

IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA TASIKMALAYA

Yudi Hermawan

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Yppt Priatim Tasikmalaya, Indonesia

Email: yudihermawan923@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima 2 September 2020 Diterima dalam bentuk revisi 15 September 2020 Diterima dalam bentuk revisi 20 September 2020	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Implementasi Kebijakan tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 57 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya. Penelitian dilakukan melalui pendekatan teori-teori yang memiliki relevansi dan mempunyai keterkaitan dengan implementasi kebijakan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan melalui wawancara mendalam melalui nara sumber atau informan yang memiliki pengetahuan terkait dengan Implementasi Kebijakan tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya berdasarkan Peraturan Walikota Tasikmalaya 57 Tahun 2017 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya No. 2 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Reklame. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi Kebijakan tentang Pengelolaan Sampah di Kota Tasikmalaya berdasarkan Peraturan Walikota Tasikmalaya Nomor 57 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Reklame masih belum terlaksana dengan baik, hal tersebut terkait dengan masih banyaknya reklame yang sudah habis masa ijinnya tetapi masih terpasang, masih adanya konten-konten yang dilarang, masih banyak reklame ilegal tidak berizin dan masih kurangnya sosialisasi sehingga masih rendahnya sikap masyarakat dalam pelaksanaan reklame dinilai dari aspek budaya, sosial dan ekonomi, yang seharusnya semakin tinggi nilai budaya, sosial, dan ekonomi dapat meningkatkan pengetahuan dan kepedulian yang tinggi terhadap penyelenggaraan reklame.
Kata kunci: Implementasi Kebijakan dan penyelenggaraan reklame	

Pendahuluan

Salah satu media informasi dan promosi yang menjamur adalah Reklame, banyak dijumpai dipersimpangan jalan, sudut-sudut perkotaan dan pusat keramaian. Reklame berdasarkan Peraturan Kota Tasikmalaya No 2 tahun 2016 adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk, susunan dan atau corak dan ragamnya untuk tujuan komersil dan atau nirlaba yang

dipergunakan untuk memperkenalkan, mengajukan, memuji atau mempromosikan suatu barang dan atau jasa seseorang atau badan yang diselenggarakan atau ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan pemerintah. Reklame atau iklan media luar ruang adalah suatu media periklanan besar yang biasa digunakan para perusahaan untuk memasarkan produk

dan/atau memberikan informasi-informasi kepada masyarakat luas. Reklame pada umumnya ditempatkan di area yang sering dilalui oleh masyarakat, misalnya pada sisi persimpangan jalan raya, yang ditujukan untuk dilihat pejalan kaki maupun pengendara kendaraan bermotor yang melewatinya. Reklame juga merupakan sebagai alat komunikasi visual dalam lingkungan perkotaan, dengan tujuan untuk mempromosikan sesuatu kepada masyarakat. Reklame dapat digunakan baik untuk iklan komersial, iklan sosial, maupun iklan politik. Reklame umumnya berisi ilustrasi yang besar dan menarik disertai dengan slogan.

Reklame ditampilkan dengan bermacam type, bentuk dan beraneka ragam, seperti Megatron, Minitron, Dinamic Wall, Video Wall, Billboard, Bando Jalan, Papan Toko, Neon box, Papan Toko, Spanduk, Poster, mobile, plakat, Balon Udara, Reklame Film, Reklame Running Text, Reklame Berjalan, dan lain - lain. Pada saat ini reklame terpasang di setiap tempat, di tempat umum atau lahan pemerintah seperti dijalan-jalan, di taman-taman publik dan juga di lahan - lahan pribadi seperti rumah dan kantor. Dengan reklame yang semakin marak ini dibutuhkan kebijakan penyelenggaraan reklame yang mana sangat penting bagi produsen dan konsumen sehingga pemasangan reklame menjadi pandangan yang menarik, memiliki nilai estetika, tertata dan menguntungkan bagi masyarakat, vendor, pemilik tempat, pengusaha dan menjadi pendapatan dari suatu pemerintah daerah.

Kota Tasikmalaya saat ini sangat mendukung dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, salah satunya memperlihatkan beberapa reklame yang berderet di lokasi-lokasi strategis, ini menunjukkan bahwa pesatnya pertumbuhan ekonomi karena daya Tarik masyarakat Kota Tasikmalaya yang cukup tinggi. Tak hanya itu setiap datangnya pesta demokrasi gambar-gambar dalam bentuk baliho dan bannerpun sangat banyak.

