

Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi

Nilam Sari¹ Hasim As'ari²

Program Studi Administrasi Publik, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Indonesia
Email: nilamsari3722@gmail.com¹ hasimasari@lecturer.unri.ac.id²

Abstrak

Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi melibatkan beberapa pihak yang membentuk kerjasama antar pihak. Penyelenggaraan reklame menjadi salah satu media promosi/memperkenalkan barang atau jasa bagi pengusaha untuk mempengaruhi masyarakat di Kabupaten Kuantan Singingi. Akan tetapi, pemasangan reklame yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi masih banyak yang menyalahi aturan/peraturan yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi dan kendala-kendalanya. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model implementasi kebijakan menurut Thomas B. Smith (Syarief, 2019) yang memiliki empat indikator yaitu, kebijakan yang diidealkan (*idealized policy*), kelompok sasaran (*target groups*), organisasi pelaksana (*implementing organization*), dan faktor lingkungan (*environmental factors*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi belum terlaksana sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 46 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No 5 Tahun 2011. Kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan kebijakan ini adalah tidak ada *workshop* atau bimtek bagi implementor, tidak adanya sosialisasi dan kurangnya kesadaran dari penyelenggara reklame.

Kunci Kata: Implementasi, Kebijakan, Reklame

Abstract

The implementation of advertising in the Kuantan Singingi Regency involves several parties who form collaboration between parties. Organizing advertisements is a medium for promoting/introducing goods or services for entrepreneurs to influence the community in Kuantan Singingi Regency. However, many advertisements installed in Kuantan Singingi Regency still violate the applicable rules/regulations. This research aims to analyze and identify the implementation of advertising in Kuantan Singingi Regency and its obstacles. This research is a type of qualitative research that is descriptive in nature. The theory used in this research is the policy implementation model according to Thomas B. Smith (Syarief, 2019) which has four indicators, namely, idealized policy, target groups, implementing organization, and factors environment. The results of this research show that the implementation of advertising in Kuantan Singingi Regency has not been carried out in accordance with the Kuantan Singingi Regency Regional Regulation Number 5 of 2011 concerning Advertisement Tax and the Regent's Regulation of Kuantan Singingi Regency Number 46 of 2013 concerning Guidelines for the Implementation of Regional Regulation No. 5 of 2011. Obstacles faced in implementing this policy is that there are no workshops or technical guidance for implementers, no socialization and lack of awareness from advertising organizers.

Keywords: Policy, Implementation, Advertisements



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

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat diberbagai bidang ataupun memberikan wewenang kepada daerah dalam mewujudkan daerah otonom yang luas dan bertanggung jawab, untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat sesuai kondisi dan potensi wilayahnya. Pelaksanaan otonomi daerah ini sangat mempengaruhi kemampuan daerah itu sendiri, salah satunya sumber pendapatan daerah. Otonomi daerah merupakan peluang dan tantangan bagi pemerintah kota/kabupaten. Masalah yang sering muncul dalam melaksanakan otonomi daerah yaitu prospek kemampuan pembiayaan pemerintah daerah dalam rangka melaksanakan fungsinya sebagai penyelenggara pembangunan, penyelenggara pemerintah serta melayani masyarakat sekitarnya. Pemerintah daerah memiliki tanggung jawab dalam rangka mewujudkan ketertiban umum guna pencapaian kondisi yang tertib, aman, kondusif serta teratur dalam kehidupan yang berubah-ubah, berkembang. Begitu juga dengan penyelenggaraan reklame yaitu penyelenggaraan yang memiliki proses atau mekanisme dimulai dari perizinan, menentukan lokasi penempatan/pemasangan reklame, pengawasan atau penertiban reklame. Oleh karena itu, bahwa penyelenggaraan reklame sangat memperhatikan terhadap aspek keselamatan dan keamanan bersama.

Penyelenggaraan reklame menjadi salah satu objek pajak dalam menjadi sumber pendapatan daerah, pelayanan publik, dan khususnya ketertiban dalam penataan ruang perkotaan, serta keindahan kota. Penyelenggaraan reklame memiliki peran penting dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) karena dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk, layanan, dan destinasi di daerah tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan aktivitas ekonomi, wisata, dan investasi. Dengan menciptakan platform untuk promosi bisnis lokal dan layanan publik, penyelenggaraan reklame dapat membantu meningkatkan pendapatan dari pajak dan sumber PAD lainnya, serta memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Secara singkatnya, penyelenggaraan reklame hendak merespon permasalahan publik, yaitu berkaitan dengan ketertiban dan kenyamanan masyarakat terhadap tata kotanya, serta melayani kepentingan publik yang dibutuhkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingannya baik secara individu ataupun kelompok. Penyelenggara reklame yaitu orang individu atau kelompok/badan yang melakukan penyelenggaraan reklame baik untuk atas nama pribadi atau untuk atas nama pihak yang lain yang menjadi penanggung jawabnya. Penyelenggaraan reklame merupakan suatu kegiatan pemasangan atau pendirian reklame dilokasi yang hendak didirikan reklame oleh penyelenggara reklame.

