



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENATAAN REKLAME DI KOTA TELUK KUANTAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Annisa Fadhila

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Kuantan Singingi
Jalan Gatot Sibroto KM 7 Kebun Nenas Jake Teluk Kuantan
Email: annisafadhila793@gmail.com

ABSTRACT

The problem that occurs in Teluk Kuantan City, Kuantan Singingi Regency is that there are still many advertisements that are not in accordance with the appropriate place according to the Kuantan Singingi Regency Regional Regulation, where the installation of advertisements in Teluk Kuantan City is not allowed if the installation is at a road corner or interferes with road users. The purpose of this study was to determine the local government policy in arranging advertisements in Teluk Kuantan City. The method used is the Descriptive Qualitative method. Data collection techniques are obtained from the results of observations, interviews, and documentation. Data analysis uses data collection steps, data analysis and drawing conclusions. The results of this study show that the implementation of local government policies in the arrangement of advertisements in Teluk Kuantan City, Kuantan Singingi Regency has been running well, but there are still advertisements that do not have permits or do not pay taxes because most of the installation period has passed the specified period.

Keywords: Policy, Advertising



ABSTRAK

Permasalahan yang terjadi di Kota Teluk Kuantan, Kabupaten Kuantan Singingi yaitu masih banyak dalam pemasangan reklame yang masih banyak tidak sesuai dengan tempat yang sudah semestinya menurut Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, yang dimana pemasangan reklame di Kota Teluk Kuantan tersebut tidak diperbolehkan jika pemasangan berada di pertikungan jalan atau mengganggu pengguna jalan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan pemerintah daerah dalam penataan reklame di kota Teluk Kuantan. Adapun metode yang digunakan adalah menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Teknik pengumpulan data didapat dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan langkah pengumpulan data, analisis data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa implementasi



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

kebijakan pemerintah daerah dalam penataan reklame di kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi berjalan dengan kurang baik, dikarenakan masih terdapat reklame yang tidak beizin atau kebanyakan jangka waktu pemasangan telah lewat dari yang ditentukan.

Kata Kunci: Kebijakan, Reklame

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Iklan dan reklame merupakan dua bentuk media promosi yang berbeda dan sering kita jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Meski memiliki tujuan yang sama, yaitu menyampaikan pesan kepada khalayak, keduanya memiliki karakteristik yang berbeda, baik dari segi media, jangkauan, maupun efektivitasnya. Reklame adalah media promosi yang waktu tayangnya telah ditentukan dan biasanya berbentuk fisik dan dipasang di ruang-ruang publik, seperti baliho, spanduk, atau neon box. Pesan yang disampaikan melalui reklame bersifat statis atau satu arah, tanpa adanya interaksi dengan audiens. Sementara itu, iklan di media sosial merupakan bentuk promosi digital yang diputar berulang-ulang tanpa adanya batas waktu tayang. Iklan ini hadir dalam berbagai bentuk seperti gambar, video pendek, atau stories yang disebarakan melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok.

Pada peraturan daerah Nomor 5 Tahun 2011 tentang pajak reklame di Kabupaten Kuantan Singingi dan Peraturan Bupati Nomor 46 tahun 2013 tentang petunjuk pelaksanaan peraturan daerah Nomor 5 tahun 2011, untuk menciptakan kenyamanan lingkungan, keasrian, dan tata letak bangunan, estetika serta keamanan perlu dilakukan penertiban pemasangan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi.

Namun, kebijakan penataan reklame di kota Teluk Kuantan masih menghadapi beberapa tantangan dalam pelaksanaannya. Beberapa kendala yang kerap ditemui antara lain adalah kesadaran masyarakat dan pelaku usaha yang masih rendah terhadap aturan yang berlaku, pengawasan dan penertiban yang belum optimal. Disamping itu, masih terdapat reklame yang dipasang secara ilegal, penempatan yang berada di tempat-tempat zonasi atau tanpa izin resmi, atau tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga menimbulkan ketidaktertiban dan kesan yang mengganggu estetika kota.