Pemerintah Kota Tasikmalaya masih cukup kesulitan dalam upaya pengendalian pertumbuhan reklame. Banyak pendirian reklame yang tidak sesuai dengan prosedur maupun ketentuan dalam peraturan Walikota Tasikmalaya sehingga tidak sesuai dan selaras dengan penataan ruang estetika Kota.

Permasalahan dan Kendala yang dihadapi dalam sektor reklame ini tidak hanya dalam proses keluarnya ijin reklame tetapi juga upaya penegakan hukum terhadap pelanggaran dalam Izin reklame sebagaimana di atur dalam peraturan daerah. Pemasangan reklame semakin liar akan menimbulkan permasalahan di wilayah Kota Tasikmalaya.

Obyek yang paling banyak di temukan melanggar reklame dijumpai di jalan-jalan protokol seperti di jalan Mohammad Hatta, Hz Mustofa, Jalan Ir Juanda, Otto Iskandar Dinata, SL Tobing, AH. Nasution, Pusat Olah Raga dan Taman Dadaha. Pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame yang perlu diperbaiki, mulai dari penyelenggaraan, pengawasan, pengendalian dan penertiban reklame, unsur lembaga pemerintahan juga perlu adanya solusi dan perbaikan sesuai dengan peraturan dan perundangan yang berlaku. Dalam hal ini yang bertanggung jawab secara penuh menangani seluruh reklame di Kota Tasikmalaya mulai dari pengawasan dan pengendalian adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Tasikmalaya, sebagai organisasi perangkat daerah di Kota Tasikmalaya.

Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Tasikmalaya yang dibentuk sebagaimana Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya No 7 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah yang mana di dalam Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang tersebut mempunyai bidang yang secara khusus dalam penyelenggaraan, penertiban, pengawasan dan pengendalian reklame beserta rekomendasi teknis perizinan reklame, dan retribusi reklame yaitu Bidang Tata Ruang yang membawahi didalamnya adalah Kasi Reklame, Kasi Perencanaan Tata Ruang dan Pengendalian Tata Ruang.

Kasi Reklame secara khusus mempunyai tugas dan fungsinya sebagai pelaksana kebijakan peraturan Walikota

Tasikmalaya No 57 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Peraturan Penyelenggaraan Reklame, bersinergi dengan Dinas Satuan Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran sebagai eksekutor pembongkaran dan penghentian kegiatan reklame yang tidak berijin atau habis ijin tetapi belum dibongkar dan permasalahan-permasalahan reklame, Badan Penerima Pajak dan Retribusi Daerah yang melayani pajak reklame, Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu sebagai pemberi Izin atas Rekomendasi yang telah dikeluarkan oleh Dinas-Dinas terkait, dan pengaduan atas perkara perijinan reklame, Dinas Perhubungan yang memberikan rekomendasi yang berhubungan dengan reklame-reklame yang memerlukan penerangan, penggunaan rambu rambu yang dipakai untuk reklame dalam media reklame yang berada di ruas jalan raya.

Kebijakan Penyelenggaraan reklame diperlukan dalam rangka penertiban dan penyesuaian zonasi yang sesuai tata ruang kota, karena tidak semua tempat layak dipasang reklame. Saat ini di Kota Tasikmalaya ada sekitar 65 titik reklame betuk billboard yang tersebar, 5 videotron yang terdiri di jalan protokol dan tanah milik pribadi, sedangkan baliho, sepanduk, poster, plakat dan banner tidak terhitung jumlahnya karena terpasang dalam setiap hari berbeda-beda, tergantung lamanya permohonan ijin, ada yang satu minggu dan ada yang sampai beberapa bulan, bahkan sampai satu tahun dan pemasanganpun juga ada yang di panggung reklame, di median atau taman jalan, bahu jalan dan banyak sekali pemasangan yang tidak pada tempatnya atau yang tidak diijinkan.

Selama ini pengusaha/aparat/vendor yang memasang reklame tidak memperhatikan unsur kesesuaian tata ruang kota, keselamatan, kenyamanan, estetika, sehingga mengganggu kepentingan umum, merugikan pendapatan daerah karena tidak segera membongkar reklame yang sudah habis masa izinnya, konstruksi yang tidak sesuai spek teknis, pemasangan konten-konten yang dilarang atau yang merusak moral, pemasangan reklame yang melintang jalan dan pemasangan di zona yang dilarang dipasang reklame meskipun pemerintah sudah menyediakan panggung-panggung reklame,

sehingga tata kota yang nyaman sangat sulit dijumpai.