Penindakan lanjut jika terdapat penyelenggaran reklame yang tidak sesuai dengan aturan ataupun pada tempatnya, sehingga tidak menyebabkan dampak yang negatif terkait keselamatan, keindahan jalan atau kota dan kemanfaatan serta kesesuaiannya dengan aturan yang ada, agar tercipta keamanan dan keselarasan dengan lingkungan jalan sepanjang kota /kabupaten. Maka dalam penyelenggaran reklame pemerintah melakukan beberapa tahap ataupun mekanisme yang harus dipenuhi oleh pihak pemohon dalam perizinan reklame di Kabupaten atau Kota. Izin merupakan instrumen penting dalam regulasi administrasi. Urusan yang dilakukan pemerintahan terkait pendapatan asli daerah. Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi No 46 Tahun 2013 dijelaska bahwa pemasangan reklame perlu prosedur yang wajib diketahui penyelenggara, dari perletakan titik reklame, cara pemasangan reklame, perpanjangan izin penyelenggaraan reklame, penertiban penyelenggaraan reklame, pembatalan izin, pencabutan izin, pembekuan izin sampai dengan pembongkaran reklame.

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk bertujuan memperlihatkan atau 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. Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi berkomitmen melakukan pencegahan pemasangan reklame ilegal atau tidak memiliki izin di Kabupaten Kuantan Singingi. Kebijakan yang dilaksanakan melalui kegiatan telah dilaksanakan. Dalam rangka menertibkan penyelenggaraan reklame dan pajak reklame Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi melalui Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi No.5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, dan Peraturan Bupati Kuantan Singingi Nomor 46 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan PERDA Nomor 5 Tahun 2011. Dengan adanya kedua peraturan ini dapat mengambil langkah penting untuk mendorong para penyelenggara reklame agar melakukan izin penyelenggaraan reklame dan menaati pajaknya. Tujuan peraturan ini, yaitu agar mendorong perubahan terhadap pihak-pihak yang melakukan pemasangan reklame agar memiliki izin penyelenggaraan reklame. Peraturan Bupati Kuantan Singingi No. 46 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kuantan Singingi No. 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame ini mengamanatkan agar dalam penyelenggaraan reklame, pemasangan reklame, penertiban penyelenggaraan reklame serta pembayaran pajak reklame tertib aturan. Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi melalui Bapenda menertibkan reklame-reklame tidak memiliki izin atau ilegal, upaya ini dilakukan guna memenuhi tujuan dari kebijakan penyelenggaraan reklame. Bapenda Kabupaten Kuantan Singingi melakukan pemantauan terhadap reklame-reklame yang tidak memiliki izin atau ilegal dan yang tidak membayar pajak tidak hanya di Kecamatan Kuantan Tengah saja namun juga di kecamatan lainnya. Kecamatan yang menjadi tempat terbanyak reklame terdapat di Kecamatan Kuantan Tengah. Target dan realisasi serta persentase pajak reklame dari Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kuantan Singingi pada tiap tahunnya dari mulai tahun 2019 sampai tahun 2022. Target pajak reklame pada setiap tahunnya mengalami fruktiasi. Pada tahun 2019 target pajak reklame sebesar Rp. 420.000.000 target yang ditetapkan tersebut terealisasi oleh Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) Kuantan Singingi sebesar Rp. 329.408.811 , atau jika di persentasekan maka besarnya mencapai 78.43%. Lalu pada tahun 2020 Bapenda Kuantan Singingi menargetkan pajak reklame sebesar Rp. 450.000.000 dan jumlah pajak reklame yang terealisasi melebihi target dengan target yang ditetapkan yaitu sebesar Rp. 552.807. 829 yang dipersentasekan 122.84%. Berbeda halnya dengan tahun 2021 dan 2022 target pajak reklame yang ditetapkan Bapenda Kuantan Singingi sebesar Rp. 600.000.000, tahun 2021 terealisasi sebesar Rp. 770.787.277 yang dipersentasekan 128.46%, sedangkan tahun 2022 jumlah pajak yang terealisasi mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak Rp. 347.890.015 dibandingkan dengan tahun sebelumnya realisasi pajak reklame tahun 2022 turun drastis dari tahun 2021 secara persentase hanya 57.98%.