Di Kota Teluk Kuantan masih banyak reklame yang tidak sesuai dengan tempat yang sudah semestinya menurut Peraturan Daerah Kabupaten Kuansing, yang dimana pemasangan reklame di Kota Teluk Kuantan tersebut tidak diperbolehkan jika pemasangan tersebut di pertikungan jalan atau mengganggu pengguna jalan. Salah satu lokasi nya berada di Jl. Proklamasi, Sungai jering.

Selain permasalahan dengan penataan reklame, aspek lainnya seperti Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari aspek ini juga menjadi perhatian penting. PAD dari pajak dan retribusi reklame dapat menjadi salah satu sumber pemasukan yang



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

signifikan bagi Kabupaten Kuansing, yang kemudian dapat digunakan untuk pembiayaan berbagai program pembangunan kota.

Menurut Perbup Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 1 Tahun 2024 pasal 12 ayat (4) “Apabila reklame diselenggarakan sendiri secara langsung oleh pribadi atau badan, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan tersebut”. Tetapi pada Perbup Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 1 Tahun 2024 Pasal 12 ayat (2) apabila reklame diselenggarakan melalui pihak ketiga, maka pihak ketiga tersebut yang akan wajib pajak. Dalam Peraturan Daerah Kuansing Pasal 13 “Tarif Pajak Reklame ditetapkan sebesar 25%(dua puluh lima persen)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Rumusan Masalah yang diungkapkan pada Latar Belakang maka penulis dalam penelitian akan merumuskan masalah adalah sebagai berikut : **“IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH DALAM PENATAAN REKLAME DI KOTA TELUK KUANTAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI.”**

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kebijakan yang berlaku terkait dengan penataan reklame di Kota Teluk Kuantan, termasuk peraturan perizinan, Zonasi, dan ketentuan teknis lainnya. Untuk memahami kesesuaian kebijakan tersebut dengan kebutuhan tata ruang kota dan aspek estetika.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengembangan teoritis terhadap penulis dan dapat dijadikan sebagai landasan (titik tolak) untuk penelitian berikutnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti mengenai tata aturan pemasangan reklame yang dilakukan oleh dinas terkait di wilayah Kabupaten Kuantan Singingi.

Memberikan wawasan kepada masyarakat tentang pentingnya izin penyelenggaraan iklan media ruang terbuka.

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori/Konsep Administrasi Negara

Secara etimologi administrasi berasal dari bahasa Latin (Yunani) yang terdiri atas dua kata, yaitu “ad” dan “ministrate” yang berarti “to serve” yang dalam bahasa Indonesia berarti melayani dan memenuhi. Jadi administrasi ialah suatu fenomena sosial, dan hidup subur di dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Secara umum, administrasi negara merupakan suatu pengaturan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah atau aparatur negara supaya tujuan negara bisa tercapai dengan efektif dan efisien. Sumber lain mendefinisikan administrasi negara sebagai suatu sistem yang dibuat sedemikian rupa yang bertujuan untuk mengatur proses pengelolaan organisasi masyarakat, sehingga bisa berjalan dengan baik dan benar.



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

Menurut Soewarno (dalam Siti Marwiyah, 2020:1) administrasi adalah suatu proses penyelenggaraan dan pengurusan segenap tindakan/kegiatan dalam setiap usaha kerjasama sekelompok manusia untuk tujuan.

Menurut Mashall Edward Dimock dan Gladys Ogden Dimock (dalam Mufiz, 2015: 12-13) menyatakan bahwa administrasi publik adalah ilmu yang mempelajari seluruh aspek kegiatan pemerintah dalam melaksanakan undang-undang yang mempengaruhi kebijakan publik, dalam pengertian proses administrasi publik adalah segala langkah yang dilakukakn untuk menyelesaikan suatu pekerjaan adminitrasi publik dalaml arti bidang kompetensi penyelenggaraan dan pengelolaan kegiatan kerja manusia pada lembaga publik.

