

Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Tanjungpinang Tahun 2022

¹Tiara Rossa Adira, ²Nazaki, ³Ardi Putra

^{1,2 & 3} Universitas Maritim Raja Ali Haji

Email:

¹tiararosaadira05@gmail.com

Abstrak

Fenomena yang terjadi pada tahun 2022 adanya gesekan antara pemerintah kota Tanjungpinang dengan penyelenggara reklame karena mereka mengatakan selalu membayar pajak, papan reklame yang ditertibkan itu sudah ada yang berdiri hampir 10 tahun. Mereka merugi akibat penyegelan berdasarkan Peraturan Walikota Tanjungpinang No 70 Tahun 2021 tersebut. Pengusaha harus menunda bisnis reklame mereka karena, papan reklame disegel. Penertiban reklame yang berdiri tanpa izin disejumlah titik dikota Tanjungpinang, ternyata 244 konstruksi reklame, hanya sekitar 10 persen saja yang memiliki izin mendirikan persetujuan Bangunan Gedung (PBG). Penelitian ini bertujuan untuk melihat implementasi kebijakan penyelenggaraan Reklame di Kota Tanjungpinang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022 sebagian besar sudah berjalan dengan baik yang dilakukan sesuai pasal 49 tentang pengawasan tim penyelenggaraan reklame. Pada pelaksanaannya sesuai pasal 18 ayat 3 Dinas Penanaman Modal dan pelayanan Terpadu Satu Pintu selaku Dinas yang menyelenggarakan izin melaksanakan kebijakan penyelenggara izin sesuai dengan tugasnya. Satuan polisi pamong praja juga sebagai petugas penertiban reklame menjalankan tugas sesuai dengan wewenang yang diberikan sesuai dengan pasal 51 ayat 4. Temuan dilapangan mengatakan bahwa dalam hal perizinan banyak yang belum mengurus izin konstruksi hanya mengurus izin pemasangan konten dan membayar pajak konten. Penertiban yang terjadi sudah efektif dapat dilihat dari banyaknya reklame yang sudah ditertibkan. Dalam pengurusan izin lebih dimudahkan, dan melibatkan sasaran tujuan atau untuk mencapai tujuan dari kebijakan tersebut. Untuk para pengusaha reklame diharapkan setelah ini mendapatkan hak dan menjalankan kewajibannya sesuai peraturan penyelenggaraan reklame yang berlaku.

Kata Kunci: Implementasi; Reklame; izin; Penertiban; Tim Satuan Tugas.

Abstract

The phenomenon that occurred in 2022 is that there is friction between the Tanjungpinang city government and billboard organizers because they say they always pay taxes, the billboards that have been put in order have been standing for almost 10 years. They lost money as a result of the sealing based on the Tanjungpinang Mayor Regulation No 70 of 2021. Entrepreneurs have to put their billboards on hold because, billboards are sealed. Controlling billboards that were erected without permission at a number of points in the city of Tanjungpinang, it turned out that 244 billboards were constructed, only about 10 percent of which had building permits (PBG). This study aims to see the implementation of advertising policies in Tanjungpinang City. The results of the research show that the implementation of the advertising policy in Tanjungpinang City in 2022 has mostly been going well which was carried out according to article 49 concerning supervision of the advertising team. In its implementation, in accordance with Article 18 paragraph 3, the Investment Service and One-Stop Integrated Services as the Agency that administers permits carry out the policy of administering permits in accordance with their duties. The Civil Service Police Unit as well as billboard control officers carry out their duties in accordance with the authority given in accordance with Article 51 paragraph 4. Findings in the field say that in terms of permits, many have not applied for construction permits, only processing permits for installing content and paying content taxes. The control that has taken place has been effective as can be seen from the number of billboards that have been disciplined. In obtaining permits it is easier, and involves the objectives or to achieve the objectives of the policy. For advertisement entrepreneurs, it is hoped that after this they will get their rights and carry out their obligations according to the applicable billboard regulations.

Keywords: Implementation; Advertising; permits; Order; Task Force Team.

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang menyebutkan bahwa pemerintah daerah diberikan kewenangan dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan dalam hal otonomi daerah seperti, hak, wewenang, dan kewajiban daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat. Menurut (Djaenuri, A, 2019) di Indonesia penerapan otonomi daerah ditampilkan dalam pembuatan peraturan daerah yang berarti peraturan ini dibuat khusus untuk mengatur urusan rumah tangga daerah dan dipisahkan dari segala hal yang berkaitan dengan urusan pemerintahan pusat.

Sumber pendapatan daerah dapat adalah berasal dari dana perimbangan, salah satu faktor penting dan terutama yang memperlihatkan kemandirian daerah adalah kemampuan mengelola dan meningkatkan sumber-sumber pembiayaan pembangunan yang berasal dari daerah sendiri, yakni Pendapatan Asli Daerah (PAD). Untuk mengelola dan menata pemerintah daerah harus mempunyai kapasitas yang bagus, pemerintah daerah juga harus mampu mengkoordinasikan semua program-

program pembangunan dan pelayanan publik guna mencapai efektivitas dan efisiensi tinggi (Djabier, 2019). Muaranya adalah peningkatan dari pendapatan asli daerah sendiri. Pemerintah yang memiliki wewenang pada urusan wajib dasar pelayanan yang termasuk didalamnya adalah pekerjaan umum dan tata ruang juga ikut mengurus mengenai penyelenggaraan reklame.