Di Kabupaten Kuantan Singingi penyelenggaraan pajak reklame sangat bervariasi jenisnya. Terdapat sekitar 12 jenis reklame yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi. Masyarakat Kuantan Singingi khususnya penyelenggara reklame harus mengetahui mengenai variasi-variasi reklame dan bagaimana proses perizinan yang harus dilakukan untuk penyelenggaraan reklame. Jenis reklame yang banyak tidak memiliki izin yaitu reklame bersinar dan reklame kecil yang di tempelkan di pohon-pohon ditepi jalan, jenis reklame ini biasanya berada di ruas jalan di Teluk Kuantan yang ditertipkan oleh pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi melalui SKPD. Instansi Pemerintah yang mempunyai wewenang dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi adalah Dinas Penanaman Modal Pelayanan Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi dalam pengurusan izin. Sedangkan untuk pengurusan pajak reklame pada Dinas Badan Pendapatan Daerah. Dan Satuan Polisi Pamong Praja bertugas membantu dalam penertiban reklame yang menyalahi

aturan ataupun tidak melakukan perizinan. Reklame yang memiliki izin dan tidak memiliki izin di Kabupaten Kuantan Singingi pada tahun 2022 berjumlah 136 berdasarkan nama pemohon yang melakukan izin reklame di Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi. Reklame yang memiliki izin berjumlah 6 berdasarkan nama pemohon dan reklame yang tidak memiliki izin berjumlah 130 berdasarkan nama pemohon. Reklame yang menyalahi aturan di Kabupaten Kuantan Singingi seperti tidak memiliki izin pemasangan, melanggar titik pemasangan ataupun tidak membayar pajaknya. Pemasangan reklame di pohon-pohon ini dapat merusak lingkungan terutama pada pohon yang dipasang reklame. Sanksi yang diberikan pemerintah kepada pemasangan reklame yang memiliki izin tapi tidak membayar pajak dan habis masa izinnnya maka akan diberikan surat teguran sebanyak 3 kali, dan jika tidak memberikan jawaban maka pemerintah yang ditunjuk melalui SKPD ditunjuk langsung melakukan penertiban/pembongkaran dengan terlebih dahulu menyampaikan surat pemberitahuan pembongkaran kepada pihak penyelenggara reklame. Dan bagi reklame yang tidak memiliki izin maka pemerintah yang ditunjuk melalui SKPD dapat melakukan penertiban tanpa melakukan pemberitahuan terlebih dahulu.

Pemasangan dan penyelenggaraan reklame tanpa izin/ilegal ini sangat berpengaruh akan pendapatan pajak reklame, tidak hanya itu saja reklame tanpa izin/ilegal memasang reklamennya sembarangan ditempat yang dapat mengurangi kenyamanan pengguna jalan dan kebersihan lingkungan diruas jalan kota. Begitu juga dengan reklame yang memiliki izin namun juga tidak membayarkan pajak yang menjadi tanggungjawabnya maka dapat mengurangi pendapatan pajak reklame serta kas daerah di Kabupaten Kuantan Singingi. Reklame tidak memiliki izin/ilegal dan tidak membayar pajak di Kabupaten Kuantan Singingi lebih banyak pada jenis reklame stiker ataupun baliho-baliho baik berukuran besar/kecil dan reklame bersinar/tidak bersinar/disinari. Permasalahan pemasangan dan penyelenggaraan reklame ilegal atau tidak memiliki izin di Kabupaten Kuantan Singingi sangat berpengaruh akan pendapatan daerah, penyelenggaraan pemungutan pajak reklame dilakukan dengan cara pelarangan memasang reklame tidak memiliki izin. Sehingga pada setiap penertiban reklame masih banyak yang melanggar aturan dan juga mempengaruhi realisasi pajak reklame setiap tahunnya sehingga tidak mencapai target yang ditentukan.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih jauh lagi melalui penelitian ini dengan mengidentifikasi dan menganalisis penyelenggaraan reklame tersebut dengan judul penelitian "Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi". Dari latar belakang penelitian ini, rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi? Apa saja kendala dalam Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi? Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk menganalisis dan mendeskripsikan Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi. Untuk mengidentifikasi serta menganalisis kendala dalam Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif bersifat deskriptif karena memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjasar, agar dapat ditarik kesimpulan. Pendekatan ini mampu memberikan kedalaman detail melalui kutipan langsung dan menyeluruh dari situasi, program, peristiwa, orang, interaksi dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-

lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa (Moleong, 2017). Penelitian kualitatif menurut (Hendryadi et al., 2019) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami. Penelitian ini termasuk pada penelitian kualitatif dimana peneliti sebagai instrument dalam pengumpulan data dan memahami informasi dan data yang ditemukan. Penelitian ini bersifat deskriptif yang bertujuan untuk mengkaji lebih dalam implementasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi melalui teori implementasi kebijakan dari Thomas B. Smith. Pengamatan langsung pada objek studi sesuai lingkup penelitian dan teori sebagai pendukung penelitian berdasarkan lingkup pembahasan. Menurut (Sukmadinata, 2017) metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Penelitian dilakukan di Kabupaten Kuantan Singingi sebagai lokasi penelitian. Penulis melakukan penelitian pada lokasi tersebut karena Dinas Pelayanan Perizinan Modal Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi dalam penyelenggaraan, mentertibkan reklame tidak berizin/ilegal di Kabupaten Kuantan Singingi. Dalam penelitian ini, data adalah sebuah dasar yang sangat penting dimana data memuat informasi dan fakta-fakta yang kebenarannya teruji dan saling berkaitan satu sama lain. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dengan penjelasannya sebagai berikut:

1. Data primer yaitu data hasil yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan secara langsung turun ke lapangan melakukan pengamatan langsung terhadap informan. Data ini berbentuk tulisan maupun kata-kata yang diperoleh dari narasumber secara langsung sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan informan yang terlibat dalam implementasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi. Data dan informasi juga didapatkan melalui observasi pada saat penelitian berlangsung.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui arsip-arsip, referensi-referensi, peraturan perundang-undangan, catatan-catatan yang diperoleh dari kantor atau instansi terkait dengan tujuan penelitian. Dokumen tersebut di analisis, dipadukan serta dibandingkan membentuk data yang sistematis. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi No 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame, Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi No 46 Tahun 2013 yang mengatur tentang petunjuk pelaksanaan Perda No 5 tahun 2011 dan Data Peizianan Reklame serta data Pajak Reklame. Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari jurnal/ skripsi dengan topik permasalahan yang sama dengan penelitian dan berita media massa.

Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara. Wawancara dilakukan melalui komunikasi secara langsung antara peneliti dan informan peneliti. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada bidang dinas yang terkait pada Dinas Penanaman Modal Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi mengenai permasalahan penyelenggaraan reklame reklame tidak berizin/ilegal. Peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur yang sebelumnya telah disusun pedoman wawancaranya secara cermat. Teknik wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi secara mendalam tentang objek yang

diteliti. Adapun alat yang digunakan dalam proses penelitian yaitu buku catatan, kamera, perekam suara, dll.

2. Dokumentasi. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data secara dokumentasi bertujuan sebagai bukti fisik yang didapatkan selama melakukan penelitian untuk melihat kebenarannya. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Peraturan Daerah, Peraturan Bupati, Data Izin, Data Pajak dan berita yang ditemukan atau didapatkan pada saat peneliti observasi langsung ke lapangan. Dokumentasi yang didapatkan langsung dari lokasi penelitian yaitu Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi, Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi, Penyelenggara Reklame dan Masyarakat disekitaran pemasangan reklame.
3. Observasi. Peneliti melakukan observasi atau pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan data kongkrit di lokasi penelitian. Observasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi langsung ke lapangan untuk melihat Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi

Dalam penelitian ini akan menjelaskan atau melihat bagaimana implementasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ini memfokuskan permasalahan yang dapat memperlihatkan dengan menggunakan konsep teori Implementasi Kebijakan dari Thomas B. Smith (Syarief, 2019). Dalam konsep teori Implementasi Kebijakan dari Thomas B. Smith memiliki 4 indikator, yaitu: Kebijakan yang diidealkan (*The idealized policy*); Kelompok Sasaran (*Target group*); Organisasi Pelaksana (*Implementing organization*) dan Faktor Lingkungan (*Environmental factors*). Dengan empat indikator tahapan dari proses implementasi kebijakan akan membahas yang terkait dengan fenomena masalah penelitian. Maka peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode atau teknik wawancara secara langsung kepada informan. Peneliti melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang implementasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi, berikut wawancara yang dilakukan peneliti.