2.1.2 Teori/Konsep Kebijakan

Kebijakan adalah suatu ucapan atau tulisan yang memberikan petunjuk umum tentang penetapan ruang lingkup yang memberikan batas dan arah umum kepada seseorang untuk bergerak. Secara etimologis, “kebijakan” adalah terjemahan dari kata “policy”. Kebijakan dapat juga berarti sebagai rangkaian konsep dan asas yang menjadi garis pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, cara bertindak.

Pressman dan Widavsky sebagaimana dikutip oleh Dewi et a l (2022:13) mendefinisikan kebijakan publik sebagai hipotesis yang mengandung kondisi-kondisi awal dan akibat-akibat yang biasa diramalkan. Kebijakan publik itu harus dibedakan dengan bentuk-bentuk kebijakan yang lain misalnya kebijakan swasta, hal ini dipengaruhi oleh keterlibatan faktor-faktor bukan pemerintah.

2.1.3 Teori Implementasi

Secara etimologis kata implementasi berasal dari bahsa inggris yaitu “*to implement*”. dalam kamus “*to implement*” yang artinya menyediakan sarana bagi pelaksanaan sesuatu dan “*to partical effect*” yang artinya untuk menimbulkan efek atau dampak.

Menurut Marcella dan Wiley 2003 dalam Kertati Indra et a l (2023) Implementasi kebijakan didefinisikan secara luas sebagai operasional dari tujuan yang diharapkan dan memulihkan setiap kesenjangan yang ditemukan sehubungan dengan lingkungan, teknologi, proses, atau orang-orang organisasi, sebagai langkah maju untuk membangun kepatuhan.

2.1.4 Teori/Konsep Penataan Reklame

Penataan berasal dari kata tata. Dalam kamus besar bahasa Indonesia Pengertian Penataan tata artinya proses, cara, perbuatan menata, pengaturan, penyusunan. Penataan merupakan kata sifat yang digunakan dalam melakukan suatu hal yang berbentuk atau tampak hasilnya. Reklame adalah benda, alat atau media yang menurut bentuk, susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memuji barang, jasa, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau badan yang diselenggarakan/ ditempatkan agar dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat umum. Penataan reklame saat ini lebih mengutamakan keseimbangan estetika kota, keamanan, dan fungsi iklan dalam konteks lingkungan perkotaan.