Penyelenggaraan reklame sendiri turut menyumbang pendapatan asli daerah (PAD) yang banyak jika semua sesuai dengan ketentuan. Semakin berkembangnya zaman, seperti dalam bidang industri perdagangan, dan perniagaan yang menghasilkan barang ataupun jasa, maka harus ada wadah atau media untuk memperlihatkan produk-produk kepada khalayak. Beragam media menjadi pilihan untuk produk-produk baik barang ataupun jasa, seperti media audio visual atau televisi, radio, dan media reklame. Salah satu media yang paling banyak digunakan oleh pengusaha adalah Reklame.

Penyelenggaran reklame terlihat jelas di pinggir-pinggir jalan, pengusaha memanfaatkan hal ini untuk mempromosikan produk mereka (Eliana, 2018). Reklame merupakan sebuah

benda atau alat yang mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan, guna memperkenalkan produk yang dapat dilihat, dibaca maupun didengar di tempat umum atau ruas jalan (Siswosoediro, 2008).

Instansi pemerintah yang mempunyai wewenang dalam penyelenggaraan reklame Dinas Perizinan dan Pajak Daerah setempat di Kabupaten/Kota. Penyelenggaraan reklame sebagai media informasi publik untuk tujuan komersial dan non komersial harus memenuhi aspek legalitas, estetika, keselamatan dan kemanfaatan serta kesesuaiannya dengan rencana tata ruang Kota, sehingga dapat tercipta keamanan dan keselarasan dengan lingkungan.

Berdasarkan Peraturan Walikota No 70 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Dan Tata Cara Izin Reklame, n.d.)

1. Pasal 17 ayat 1 menyebutkan bahwa: "Setiap orang pribadi atau Badan yang akan menyelenggarakan reklame di Daerah wajib memperoleh izin."
2. Pasal 18 ayat 3 menyebutkan bahwa : "Dalam melaksanakan proses izin penyelenggarakan reklame sebagaimana dimaksud diselenggarakan oleh Dinas PM dan PTSP atau sebutan lainnya.

3. Pasal 49 ayat 3 menyebutkan bahwa: "Tim Satuan Tugas Pengawasanreklame sebagaimana dimaksud memiliki tugas untuk bekerja sama melakukan evaluasi, pengawasanterhadap pelaksanaan penyelenggaraan reklame.

4. Pasal 50 menyebutkan bahwa: "Apabila dari hasil pengawasan sebagaimanadimaksud ditemukan ketidaksesuaiandan/penyimpangan terhadap penyelenggaraan reklame, maka masing-masing dinas/instansi sesuai dengan tugas, pokok, dan fungsinya, membuat laporan tertulis ketua satuan tugas pengawasan reklame dengan tembusan pada instansi terkait.

5. Pasal 51 ayat 4 menyebutkan bahwa: " Dalam hal penyelenggaraan reklame tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud, petugas berwenang menertibkan dan melakukan pembongkaran reklame beserta panggung reklame.

Adapun fenomena yang terjadi adalah penertiban reklame yang berdiri tanpa izin disejumlah titik di Kota Tanjungpinang, menggunakan pendataan dari tim pengawasan reklame, dijelaskan bahwa lebih dari 200 reklame tidak berizin, 10 persen saja yang mempunyai Izin persetujuan bangunan gedung (PBG) (Ibrahim, 2022).

Bahkan Walikota Tanjungpinang melakukan pemantauan secara langsung pada penertiban reklame yang tidak memiliki izin di Kota Tanjungpinang (Tanjungpinang.go.id,2022).Berdasarkan hasil wawancara pada Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang didapatkan data reklame yang memiliki izin dan tidak memiliki izin.

Terdapat 34 reklame berkonstruksi dan memiliki izin, dapat dilihat banyak sekali reklame berkonstruksi yang tidak memiliki izin dari 244 total jumlah reklame terdapat 210 yang tidak memiliki izin. Dasar pelaksanaan kegiatan penertiban reklame tidak berizin adalah Pemerintah Kota Tanjungpinang ingin memberikan jaminan keselamatan terhadap masyarakat, atas layak atau tidaknya fungsi dari konstruksi reklame itu.

Adanya penertiban Reklame menimbulkan konflik antara pihak pengusaha reklame dan Pemerintah Kota Tanjungpinang, Ketua Asosiasi Pengusaha Papan Reklame Andi Cori Fatahuddin mengatakan bahwa para pengusaha papan reklame yang disegel beberapa waktu lalu selalu menyetorkan pajak reklame. Papan reklame/baliho

yang ditertibkan itu ada yang sudah berdiri hampir 10 tahun.

Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Tanjungpinang mengadakan Rapat dengar pendapat atau biasa disebut RDP atas usulan dari pengusaha reklame karena adanya permasalahan reklame yang ditertibkan. Rapat dengar pendapat (RDP) reklame ini dihadiri oleh beberapa petinggi pemerintah Kota Tanjungpinang dan beberapa kepala Organisasi Perangkat Daerah dan pengusaha reklame. Pada Rapat dengar pendapat atau RDP itu, banyak pengusaha papan reklame yang memprotes bahwa reklame disegel oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang karena tidak memiliki izin, mereka mengatakan merugi akibat penyegelan berdasarkan Peraturan Walikota Tanjungpinang No 70 Tahun 2021 tersebut.Pengusaha harus menunda bisnis mereka yang seharusnya sudah berjalan karena papan reklame disegel. Mereka kecewa dengan adanya kebijakan reklame yang dinilai merugikan yang menurut mereka reklame menyumbang kepada Pendapatan Asli Daerah atau PAD pada pajak reklame (Redaksi Media, 2022). Melihat latar belakang masalah diatas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai "Implementasi Kebijakan

Penyelenggaraan Reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022". Penelitian ini hanya membatasi pada tahun 2022, hal ini berdasarkan dinamika atau permasalahan konstruksi reklame tidak berizin dan penertiban maraknya pada tahun 2022.

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang di atas, maka tulisan ini akan berusaha untuk menjawab pertanyaan: Bagaimana Implementasi kebijakan Penyelenggaran reklame di Kota Tanjungpinang pada pasal 18 ayat 3, Pasal 50, 51 ayat 4 Peraturan Walikota

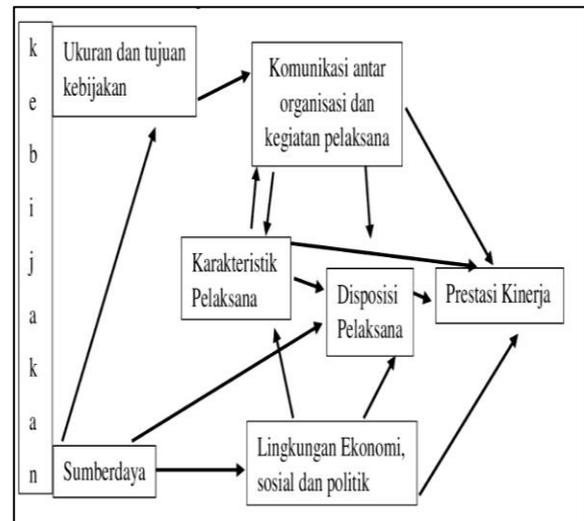
No 70 Tahun 2021 tentang Penyelenggaran Dan Tata Cara Izin Reklame

METODE

Tulisan ini menggunakan metode kualitatif Penelitian ini memakai penelitian deskriptif kualitatif dengan informan sebanyak 5 orang, menggunakan teknik, alat pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data penulis melakukan wawancara dengan informan yang mengetahui problematika dan turun andil didalam fenomena ini. Pengumpulan dokumen bersumber dari buku, jurnal, dan media massa online. Penelitian ini memakai teori

Implementasi kebijakan Van Meter dan van Horn.

Model Implementasi (Menurut Van Meter & Van Horn 1975)



Sumber: Van Meter dan Van horn (1975) dalam (Syahrudin 2018).

Model Implementasi yang pertama adalah model implementasi yang paling klasik, model ini dikemukakan oleh Van meter dan Varn Horn, mereka mengemukakan bahwa implementasi kebijakan adalah aktivitas yang dilaksanakan oleh seorang individu ataupun kelompok pemerintah yang bereorientasi untuk mencapai suatu tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam ketentuan kebijakan. Implementasi Kebijakan model Van meter dan Van Horn ini mengansumsikan bahwa sebuah kebijakan berlangsung secara linear.

Van Meter dan Van Horn dalam (Syahrudin, 2018)), mengemukakan

terdapat 6 indikator yang dapat mempengaruhi implementasi kebijakan.

1. Standar dan sasaran kebijakan.

Standar dan sasaran harus spesifik, dan terorganisir atau tersusun sesuai dengan sasaran agar tujuan dapat tercapai (Syahrudin, 2018). Dalam (Agustino, 2016), kinerja implementasi kebijakan dapat diukur tingkat keberhasilannya dari ukuran dan tujuan kebijakan yang bersifat realistis dengan sosio-kultur yang ada di level pelaksana kebijakan. Ketika ukuran dan dan sasaran kebijakan terlalu ideal, maka akan sulit direalisasikan. Aspek yang mempengaruhi berhasilnya kemampuan kebijakan adalah ukuran dan sasaran dari kebijakan tersebut. Parameter keberhasilan dan sasaran kebijakan perlu dijelaskan sehingga pihak pelaksana memahami dan tidak menyebabkan pemahaman yang berbeda dengan pemangku kebijakan. Timbulnya berbagai interpretasi dari tujuan kebijakan tersebut membuat kegagalan dalam pelaksanaan kebijakan (Kasmad, 2018).