Kebijakan yang diidealkan (*The Idealized Policy*)

Dalam indikator kebijakan yang diidealkan merupakan bentuk hubungan dari formulator sebagai pembuat kebijakan kepada implementor. Tujuannya yang disampaikan oleh formulator dapat tersampaikan kepada implementor, maka dalam pengimplementasian kebijakan dapat diukur dengan cara bagaimana komunikasi yang dilakukan oleh setiap organisasi baik dalam satu organisasi maupun ke organisasi lainnya ataupun dengan kelompok sasaran dari kebijakan tersebut. Komunikasi yang dilakukan berbeda dapat mempengaruhi standar dan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mengidealkan kebijakan tidak hanya komunikasi saja yang dilihat, namun implementor juga memperhatikan bagaimana koordinasi yang baik pada organisasi ataupun dengan organisasi yang terlibat dalam kebijakan. Baiknya komunikasi dan koordinasi yang dilakukan diantara pihak-pihak yang terlibat maka semakin kecil peluang kesalahan dalam implementasi kebijakan.

Dalam indikator kebijakan yang diidealkan terkait implementasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi dilakukan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan

Singingi. Yang memimpin dan mengkoordinasikan semua kegiatan yang berhubungan dengan reklame baik itu penertiban dan penataan penyelenggaraan reklame serta yang memberikan pertimbangan dalam perpajakan dan pendataan reklame yang memiliki izin yaitu Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi. Dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi berperan sebagai pihak awal yang mempertimbangkan perizinan bangunan reklame dan proses permohonan surat izin. Sedangkan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi berperan sebagai pihak yang melakukan penertiban reklame yang tidak sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Penyelenggara reklame memiliki peran sangat penting dalam penyelenggaraan reklame yang mana dapat membantu meningkatkan pendapatan daerah dari pembayaran pajaknya kepada pemerintah. Kebijakan tentang penyelenggaraan reklame belum ideal. Dapat dilihat dari bagaimana koordinasi dan komunikasi dari Badan Pendapatan Daerah kabupaten Kuantan Singingi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi dalam mengimplementasikan kebijakan penyelenggaraan reklame kepada penyelenggara reklame sebagai kelompok sasaran. Karena tidak sinkronnya data antara dinas, dan karena masih adanya ditemukan pemasangan reklame pada pohon pelindung jalan ataupun dipada ruas jalan yang mana menyalahi Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 46 tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No 5 Tahun 2011 pasal 4 ayat 9 tentu hal ini sudah menyalahi dan belum ada tindak lanjut untuk membongkar pemasangan reklame tersebut. Dan masih banyak penyelenggara reklame yang tidak paham akan kebijakan ini karena kurangnya sosialisasi sehingga informasi yang didapatkan oleh penyelenggara reklame tidak akurat.

Kelompok Sasaran

Kelompok Sasaran merupakan pihak yang paling terpengaruh dalam suatu kebijakan. Tujuan dikeluarkannya Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi No 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi No 46 Tahun 2013 untuk mengendalikan para penyelenggara reklame agar menaati aturan dalam penyelenggaraan reklame agar tidak melakukan pemasangan reklame tidak berizin dan tidak memasang reklame di kawasan tertentu seperti di sekolah-sekolah, kawasan milik pemerintah, tempat ibadah dan sarana kesehatan. Kelompok sasaran menjadi pihak yang paling penting dalam menilai keberhasilan suatu kebijakan yang dikeluarkan. Maka peneliti ingin mengetahui respon dan daya tanggap dari pihak-pihak dalam mengimplementasikan kebijakan penyelenggaraan reklame. Pemasangan reklame di sekitar media jalan, yang mana pada media jalan tersebut di tanami dengan pohon pelindung dan juga dapat membahayakan pengguna jalan lainnya. Oleh karena itu, pemasangan umbul-umbul pada media jalan dapat membahayakan pengguna jalan karena tiang terbuat dari kayu dan mudah patah. Dengan demikian, Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi banyak melakukan pengawasan serta penertiban sesuai dengan tanggung jawabnya dalam penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi sesuai dengan kebijakan yang berlaku. Kelompok sasaran dalam penyelenggaraan reklame masih memiliki respon dan daya tanggap yang kurang baik, yang dibuktikan dengan kurangnya kesadaran dalam taat pajak dan masih banyak penyelenggara reklame yang tidak melakukan perizinan ataupun yang memasang reklame ditempat yang tidak diperbolehkan.