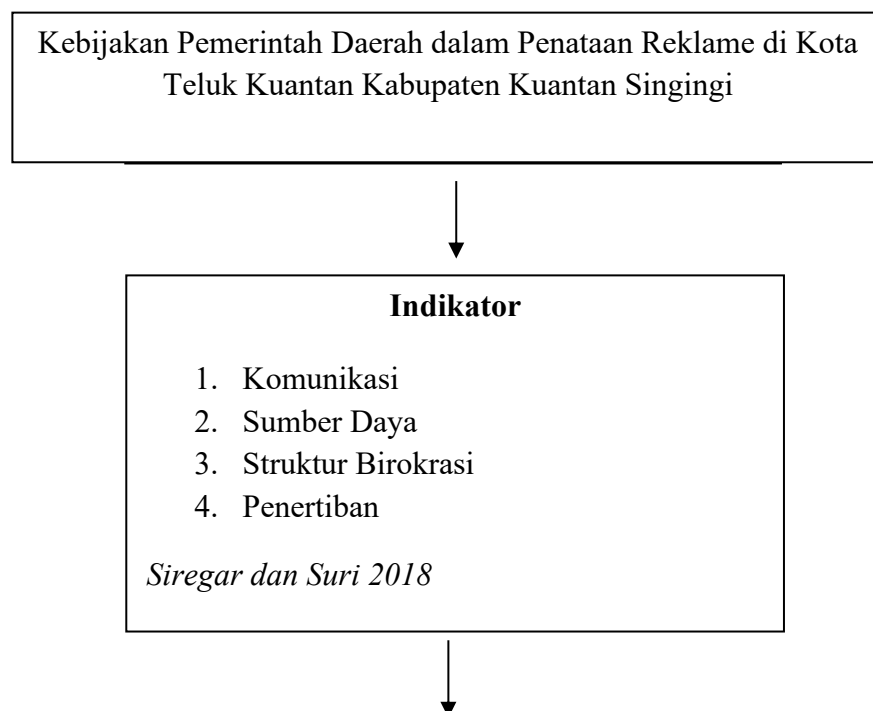
2.1.5 Teori/Konsep Tata Ruang Kota

Tata ruang kota adalah upaya strategis dalam merancang, mengatur, dan memanfaatkan lahan di wilayah perkotaan untuk menciptakan ruang yang nyaman, fungsional, dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, tata ruang tidak hanya berfokus pada pengaturan fisik seperti bangunan, jalan, dan taman, tetapi juga mencakup aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan yang menyertainya. Tata ruang dapat diartikan susunan ruang yang teratur. Teratur mencakup pengertian serasi dan sederhana sehingga mudah dipahami dan dilaksanakan. Pada tata ruang, yang ditata adalah tempat berbagai kegiatan serta sarana dan prasarannya dilaksanakan. Tata Ruang, dan Penataan Ruang. Sebuah kata dengan daya tarik ajaib tidak saja bagi para arsitek abad ke duapuluh, namun sudah mewabah dikalangan para pakar dan masyarakat, sebuah kata yang begitu sering digunakan dan sekaligus disalahgunakan. Kata itu digunakan sebagai ‘alpha’ dan ‘omega’-nya arsitektur (Cornelis Van de Ven, 1991, dalam Anindya, 2015).

Pembangunan tata ruang merupakan aspek krusial dalam upaya mencapai pembangunan berkelanjutan suatu negara. Walaupun Indonesia memiliki keragaman geografis, demografis, dan sosial yang memperumit implementasi kebijakan tata ruang secara efektif, pembangunan tata ruang harus terus berjalan. Kerumitan dalam proses pembangunan dan implementasi kebijakan tata ruang ini sering kali menjadi tantangan yang kompleks dalam konteks perkembangan global maupun lokal (Andani :2022)

2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar II.1 Kerangka pemikiran





Menciptakan kenyamanan lingkungan, keasrian,
dan tata letak, estetika serta keamanan

Sumber : Mod

2.3 Defenisi Operasional

Untuk memudahkan dalam menganalisa penelitian ini, maka berikut ini dijelaskan konsep yang digunakan sebagai acuan penelitian ini.

1. Komunikasi memegang peran strategis dalam keberhasilan sebuah kebijakan penataan reklame. Sebagai jembatan antara pembuat kebijakan dan masyarakat. Komunikasi berfungsi untuk memastikan setiap informasi tersampaikan dengan jelas, transparan, dan dapat dipahami oleh semua pihak. Dalam konteks penataan reklame, komunikasi bukan hanya sekedar penyampaian dialog yang konstruktif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat.
2. Sumber daya adalah elemen Krusial dalam keberhasilan implementasi kebijakan penataan reklame. Kebijakan yang dirancang dengan baik membutuhkan dukungan sumber daya yang memadai, baik itu sumber daya manusia, finansial, maupun teknologi untuk memastikan bahwa tujuan kebijakan dapat tercapai secara efektif dan efisien.
3. Struktur birokrasi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan kebijakan penataan reklame. Dalam penataan reklame, struktur birokrasi yang ideal adalah yang memiliki pembagian tugas dan wewenang yang jelas disetiap tingkatan.
4. Penertiban ini sebuah proses atau tindakan yang dilakukan untuk memastikan bahwa aturan, peraturan, atau kebijakan yang ada di suatu wilayah atau lingkungan dapat dijalankan dengan baik, sesuai dengan ketentuan yang berlaku