2. Sumberdaya.

Implementasi kebijakan membutuhkan kinerja yang baik dari sumber daya yang ada (Syahrudin, 2018). Kinerja yang dapat menggunakan

sumber daya yang tersedia adalah sebuah pencapaian dalam implementasi kebijakan. Sumber daya manusia/ individu adalah sumber daya yang terutama pada saat menentukan sebuah keberhasilan dari implementasi kebijakan. Selain sumber daya manusia, sumber daya finansial dan waktu menjadi perhitungan penting dalam keberhasilan implementasi kebijakan (Agustino, 2016).

3. Komunikasi antara organisasi.

Implementasi pada suatu program sangat membutuhkan support berupa dukungan, kerjasama, dan koordinasi antar instansi. Standar kemampuan, sasaran kebijakan, dan sumber daya adalah variabel-variabel utama dalam menetapkan kebijakan. Komunikasi antar organisasi dan pelaksanaan penguatan kegiatan merupakan faktor pendukung untuk mencapai pelaksanaan kebijakan. Demikian pula, untuk menjamin keberhasilan implementasi kebijakan diperlukan adanya pendorong atau penguatan terhadap pihak pelaksana. Aktivitas penguatan yang dimaksud adalah technical advice and assistance dan ganjaran baik positif maupun negatif, bagi pihak pelaksana kebijakan (Kasmad, 2018).

4. Karakteristik Implementor.

Agen pelaksana mencakup struktur birokrasi hubungan yang terjadi dalam organisasi (Syahrudin, 2018). Faktor pendukung dalam (Kasmad, 2018) kedua pada type ini yang terlibat dalam yang ikut menentukan kesuksesan implementasi kebijakan, yaitu karakteristik implementor yang melaksanakan kebijakan.

5. Sikap implementor.

Variabel dari sikap penerimaan dan penolakan sangat berpengaruh dalam berhasil dan tidak pelaksanaan implementasi kebijakan publik (Syahrudin, 2018). Adapun indikator yang mendukung dan perlu diperhatikan dalam implementasi kebijakan adalah disposisi pelaksana kebijakan. Masing-masing bagian pada penjelasan diatas di sortir dengan persepsi atau pendapat dari implementor. 3 faktor yang berpengaruh dalam hal ini yakni mempunyai pemahaman mengenai kebijakan yang berlaku, melihat arah responsivitas seperti menerima, menolak atau netral, dan kekuatan pada pendapatnya (Kasmad, 2018).

6. Kondisi sosial, politik, dan ekonomi.

Kondisi ini melingkupi sampai dimana para kelompok-kelompok yang berkepentingan memberikan dukungan bagi implementasi kebijakan. Pada

kondisi sospol menjadikannya faktor yang mendukung dalam implementasi kebijakan. Adanya ketersediaan sumber daya sangat diperlukan demi mencapai target implementasi kebijakan. Hal yang sama pula, bahwa kondisi sosial perlu diperhatikan dalam implementasi kebijakan, karena hal merupakan kelompok sasaran dari suatu kebijakan publik. Demikian juga, pentingnya kelompok-kelompok kepentingan dalam masyarakat diperhatikan, baik dalam formulasi kebijakan maupun dalam implementasinya (Kasmad, 2018). Penutup yang harus diperhatikan juga untuk menilai kapasitas implementasi kebijakan yaitu sampai dimana lingkungan luar ikut serta pada keberhasilan kebijakan publik. Lingkungan sosial, ekonomi dan politik atau sospol yang tidak mendukung akan mengakibatkan problematikan dari kegagalan kinerja implementasi kebijakan. Karena itu, upaya implementasi kebijakan mensyaratkan kondisi lingkungan eksternal yang kondusif (Agustino, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ukuran dan Sasaran kebijakan

Peraturan Walikota Nomor 70 Tahun 2021 tentang penyelenggaraan reklame pada pasal 18 ayat 3 ukuran dan

tujuan kebijakan dari pelaksanaannya Dinas Penanaman Modal dan pelayanan terpadu satu pintu selaku dinas yang menyelenggarakan izin telah melaksanakan kewenangannya dalam penerbitan izin reklame, namun izin alur yang diberikan masih terkesan rumit. Pada pasal 54 ayat 3 Satuan polisi pamong praja juga sebagai petugas penertiban reklame menjalankan tugas sesuai dengan wewenang yang diberikan. Temuan dilapangan mengatakan bahwa dalam hal perizinan banyak yang belum mengurus izin konstruksi hanya mengurus izin pemasangan konten dan membayar pajak konten. Penertiban yang terjadi sudah efektif dapat dilihat dari banyaknya reklame yang sudah ditertibkan.