Organisasi Pelaksana (*Implementing Organization*)

Dalam melakukan implementasi kebijakan tidak lepas dari yang namanya organisasi pelaksana atau instansi pemerintah yang diberikan tanggungjawabnya. Kemapanan atau

kemantapan struktur organisasi dan kesiapan sumber daya manusia (SDM) yang sesuai dengan kualifikasi sudah menjadi syaratnya. Tingkah atau sifat pemimpin dalam organisasi menjadi bentuk dalam menentukan proses Implementasi Kebijakan. Kepemimpinan yang baik juga ditentukan dari bagaimana gaya serta sifat dari bawahannya, pemimpin yang baik akan melakukan hubungan dan tugas-tugas secara jelas. Hal yang sangat mempengaruhi keberhasilan Implementasi Kebijakan yaitu dari karakteristik dari lembaga pelaksana itu sendiri. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 46 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No 5 Tahun 2011, yang menjadi organisasi pelaksanaannya yaitu: Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi, Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi. Organisasi pelaksana dalam melakukan pengimplementasian kebijakan masih belum optimal dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara untuk organisasi pelaksana sudah memiliki struktur organisasi yang sudah terstruktur dengan bagus dan jelas. Dan pihak organisasi pelaksana tidak memiliki waktu tertentu dalam melakukan pengawasan.

Faktor Lingkungan (*Environmental Factors*)

Dalam melakukan suatu kebijakan, faktor lingkungan juga mempengaruhi para pelaksana kebijakan dalam menjalankan kebijakan. Keberhasilan kebijakan yang baik dipengaruhi oleh lingkungan yang baik. Jika lingkungannya buruk dapat menjadi kendala atau masalah dalam proses implementasi kebijakan. Oleh karena itu, faktor lingkungan meliputi lingkungan ekonomi, sosial dan politik. Dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat faktor lingkungan juga berpengaruh dalam mengimplementasikan kebijakan penyelenggaraan reklame. Faktor lingkungan baik faktor lingkungan politik sosial, dan ekonomi dalam pelaksanaan implementasi penyelenggaraan reklame cukup berpengaruh. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan informan, dari pengaruh faktor politik, sosial dan ekonomi yang mempunyai dampaknya masing-masing dalam melaksanakan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil wawancara peneliti dengan informan penelitian terkait Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi belum terlaksana dengan baik. Dilihat dari kebijakan yang diidealkan yaitu dalam setiap implementor belum melakukan komunikasi dengan baik karena masih terdapat ketidak sinkronisan data dan implementor belum mampu mempengaruhi ataupun menyampaikan informasi yang baik kepada penyelenggara reklame sebagai kelompok sasaran. Oleh karena itu, masih banyak penyelenggara reklame yang belum tahu jelas terkait Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame dan Peraturan Bupati Kabupaten Kuantan Singingi Nomor 46 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Perda No 5 Tahun 2011.

Kendala Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi

Dalam melaksanakan kebijakan, tidak semua tindakan atau kegiatan yang berjalan dengan lancar namun akan selalu berhadapan dengan berbagai kendala yang akan dihadapi. Kendala dalam sebuah kebijakan dapat mempengaruhi atau mengancam keberhasilan kebijakan tersebut dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan ialah terlaksananya penyelenggaraan reklame yang sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi. Implementasi Penyelenggaraan Reklame yang telah dilaksanakan oleh Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu

Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi, Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi dan Penyelenggara Reklame sebagai kelompok sasaran, tidak berjalan dengan lancar karena masih ditemukannya beberapa kendala atau hambatan. Setelah dilakukannya kegiatan wawancara, observasi dan dokumentasi, peneliti menemukan beberapa kendala atau hambatan yang dapat menghambat keberhasilan dari implementasi kebijakan, yaitu sebagai berikut:

Tidak Ada Bimbingan Teknis/*Workshop* bagi Implementor

Bimtek dan *workshop* adalah dua jenis kegiatan pelatihan yang sering digunakan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman dalam suatu bidang tertentu. Bimtek (Bimbingan Teknis), adalah kegiatan pelatihan yang diselenggarakan untuk memberikan panduan, pemahaman, dan keterampilan teknis kepada peserta terkait dengan suatu bidang atau topik tertentu. Kegiatan ini umumnya diadakan oleh pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, lembaga pelatihan, atau lembaga lainnya yang memiliki keahlian dalam bidang yang dibahas. Bimtek bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menerapkan praktik terbaik dan mencapai tujuan yang ditetapkan dalam bidang yang relevan. Sedangkan *workshop* adalah kegiatan pelatihan interaktif yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam suatu bidang tertentu. *Workshop* biasanya melibatkan kombinasi presentasi, diskusi, latihan praktis, dan kolaborasi antara peserta. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan pemecahan masalah peserta dalam bidang yang dibahas. Dalam pengimplementasian kebijakan ini tidak ada dilakukan bimtek/*workshop* bagi dinas terkait. Untuk meningkatkan pemahaman ataupun keterampilan pada setiap implementor diperlukan pelatihan agar mendukung dalam mengidealkan kebijakan, hal ini bertujuan Sumber Daya Manusia (SDM) pada setiap dinas yang terkait dapat lebih memahami dengan kebijakan yang akan dijalankan.