2.4 Konsep Operasional

No	Judul	Indikator	Sub Indikator	Ket
1.	Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan	a. Komunikasi	a. Memberikan informasi pada pemasangan reklame mengenai sanksi. b. Memberikan informasi lokasi	a. Baik b. Kurang baik c. Tidak baik



	Kabupaten Kuantan Singingi		trategis sesuai untuk pemasangan reklame	
		b. Sumber Daya	a. Menyediakan personil yang berkualitas sebagai pelaksana kebijakan b. Kerjasama dinas – dinas untuk penertiban reklame	a. Baik b. Kurang baik c. Tidak baik
		c. Struktur Birokrasi	a. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan b. Memberikan sanksi	a. Baik b. Kurang baik c. Tidak baik
		d. Penertiban	a. Penertiban reklame ilegal b. Pencatatan dan dokumentasi	a. Baik b. Kurang baik c. Tidak baik

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menekankan pemahaman mendalam tentang fenomena



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

sosial atau budaya yang di kaji. Dengan menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data sekunder dan sumber data primer.

3.2 Informan

sumber informasi dalam penelitian kualitatif adalah informan atau narasumber yang berhubungan dengan permasalahan peneliti dan mampu menyampaikan informasi sesuai situasi dan kondisi latar penelitian.

No	Informan Penelitian	Jumlah	Keterangan
1	Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP)	1	Informan
2	Dinas Pendapatan Daerah	1	Informan
3	Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP)	10	Informan
Jumlah		12	

Sumber : Modifikasi penulis 2024

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data Primer adalah data pokok atau data yang diperoleh langsung dari responden, data yang dibutuhkan adalah data tentang Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

3.3.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh sebagai data pendukung dalam penelitian ini, data ini didapat atau diketahui dari Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

3.4. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan lebih konsisten dan terarah. Untuk dapat memahami lebih luas dan mendalam, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada kebijakan dalam penataan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi serta hal yang menjadi faktor penghambat dalam penataan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi.

3.5. Lokasi Penelitian



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini berada di Kabupaten Kuantan Singingi. Alasan peneliti memilih Kabupaten Kuantan Singingi ini sebagai lokasi penelitian karena masih banyaknya reklame yang terpasang tidak sesuai regulasi yang berlaku.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Wawancara

Teknik wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian, karena menyangkut data, maka wawancara merupakan salah satu elemen penting dalam proses penelitian.

3.6.2 Dokumentasi

Yang dimaksud dengan dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

3.6.3 Observasi

Observasi digunakan untuk memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan secara sistematis pada obyek penelitian.

3.7. Metode Analisis Data

3.7.1 Pengumpulan Data (*reduction data*).

3.7.2 Analisis Data (*Data Display*).

3.7.3 Penarikan Kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Tentang Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi.

Untuk melihat hasil penelitian lebih sempurna dan maksimal terhadap Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi, peneliti dengan sengaja turun ke lapangan untuk melakukan wawancara atau tanya jawab langsung dengan informan yang telah ditentukan, serta dengan memberikan beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Indikator Komunikasi

Berdasarkan wawancara dengan informan jelaskan yakni dengan indikator Komunikasi dalam Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi maka dapat penulis tarik kesimpulan bahwa indikator komunikasi telah berjalan sesuai dengan aturan dan prosedur yang berlaku, namun peneliti juga memberikan analisa terhadap hasil wawancara dan observasi di lapangan bahwa masih ada ditemukan sebagian kecil dari pemasangan reklame yang termasuk kedalam Ilegal dan tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain dari hasil wawancara peneliti di lapangan dengan beberapa orang informan, peneliti juga memberikan analisa penelitian terhadap mekanisme komunikasi dalam mengkoordinasikan antara pemerintah daerah dan pelaku usaha dalam menentukan lokasi pemasangan reklame telah berjalan dengan terstruktur. Pemerintah daerah melalui dinas terkait seperti DPMPSTP, Bapenda,



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN : 2745-7761

serta Satpol PP yang sudah memberikan prosedur yang jelas dan transparan, dimulai dari pengajuan izin hingga peninjauan teknis di lapangan.