2. Sumber Daya

Untuk sumber daya dalam implementasi penyelenggaraan kebijakan Reklame di Kota Tanjungpinang, sesuai pasal 50 semua tim pengawasan reklame bekerja dengan tupoksinya masing masing. Jumlah pegawai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Satuan Polisi Pamong Praja telah mencukupi untuk mewujudkan pelayanan perizinan dan tindakan penertiban reklame. Sarana

Prasarana yang diberikan oleh Dinas Penanaman Modal dalam pengurusan izin bersifat online dan anggaran dana disediakan oleh pemerintah melalui APBD 2022 untuk pengawasan, hingga penertiban penyelenggaraan reklame.

3. Karakteristik Organisasi Pelaksana

Untuk karakteristik organisasi pelaksana dalam implementasi penyelenggaraan kebijakan Reklame di Kota Tanjungpinang. Organisasi yang dibentuk sesuai pasal 49 tentang Pengawasan. Organisasi pelaksana mampu bekerja sama sesama tim dan melaksanakan tugas sesuai standar operasional prosedur masing masing dinas. Bentuk koordinasi Dinas teknis, Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah, dinas penyelenggaraan izin dan pemohon harus sinkron, sesuai pasal 50 apabila terjadi kesalahan diselesaikan dan dijabarkan dengan jelas sebagai pencegahan kurangnya koordinasi. Pihak Satpol PP sendiri juga menjadi dinas terakhir yang menunggu terusan untuk dapat melaksanakan penertiban reklame.

4. Sikap para Pelaksana

Sikap para pelaksana terhadap implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang

didasarkan pelaksana yang tergabung belum sesuai seperti pada saat penertiban belum diberitahukan surat pemberitahuan secara umum, saat penertiban telah terjadi surat pemberitahuan di buat pada beranda DPMPTSP untuk itu sesuai pasal 18 ayat 3 kewenangan yang dilakukan DMPTSP dalam penyampaian informasi belum optimal, para pengusaha reklame juga menilai bahwa para pelaksana pada pengurusan izin prosesnya lama. Hasil temuan di lapangan dalam pengurusan izin konstruksi reklame itu panjang alurnya.

5. Komunikasi Antar Organisasi

Komunikasi antar organisasi dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang pada tahun 2022, pelaksanaanya organisasi menjalankan kebijakan sesuai pasal 49 tentang pengawasan, perizinan. Hal ini dapat dilihat dari komunikasi yang sudah terjalin dengan baik sesama organisasi pelaksana seperti Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat melakukan penilaian teknis terhadap reklame kemudian disampaikan kepada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah untuk dibuatkan jumlah retribusinya kemudian disampaikan kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan

Terpadu Satu Pintu untuk dibuatkan surat izin penyelenggaraan reklame (PBG). Apabila dikemudian hari terdapat ketidaktertiban satuan Polisi Pamong Praja akan melakukan penertiban Reklame.

6. Kondisi Lingkungan Sosial, Ekonomi, dan Politik.

Pengaruh lingkungan sosial, politik, dan ekonomi dalam Implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang dari pengaruh lingkungan terutama sosial dan ekonomi yang mempunyai dampak tidak baik bagi pengusaha reklame di Kota Tanjungpinang. Dari segi Politiknya pihak DRPD sebagai penengah antara polemik pengusaha reklame dengan pemerintah Kota Tanjungpinang berhasil mengadakan Rapat dengar pendapat tentang reklame untuk memfasilitasi keluhan pengusaha dan mencari solusinya.

Reklame merupakan salah satu cara memperkenalkan suatu produk barang atau jasa yang dimiliki perusahaan kepada khalayak ramai yang berguna untuk peningkatan dalam perdagangan. Reklame agar dapat menarik perhatian harus diletakkan pada titik-titik jalan yang strategis.

Dalam Penyelenggaraan reklame semua di atur pada regulasi yang telah dibuat oleh pemerintah setempat dan terdapat pengawasan didalam penyelenggaraan reklame. Hal ini bertujuan untuk memastikan apakah penyelenggaraan reklame di lapangan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan, jika terjadi pelanggaran atau penyimpangan seperti konstruksi reklame yang tidak berizin, lokasi, ukuran yang tidak sesuai maka akan dilakukan tindakan seperti penertiban reklame.

Pada penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang, regulasi yang mendasari adalah Peraturan Walikota Tanjungpinang Nomor 70 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan dan Tata Cara Izin Reklame yang sebelumnya mengacu pada Peraturan Daerah Nomor 7 tahun 2010 tentang Bangunan dan Gedung. Peraturan Walikota Tanjungpinang No 70 Tahun 2021 menjadi dasar hukum yang kuat untuk penyelenggaraan reklame, karena sebelumnya penyelenggaraan reklame tergabung dalam peraturan daerah bangunan dan gedung dimana reklame termasuk kedalam kategori bangunan dan gedung sifatnya prasarana.

Pada pasal 114 ayat 1 dan 2 disebutkan bahwa setiap orang yang

mendirikan, memperluas, mengubah, dan memperbaiki bangunan gedung harus mendapat Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dari Walikota dan Permohonan IMB diajukan secara tertulis oleh pemilik bangunan gedung atau perencana sebagai authorized person yang ditunjuk oleh pemilik bangunan dengan surat kuasa bermaterai cukup kepada Walikota, hal ini belum menjelaskan detail terkait tentang izin penyelenggaraan reklame, hanya menjelaskan mengenai harus mendapatkan IMB jika mendirikan bangunan, memperluas, mengubah, dan memperbaikinya.