Kurangnya Profesional dari Implementor

Sumber daya merupakan suatu hal yang penting yang harus dimiliki dalam organisasi yang akan menjalankan kebijakan yang dikeluarkan. Perlunya sumber daya manusia dalam melakukan kebijakan/program yang ditetapkan yang dilakukan sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing. Implementor kurang profesional dalam melakukan pengawasan reklame dan memberikan pelayanan. Jika dilihat dari sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki sudah mencukupi dari segi kuantitas namun dari segi kualitas pelayanan dan waktu pengawasan masih belum baik. Untuk melaksanakan pengawasan yang profesional, maka implementor harus memiliki jangka waktu tertentu dalam melakukan pengawasan dan evaluasi ke lapangan. Dan jika pelayanan yang diberikan sudah baik maka kelompok sasaran dalam tidak mendapati pelayanan yang kurang ramah.

Kurang Kepatuhan Penyelenggara Reklame

Dalam sebuah kebijakan kelompok sasaran menjadi hal terpenting, karena dengan adanya kebijakan tentu ada kelompok sasaran yang menjadi sasaran dari kebijakan tersebut. Namun kesadaran dari kelompok sasaran sangat berpengaruh terhadap keberhasilan kebijakan. Terkait kesadaran kelompok sasaran dalam mengimplementasikan kebijakan, kepatuhan penyelenggara reklame sebagai kelompok sasaran di Kabupaten Kuantan Singingi masih kurang atau dapat dikatakan tidak peduli. Masih banyak ditemukan penyelenggara reklame yang memasang reklame yang tidak memiliki izin, melewati tayang pemasangan ataupun yang tidak bayar pajak tepat waktu.

KESIMPULAN

Impelementasi penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi belum berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari hasil pendalaman penelitian menggunakan indikator kebijakan yang diidealkan, kelompok sasaran, organisasi pelaksana, dan faktor lingkungan menurut Thomas B.Smith dalam Encep Syarief (2019). Dari indikator kebijakan yang diidealkan dilihat dari komunikasi dan koordinasi antara setiap implementor dan penyelenggara reklame belum menyampaikan informasi secara menyeluruh terkait kebijakan yang menagtur tentang reklame tetapi implementor akan berupaya menyampaikan informasi terkait kebijakan ini kepada pihak-pihak yang terlibat. Dan dalam komunikasi masih ditemukan ketidak sinkroniasian data yang dapat terjadinya kesalahpahaman yang terjadi di antara implementor. Dari kelompok sasaran, disini yang menjadi kelompok sasaran yaitu penyelenggara reklame. Dilihat dari kelompok sasaran kesadarannya dapat dikatakan kurang, karena masih ditemukan bahwa kelompok sasaran dalam penyelenggaraan reklam masih memiliki respon dan daya tanggap yang kurang baik, yang dibuktikan dengan kurangnya kesadaran dalam taat pajak dan masih banyak penyelenggara reklame yang tidak melakukan perizinan ataupun yang memasang reklame ditempat yang tidak diperbolehkan. Hal ini terjadi karena penyelenggara tidak mengetahui jelas peraturan yang menjelaskan tentang reklame. Pihak yang bertanggungjawab dalam kebijakan ini yaitu Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi sebagai penanggung jawab pajaknya, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi sebagai pihak yang bertanggungjawab terkait permohonan izin reklame, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi sebagai pendampingin dalam melakukan penertiban reklame. Penyelenggaraan reklame juga memiliki pengaruh terhadap faktor lingkungan dengan mempunyai dampaknya masing-masing dalam melaksanakan penyelenggaraan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi. Kendala yang menghambat dalam Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi adalah tidak adanya bimtek/ *workshop*, kurangnya profesional dari implementor, dan kurang kepatuhan dari penyelenggara reklame.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis berusaha memberikan beberapa saran mengenai Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kuantan Singingi yang diharapkan menjadi bahan masukan, yaitu: Diharapkan pihak yang menjadi implementor yaitu Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi, Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja Kabupaten Kuantan Singingi, dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Kuantan Singingi melakukan pelatihan di setiap dinas dan melakukan sosialisasi kepada penyelenggara reklame secara merata dan fokus kepada meningkatkan kesadaran penyelenggara reklame dan meningkatkan PAD di Kabupaten Kuantan Singingi. Selain itu diharapkan Implementor tidak hanya saja melakukan pengawasan di Kecamatan Kuantan Tengah/ Teluk Kuantan namun juga di kecamatan lainnya yang berada di Kabupaten Kuantan Singingi. Diharapkan penyelenggara reklame yang melakukan pemasangan reklame di Kabupaten Kuantan Singingi bisa melakukan kerjasama yang baik dengan dinas yang terkait, baik secara izin reklame sampai dengan pajak reklame. Diharapkan juga penyelenggara reklame lebih peduli terhadap peraturan-peraturan yang membahas reklame di Kabupaten Kuantan Singingi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, L. (2017). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
Agustino, L. (2020). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
Andani, A. T. V., Setyowati, E., & Amin, F. (2019). Implementasi Program Pelayanan One Day Service dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Badan Pertanahan Nasional Kota.

