeta.
- Andry, H., & Tarmizi, Y. (2020). *Perilaku & Etika Administrasi Publik*. Marpoyan Tujuh Publishing.
- Abibi, M. M. (2021). *Implementasi Kebijakan Penataan Reklame di Kota Malang berdasarkan Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 4 Tahun 2006*. Universitas Brawijaya.
- Dunn, W. N. (2018). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Gadjah Mada University Press.
- Hamim, S., & Adnan, M. (2005). *Administrasi Negara*. Marpoyan Publishing Tujuh.
- Hafis, Z. A. (2015). *Teori Kebijakan Publik*. Marpoyan Tujuh.
- Hasibuan, M. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Hidayat, A. (2024). *Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022*. Madika: Jurnal Politik dan Governance
- Kusuma, A. (2018). *Efektivitas Kebijakan Penyelenggaraan Reklame dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Studi Kasus di Kota Yogyakarta)*. Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan
- Lubis, E.F, et al. (2024) *Implementasi Kebijakan Retribusi Parkir Badan jalan di Kota Pekanbaru*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)
- Maulida, R. (2020). *Analisis Dampak Penyelenggaraan Reklame terhadap Lingkungan dan Masyarakat (Studi Kasus di Kota Bandung)*. Jurnal Lingkungan dan Pembangunan
- Maksudi, B. I. (2018). *Dasar-Dasar Administrasi Publik*. Rajawali Pers.
- Nugroho, R. (2004). *Kebijakan Publik (Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi)*. PT Elex Media Komputindo.
- Nugroho, R. (2017). *Public Policy: Dinamika Kebijakan, Analisis Kebijakan, Manajemen Kebijakan*. Elex Media Komputindo.
- Nugraha, W. D. (2015). *Pengawasan Reklame Dalam Upaya Memaksimalkan Fungsi Ruang Publik di Kota Yogyakarta*.
- Novatania, P. A. (2019). *Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya*. Jurnal Syntax Transformation
- Putra, H. (2020). *Model Kebijakan Penataan Reklame di Kota Pekanbaru*. Repository Universitas Pasundan.
- Putra, M. (2023). *Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tangerang berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 106 Tahun 2022*. Universitas Islam Riau.
- Pasalong, H. (2014). *Teori Administrasi Publik*. Penerbit Alvabeta.
- Pasalong, H. (2020). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Alfabeta.
- Parsons, W. (2005). *Public Policy: Pengantar Teori dan Praktik Analisis Kebijakan*. Kencana Prenada Media Group.

- Purwanto, A., & Sulyastuti, R. (2015). Implementasi Kebijakan Publik. Penerbit Gava Media.
- Raharjo, S. (2018). Penyelenggaraan Reklame sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah: Studi Kasus di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Sari, N. (2020). Analisis Efektivitas Kebijakan Reklame dalam Mengoptimalkan Pendapatan Pajak Daerah (Studi Kasus di Kabupaten Sleman). *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*
- Siregar, W., & Suri, D. M. (2018). Analisis Pelaksanaan Kebijakan Penataan Pemasangan Reklame Luar Ruangan di Kota Pekanbaru. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*.
- Suwarni, R. (2024). koordinasi antar organisasi perangkat daerah (OPD) dalam penertiban reklame di kota pekanbaru [disertasi doktoral, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau
- Supriyanto, A. (2019). Analisis Penyelenggaraan Reklame di Kota Surakarta: Studi Kasus tentang Efektivitas dan Efisiensi. *Jurnal Ilmu Administrasi*
- Siagian, P. S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. PT Bumi Aksara
- Soekanto, S. (2019). Hukum Administrasi Negara. Rajawali Pers.
- Subarsono, A. G. (2011). Analisis Kebijakan Publik: Konsep, Teori, dan Aplikasi. Pustaka Pelajar.
- Sutedi, A. (2018). Hukum Periklanan. Sinar Grafika.
- Syafiie, I. K. (2010). Ilmu Administrasi Publik. PT Rineka Cipta.
- Syafiie, I. K. (2019). Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia (SANRI). PT Bumi Aksara.
- Syafri, W. (2012). Studi Tentang Administrasi Publik. Penerbit Erlangga.
- Tahir, A. (2015). Kebijakan Publik & Transparansi Penyelenggaraan Pemerintah daerah. Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Toha, M. (2012). Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya. Penerbit : PT RajaGrafindo Persada, jakarta
- Terry, G. R., & Rue, W. L. (2021). Dasar-dasar Manajemen. Bumi Aksara.
- Wahab, S. A. (2008). Analisis Kebijakan: Dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara. Bumi Aksara.
- Wijayanti, R. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Bantul. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*
- Zulkifli, & Nurmasari. (2015). Pengantar Manajemen. Marpoyan Tujuh.
- Zulkifli, & Yogia, M. (2014). Fungsi-fungsi Manajemen. Marpoyan Tujuh.
- Zulkifli, Awang, A., dkk. (2013). Buku Panduan Penulisan: Usulan Penelitian, Skripsi, dan Kertas Kerja Mahasiswa. Fisipol UIR.

Regulasi :

- Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru.
- Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru.
- Surat Edaran Walikota Pekanbaru Nomor 805/DPD/XII/2015 tentang larangan pemasangan iklan produk rokok pada ruas jalan tertentu di wilayah Kota Pekanbaru.