Untuk menunjang kebijakan penyelenggaraan reklame Walikota Tanjungpinang mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 175 Tahun 2022 tentang Tim Satuan Tugas Pengawasan Reklame. Dalam melaksanakan kegiatan masing-masing Organisasi Perangkat Daerah memiliki perannya masing-masing seperti pengawaan administrasi dan pengawasan di lapangan penelitian ini melihat Implementasi terkait penyelenggaraan izin reklame di Kota Tanjungpinang.

Dalam melihat implementasi Kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022 penulis

menggunakan Teori Van Meter dan Van Horn yang mengemukakan bahwa implementasi kebijakan merupakan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah secara individu maupun kelompok untuk mencapai suatu tujuan. Dalam proses implementasi kebijakan ada 6 tahapan diantara sebagai berikut :

Ukuran dan Tujuan kebijakan

Kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang, pada ukuran dan sasaran kebijakan dapat dilihat bahwa berdasarkan pasal 17 ayat 1 setiap orang wajib memperoleh izin, namun perizinan pihak pengusaha reklame merasa dipersulit, contohnya saat pengurusan lebih lama, tidak selesai seperti yang dijanjikan penyelenggara reklame di Kota Tanjungpinang mengetahui tentang Perwako dan hak serta kewajibannya. Hal ini terjadi karena satu permasalahan yang ada di tanjungpinang yaitu ring jalan yang berbeda-beda, tentunya juga pengurusan izinnya berbeda kalau jalan nasional berarti kewenangannya Nasional, jalan Kota izinnya ke kota, kalau jalan provinsi izinnya ke Provinsi, sesuai dengan kepemilikan aset jalan, ini juga menjadi penghambat dalam proses penerbitan izin yang diurus.

Tindakan penertiban yang dilakukan oleh Pemerintah berdasarkan Perwako

ini masih dinilai memiliki ketimpangan, mereka selalu membayar pajak namun tetap dikatakan tidak memiliki izin, temuan dilapangan mengatakan bahwa dalam hal perizinan yang diurus itu ada dua tentang konten iklan dan konstruksi reklame atau papan reklame, pengusaha reklame banyak yang belum mengurus izin konstruksi hanya mengurus izin pemasangan konten dan membayar pajak konten, tentunya penindakan dengan penertiban yang dilakukan oleh Satpol PP sesuai surat bantuan perintah penertiban benar karena tidak sesuai regulasi pada pasal 51 ayat 4 tentang penertiban bahwa penyelenggaraan reklame tidak memiliki izin pada panggung reklame, reklame dan panggung reklame yang telah berakhir masa izinnya, reklame tanpa izin dan tanda pelunasan pajak, perubahan panggung reklame, sehingga tidak sesuai dengan izin penyelenggaraan titik reklame yang telah diberikan.

Sumber Daya

Dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang, proses implementasi dilihat secara menyeluruh sangat membutuhkan sumber daya. Sesuai Pasal 50 tentang Pengawasan bahwa masing-masing dinas memiliki kewenangan dan membutuhkan sumber daya yang

mendukung untuk menggerakkan
implementasi Peraturan Walikota
Tanjungpinang Nomor 70 Tahun 2021.

Sumber daya dalam Implementasi
Penyelenggaraan kebijakan Reklame di
Kota Tanjungpinang dapat dikatakan
sudah maksimal karena semua tim
pengawasan reklame bekerja sesuai
tupoksinya masing masing.

Karakteristik Organisasi

Dalam Implementasi Kebijakan
Penyelenggaraan reklame di Kota
Tanjungpinang, diperlukan komunikasi
dan koordinasi yang baik sebagai bentuk
mekanisme yang bagus dalam
menjalankan implementasi kebijakan
publik. Apabila koordinasi dan
komunikasi pihak yang saling berkaitan
dan terlibat bagus akan semakin kecil
kemungkinan terjadinya kesalahan.
Bentuk koordinasi dalam hal
penyelenggaraan reklame meliputi
pengawasan, perizinan, dan penertiban.
Hal ini dapat dilihat dari karakter
organisasi pelaksana yang mampu
bekerja sama sesama tim sesuai dengan
Standar Operasional Prosedur dalam
melaksanakan implementasi Perwako No
70 Tahun 2021 tersebut terhadap
penyelenggaraan reklame di Kota
Tanjungpinang.

Sikap Para Pelaksana

Sikap para pelaksana terhadap
Implementasi kebijakan penyelenggaraan
reklame di Kota Tanjungpinang
melaksanakan tugasnya sesuai dengan
Perwako No 70 Tahun 2021 pasal 18 ayat
3 dan pasal 51 ayat 4 dan sesuai arahan
dari pembuat kebijakan. Namun hal ini
bagi pengusaha reklame pemerintah
tidak melihat pelaku usaha sebagai
penyelenggara reklame, Pemerintah lebih
mengedepankan kepentingan mereka di
banding masyarakat.