Indikator Sumber Daya

Berdasarkan Dari semua jawaban yang informan jelaskan dalam wawancara diatas yakni dengan indikator Sumber Daya dalam Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi maka dapat penulis tarik kesimpulan bahwa indikator Sumber Daya, Menyediakan personil yang berkualitas sebagai pelaksana kebijakan, pemerintah daerah telah menugaskan personil untuk bertanggung jawab dalam pelaksanaan pengawasan dan penertiban reklame. Namun dalam hal ini memiliki keterbatasan dengan jumlah anggota yang terbatas dan belum sepenuhnya profesional dengan kerja lapangan. Sementara itu Kerjasama Antar Dinas-dinas untuk Penertiban Reklame secara umum koordinasi telah dilakukan antara beberapa Instansi seperti DPMPTSP, Bapenda, dan Satpol-PP. Kerjasama tersebut terlihat dalam bentuk forum teknis, pertukaran data, dan pelaksanaan penertiban secara terpadu melalui tim yang telah terbentuk. Dengan demikian dari indikator ini masih menghadapi tantangan atau hambatan yaitu dibutuhkannya personil atau anggota yang perlu ditingkatkan.

Indikator Struktur Birokrasi

Berdasarkan wawancara dengan informan diatas, untuk indikator ketiga yaitu Struktur Birokrasi yang disimpulkan dari hasil wawancara dan analisi bahwa dalam pelaksanaan pengawasan dan pemberian sanksi terhadap pelanggaran reklame telah menunjukkan adanya upaya penegakan kebijakan oleh pemerintah daerah. Namun, diperlukan peningkatan dalam hal koordinasi antarinstansi, pemanfaatan teknologi informasi, serta penguatan kapasitas sumber daya agar kebijakan penataan reklame dapat terlaksana secara lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan. Selain itu hasil wawancara peneliti dilapangan dengan beberapa informan terhadap staruktur birokrasi seberapa cepat proses birokrasi dalam menentukan sanksi setelah ditemukannya pelanggaran memerlukan tahapan administratif yang cukup jelas dan terstruktur. Setelah pelanggaran ditemukan melalui kegiatan pengawasan, petugas terlebih dahulu melakukan identifikasi, dokumentasi, serta verifikasi terhadap legalitas reklame yang bersangkutan.

Indikator Penertiban/Pengawasan

Berdasarkan wawancara dengan informan diatas, untuk indikator keempat yaitu penertiban/pengawasan dalam Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi maka dapat penulis tarik kesimpulan bahwa indikator Penertiban/Pengawasan, dalam Penertiban/pengawasan Reklame Ilegal, Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol-PP) selaku petugas dalam penertiban reklame di lapangan bahwa proses pelaksanaan penertiban reklame ilegal dilakukan secara terstruktur dan berdasarkan regulasi yang berlaku dan telah dilakukan dengan terstruktur dan baik sesuai dengan prosedur untuk mendukung transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga berperan



Juhanperak

e-ISSN : 2722-984X

p-ISSN :2745-7761

strategis dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan efektivitas implementasi kebijakan penataan reklame di daerah. Reklame ilegal umumnya melanggar aspek lokasi pemasangan, ukuran, masa berlaku izin, serta tidak membayar retribusi yang ditetapkan. Dengan demikian, Indikator penertiban/pengawasan telah terlaksana dengan mekanisme kerja terorganisir, transparan dan kolaboratif antar instansi yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan mengenai Implementasi Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Penataan Reklame Di Kota Taluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa kebijakan pemerintah dalam penataan reklame telah berjalan dengan kurang baik, dikarenakan masih banyak reklame yang tidak beizin atau tidak membayar pajak dikarenakan kebanyakan jangka waktu pemasangan telah lewat dari yang ditentukan.