- Jurnal Ilmiah Administrasi Publik, 5(3), 328–336.
<https://doi.org/10.21776/ub.jiap.2019.005.03.9>
- Andira, T. R. (2022). No Title (Issue Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022).
- As'ari, H. (2019). Implementasi Kebijakan Tata Kelola Sampah di Kota Pekanbaru.
- Dasuki, R. E., & Amran, S. (2018). Konsep Kebijakan Dalam Pengawasan Dan Penerapan Sanksi Koperasi. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1, 756–768. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i1.262>
- Hendryadi, I, T., & R, Z. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik. Imperium (LPMP Imperium)*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen Dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium)., September.
- Herdiana. (2018). Sosialisasi Kebijakan Publik: Pengertian dan Konsep Dasar. *Stiacimahi.Ac.Id*, 14(November), 13–25. <http://www.stiacimahi.ac.id/wp-content/uploads/2019/12/2.-Dian-Herdiana.pdf>
- Igirisa, I. (2022). *Kebijakan Publik : Suatu Tinjauan Teoritis dan Empiris*. Yogyakarta: Tanah Air Beta.
- Kamal, A. (2019). *Kebijakan Publik Konsep dan Aplikasi*. Media Citra Mandiri Press, 150. http://repository.unpas.ac.id/42249/3/Buku_Kebijakan_Publik_REV_15_nov.pdf
- Mahmud, F., Mustari, N., & Haq, N. (2020). Implementasi Kebijakan Program Keluarga Harapan (Pkh) Di Kabupaten Enrekang. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 6(1), 17–33. <https://doi.org/10.26618/kjap.v6i1.3396>
- Maulana, J. R. (2022). Implementasi kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat darurat (ppkm darurat) dalam penanganan virus corona disease 2019 (covid-19) di kecamatan gantar kabupaten indramayu. 2019, 1–75.
- Miles, M. B. and A. M. H. (2007). *Qualitative Data Analysis (terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja.
- Mulyadi. (2015). *Implementasi Oraganisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada Univercity.
- Nurdin, E. S. (2019). *Teori-Teori Analisis Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: CV. Maulana Media Grafika.
- Peraturan Bupati No. 46 Tahun 2013 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi No.5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.
- Peraturan Daerah Kabupaten Kuantan Singingi No.5 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame.
- Rodiyah, I., Si, M., Choiriyah, I. U., Ap, M., Sukmana, H., & Kp, M. (2022). *BUKU AJAR KEBIJAKAN PUBLIK Diterbitkan Oleh : UMSIDA Press UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO*. 237.
- Sawir, M. (2021). *Ilmu Administrasi Dan Analisis Kebijakan Publik. Konseptual dan Praktik*. In *Ilmu Administrasi Dan Analisis Kebijakan Publik Konseptual Dan Praktik*.
- Sitorus, M. R. (2023). (Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru). *Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 2 No.1.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Tachjan. (2006). *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: Asosiasi Ilmu Politik Indonesia (AIPi).
- Wesnala, I. M. A., Suyatna, I. N., & Sudiarta, I. K. (2018). Implementasi Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Penertiban Reklame Di Kota Denpasar. *Skripsi Fakultas Hukum* <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Kerthanegara/article/download/41812/25409>
- Winarno, B. (2017). *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Yogyakarta: Media Pressindo.