Contohnya seperti dalam melakukan
penertiban seharusnya yang dilakukan
Pemerintah Kota Tanjungpinang dengan
cara-cara memberitahukan para pemilik
papan reklame yang belum memiliki izin
untuk mengurus izin dalam jangka waktu
tertentu dan selanjutnya diberikan
peringatan 1, 2, bahkan 3 baru
selanjutnya dilakukan proses tahapan
berikutnya sampai kepada
penertiban/pembongkaran Sebagaimana
yang diatur didalam Perwako No. 70
Tahun 2021 yang dibuat mulai pada BAB
XIV (14) pasal 52 sampai 54 bukan
langsung melakukan penertiban/pembon-
gkaran tanpa memperdulikan para pelaku
usaha reklame yang sedang mengajukan
izin dimaksud.

Hasil temuan di lapangan dari pihak Dinas Penanaman dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Tanjungpinang mengatakan bahwa dalam pengurusan izin konstruksi reklame itu panjang alurnya. Alur yang paling lama terjadi di desain teknis, harus disesuaikan kalau tidak harus dikembalikan ke pemohon, konsultasi lagi dan rangkaian lainnya itu yang memakan waktu lama, selanjutnya yang kedua adalah saat telah keluar kisaran Retribusi yang harus dibayarkan dari pihak pemohon mungkin belum mencukupi dalam hal keuangan itu yang membuat tertunda dan menjadi penyebab lama pengeluaran surat izin, ditambah ringjalan yang ada di Kota Tanjungpinang berbeda-beda. Para pengusaha dalam hal ini tidak dijelaskan alur prosesnya untuk itu dikatakan seperti lama dan berbelit-belit.

Komunikasi Antar Organisasi

Implementasi akan berjalan efektif apabila komunikasi antar organisasi terkait terjalin dengan baik. Dalam meneruskan pesan kinerja dalam suatu organisasi atau dari suatu organisasi ke organisasi lainnya, para komunikator dapat menyampaikannya atau menyebarkanluaskannya.

Dalam ini para komunikatornya adalah tim pengawasan reklame yang

telah ditunjuk oleh pengarah/ walikota sesuai pasal 50 Perwako No. 70 Tahun 2021. Dinas teknis, Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Dan Satuan Polisi Pamong Praja, Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat melakukan penilaian teknis terhadap reklame kemudian disampaikan kepada Badan Pengelolaan Pajak dan Retribusi Daerah untuk dibuatkan jumlah retribusinya kemudian disampaikan kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu untuk dibuatkan suratKetetapan Retribusi Daerah (SKRD) dan Surat Setoran Retribusi Daerah (SSRD) kemudian dikeluarkan surat izin penyelenggaraan rekalm (PBG).

Namun sesuai pasal 50 apabila dikemudian hari terdapat ketidaktertiban seperti masa izin yang sudah habis, konstruksi reklame yang berdiri tapi tidak mempunyai surat izin PBG, untuk itu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu mendata, kemudian disampaikan himbauan atau sosialisasi, pemberitahuan, apabila pemberitahuan dan himbauan diabaikan, maka pihak penyelenggara izin menyurati Satuan Polisi Pamong Praja untuk melakukan penertiban Reklame.

Mengenai komunikasi komunikasi antar organisasi, sesuai pasal 50 terkait pengawasan, tugas pokok, dan fungsinya terhadap pelaksanaan Implementasi Penyelenggaraan Reklame di Kota Tanjungpinang diantara organisasi dari komunikasi yang sudah terjalin dengan baik sesama organisasi pelaksana. Dapat dilihat melakukan penggabungan sesama dinas terkait yang menjalankan kebijakan untuk melaksanakan perizinan dan penertiban maupun sosialisasi organisasi pelaksana terhadap pengusaha reklame. Kondisi Lingkungan, Sosial, Ekonomi dan Politik

Kondisi ini mencakup sejauh mana yang berkepentingan memberikan dukungan bagi implementasi kebijakan. Keadaan ekonomi, sosial, dan politik (Sospol) adalah variabel pendukung dalam implementasi kebijakan yang harus diperhatikan. Kondisi sosial, ekonomi merupakan bagian dari kelompok sasaran suatu kebijakan publik. Hal terakhir yang perlu diperhatikan guna menilai kinerja implementasi kebijakan adalah sejauh mana lingkungan eksternal turut mendorong keberhasilan kebijakan publik. Lingkungan sosial, ekonomi dan politik yang tidak kondusif dapat menjadi

sumber masalah dari kegagalan kinerja implementasi kebijakan.