Saran

- 6.2.1 Pemerintah daerah khususnya Satpol-PP diharapkan untuk perlu menambah jumlah personel atau petugas untuk mendukung proses pengawasan dan penertiban di lapangan.
- 6.2.2 Koordinasi antarinstansi dalam struktur birokrasi perlu diperkuat lagi, salah satunya penggunaan teknologi informasi untuk mempercepat proses perizinan serta pelaporan reklame ilegal.
- 6.2.3 Sebaiknya dalam pengawasan dan penertiban dilakukan secara berkala, konsisten, dan tegas terhadap pelanggaran, agar terciptanya efek jera serta menjaga estetika dan ketertiban kota.
- 6.2.4 Perlu diterapkan mekanisme pelayanan perizinan satu pintu yang terintegrasi dan berbasis digital, agar proses perizinan lebih efisien, mengurangi praktik percaloan, serta meningkatkan kepatuhan pelaku usaha.
- 6.2.5 Pemerintah daerah yang terkait dalam teknis disarankan untuk membentuk tim monitoring terpadu yang hanya melakukan pengawasan khusus secara berkala dan sistematis terhadap seluruh titik pemasangan reklame, guna mencegah terjadinya pelanggaran berulang.



Juhanperak
e-ISSN : 2722-984X
p-ISSN :2745-7761

DAFTAR PUSTAKA

- Amane et a l., 2021. *Reformasi Administrasi Publik*. Aureka Medika Aksara. Jawa Tengah.
- Aruni Fidhia et a l., 2023. *Politik & Kebijakan Publik*. Ruang Karya. Kalimantan Selatan
- Asiva, Noor Rachmayani. 2015. *Ragam Analisis Data Penelitian*. Madura : IAIN Madura.
- Khosim, K. 2020. *Metodologi Penelitian Dasar*. Semarang: Pascasarjana Universitas Negeri Semarang.
- Kertati, Indra et a l., 2023. *Implementasi Kebijakan Publik (dari Hulu ke Kiri)*. Kota Jambi : PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Marwiyah, Siti. 2022. *Kebijakan Publik. Probolinggo* : Universitas Panca Marga Probolinggo.
- Mufiz, Ali, 2015. *Pengantar Ilmu Administrasi Negara (Modul UT)*. Banten: Universitas Terbuka.
- Muhammad. 2019. *Pengantar Ilmu Administrasi Negara*. Unimal Press. Sulawesi.
- Naziratulmuna. 2023. *Representasi penataan dan penempatan reklame di kota banda aceh*. Banda Aceh : Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh.
- Pasolong, Harbani. 2016. *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Alfabeta. Bandung
- Purwanto, Jarot Hidayat. 2019. *Pemimpin dan Implementasi Kebijakan Publik*. Alqaprint. Jatinagor
- Pramono, Joko. 2020. *Implementasi dan Evaluasi Kebijakan Publik*. Unisri Press. Kota Surakarta.



Juhanperak
e-ISSN : 2722-984X
p-ISSN :2745-7761

- Saktisya Putra, S., Evitha, Y., Novita Sari, S., Suprayitno, D., & Irrianda, J. (2023). Digital Communication Management Government of the Republic of Indonesia for Inclusive and Sustainable Economic Recovery in Indonesia. KnE Social Sciences.
- Siregar Wildasari, Dia Meirina Suri. 2018. *Analisis Pelaksanaan Kebijakan Pentaan Pemasangan Reklame Luar Ruangan Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Administrasi Publik Vol. 4 No. 1 Hal. 176-190 (2018).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabet.
- Syahrudin. 2019. *Implementasi Kebijakan Publik, Konsep, Teori dan Studi Kasus*. Bandung : Nusa Media.
- Tresiana, Novita; Duadji, Noverman. 2018. *Pengantar Ilmu Administrasi Publik*. Bandar Lampung : CV. Anugrah Utama Raharja.
- Ummah, Masfi Sya'fiatul. 2019. *Pengawasan Pemerintahan*. Bandung : Cendekia Press.