Lingkungan politik, ekonomi, dan sosial juga mempengaruhi para penyelenggara reklame di Kota Tanjungpinang. Pengaruh lingkungan sosial, politik, dan ekonomi dalam implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang sebagian besar belum sesuai dengan aturan, dapat dilihat dari pengaruh lingkungan terutama sosial dan ekonomi yang mempunyai dampak dalam penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang. Dari segi lingkungan ekonomi yang dirasakan oleh pemilik reklame adalah kerugian penyegelan atau dalam penertiban reklame, sedangkan bagi pemerintah di bidang ekonomi adalah menurunnya PAD dari pajak reklame. Pada lingkungan sosial pengusaha reklame berpendapat peraturan ini dibuat masih belum disesuaikan dengan kondisi lapangan. Dari segi Politiknya pihak DRPD sebagai penengah antara polemik pengusaha reklame dengan pemerintah Kota Tanjungpinang mengadakan RDP untuk memfasilitasi keluhan pengusaha dan mencari solusi serta meneruskan kepada

walikota untuk mengevaluasi kebijakan penyelenggaraan reklame tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menggunakan teori Implementasi kebijakan Van Meter dan Varn Horn yang telah dilakukan oleh peneliti terkait implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022 sebagian sudah berjalan baik tetapi beberapa diantaranya belum optimal sesuai aturan. Diantaranya, ukuran dan sasaran kebijakan. Sumber Daya, Karakteristik organisasi Pelaksana, Sikap dan para pelaksana, Komunikasi Para Pelaksana, Kondisi Lingkungan Sosial, Ekonomi, dan Politik.

REFENSI

Agustino, L. (2016). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik (Keenam)*. Bandung : Cv. Alfabeta.

Asyari. (2022, September). Pemko Tanjungpinang Tarik Pajak Papan Reklame Ilegal, Siapa Yang Salah? *Batamtoday.Com*, 1. <https://Batamtoday.Com/Tanjungpinang/Read/180878/Pemko-Tanjungpinang-Tarik-Pajak-Papan-Reklame-Ilegal-Siapa-Yang-Salah>

Djaenuri, A, E. (2019). *Sistem Pemerintahan Daerah (Edisi Ket)*.Tangerang Selatan : Univesitas Terbuka.

Ensiklopedia. (N.D.). *Daftar Walikota Tanjungpinang*. Pusat Ensiklopedia.

https://P2k.Stekom.Ac.Id/Ensiklopedia/Daftar_Wali_Kota_Tanjungpinang

Ibrahim. (2022, September). *Ada Apa Dengan Reklame*. *Hariankepri.Com*. <https://Www.Hariankepri.Com/Ada-Apa-Dengan-Reklame/>

Kasmad, R. (2018). *Studi Implementasi Kebijakan Publik*. Jakarta : Univesitas Terbuka.

Pariwisata, D. K. Dan. (N.D.). *Tentang Tanjungpinang*. Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Tanjungpinang. <https://Disbudpar.Tanjungpinangkota.Go.Id/Profil/Tentang-Tanjungpinang>

Peraturan Perundang-Undangan :
Peraturan Walikota No 70 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan dan Tata Cara Izin Reklame, (2021).

Redaksi Media, A. (2022, September). *RDP Dengan DPRD, Pengusaha Reklame: Kami Minta Gubernur Batalkan Perwako*. *Alreimedia.Com*, 1. [Ttps://Www.Alreimedia.Com/Rdp-Dengan-Dprd-Pengusaha-Reklame-Kami-Minta-Gubernur-Batalkan-Perwako/](https://Www.Alreimedia.Com/Rdp-Dengan-Dprd-Pengusaha-Reklame-Kami-Minta-Gubernur-Batalkan-Perwako/)

Setiawan, E. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Digital Ocean. <https://Kbbi.Web.Id/Implementasi>

Siswosoediro, H. S. (2008). *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen*.Surakarta : Transmedia Pustaka

Sitompul, D. K. (2022). *Implementasi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame*

-
- Di Kota Pekanbaru. Universitas Islam Riau.
- Situmorang, C. H. (2016). Dr. Drs. Chazali H. Situmorang, Apt, M.Sc. In Social Security Development Institute (Ssdi). Depok : Social Security Development Institute (Ssdi).
- Suaib, M. R. (2016). Pengantar Kebijakan Publik (Cetakan Pe). Yogyakarta : Calpulis.
- Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung : Cv. Alfabeta.
- Syahruddin. (2018). Implementasi Kebijakan Publik ; Teori Dan Studi Kasus (Cetakan Ii). Bandung : Nusa Media.
- Tanjungpinang.Go.Id, P. K. (2022, September). Ada 255 Kostruksi Reklame Tidak Berizin, Wako Rahma Ajak Pengusaha Urus Perizinan. Tanjungpinang.Kota Go. Id.
<https://www.tanjungpinangkota.go.id/berita/ada-225-konstruksi-reklame-tidak-berizin-wako-rahma-ajak-pengusaha-segera-urus-perizinan>
- Tarring, A. D. (2022). Carut-Marut Izin Pemasangan Reklame Di Kota Makassar. 10, 172-181.
- Undang-Undang No. 1 Tahun 22 Tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah., (2022).
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, (2009).
- Utama, J. D (2019). Kepatuhan Penyelenggaraan Reklame Insidentil Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bandung No. 04 Tahun 2012. Universitas Katolik Parahyangan.