Pemerintah Kota Tasikmalaya mengeluarkan Peraturan Walikota No 57 Tahun 2017 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Penyelenggaraan Reklame. Meskipun Pemasangan reklame sudah diatur dalam Peraturan Walikota Kota Tasikmalaya No 57 Tahun 2017, tentang Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame, tetapi belum terlaksana dengan baik dengan ditemukannya fenomena-fenomena penyelenggaraan reklame diantaranya sudah habis ijin atau kadaluarsa, beberapa reklame yang masih terpasang padahal sudah habis masa ijinnya tetapi tidak segera dibongkar, banyak dijumpai tetapi dibiarkan, tidak ada penghentian atau penertiban, padahal seharusnya pihak perangkat daerah terkait seharusnya dengan sigap memberikan pemberitahuan, peringatan dan membongkar reklame yang sudah habis masa ijinnya tersebut.

Pemasangan yang mengganggu sarana umum, pemasangan yang merusak sarana umum seperti trotoar, tiang tiang penerangan, banyak dijumpai di pusat-pusat jalan strategis apalagi bertepatan pada momen-momen penting atau hari-hari libur, melintang jalan raya, menggunakan bahu bahu jalan sebagai tiang-tiang reklame sehingga menghalangi pejalan kaki, menggunakan pohon-pohon sebagai tiang sandaran atau mengikat tali spanduk.

Konten-konten yang dilarang dijumpai di zona kawasan pendidikan, yang dalam peraturan Walikota sudah jelas dilarang seperti produk-produk rokok atau kawasan bebas produk rokok, atau gambar-gambar yang merusak moral tidak boleh dipasang. Pemasangan reklame liar ini akan menimbulkan konstruksi bangunan tidak sesuai dengan spekteknis dan merusak bangunan yang ada disebelahnya maupun disekelilingnya hal ini mengakibatkan keselamatan orang-orang disekitar reklame menjadi terancam.

Keberadaan reklame ilegal, akan merugikan dari sektor ekonomi, karena akan mengurangi pendapatan asli daerah yang seharusnya didapat dari retribusi pajak reklame dan biaya sewa lahan bagi yang berada di lahan milik pemerintah.

Minimnya sosialisasi, dari beberapa penyedia jasa periklanan dan pemilik reklame produk tidak seluruhnya telah mendapatkan pengetahuan tentang penyelenggaraan reklame, itu disebabkan karena pengusaha tersebut berdomisili diluar kota sehingga mereka beralasan karena jarak dan aktivitas lain yang menghalangi mereka untuk menghadiri sosialisasi. Akhirnya pihak vendor mewakilkan menghadiri sosialisasi kepada biro jasa, tetapi pihak biro jasa tidak menyampaikan secara penuh kepada pihak vendor atau bahkan informasi yang didapat tidak sampai sama sekali. Disisi lain pihak pemerintah juga tidak secara inten dan menyeluruh memberikan sosialisasi kepada pengusaha atau vendor peraturan-peraturan/regulasi yang mengatur penyelenggaraan reklame dengan alasan keterbatasan anggaran.

Pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan peruntukannya menjadi sebuah gambaran bahwa penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya sampai saat ini belum terlaksana dengan baik dan perlu diperbaiki supaya menjadi lebih baik sesuai dengan harapan semua pihak.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan melalui wawancara mendalam melalui nara sumber atau informan (Moleong, 2007) yang memiliki pengetahuan terkait dengan Implementasi Kebijakan tentang Penyelenggaraan di Kota Tasikmalaya berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 57 Tahun 2017 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 2 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Hasil dan Pembahasan

Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya memiliki tugas dalam menjamin terselenggaranya penyelenggaraan reklame dalam mengawasi dan mengendalikan yang baik dan mewujudkan keharmonisan setiap

penyelenggaraan Reklame dengan tata nilai kehidupan masyarakat Kota Tasikmalaya yang religius sesuai dengan tujuan diterbitkannya peraturan mengenai penyelenggaraan reklame.

Berdasarkan peraturan tentang penyelenggaraan, disebutkan bahwa pola titik penyebaran Peletakan Reklame harus memperhatikan aspek religius dan berbudaya, manfaat, keamanan, keselamatan, ketertiban, kepastian hukum, kebersihan, keindahan dan keserasian lingkungan. Diuraikan menjadi titik-titik koordinat Reklame sebagaimana tercantum dalam lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Penanganan reklame di Kota Tasikmalaya masih belum berjalan dengan baik, hal tersebut menunjukkan bahwa implementasi Peraturan Walikota Nomor 57 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya belum berjalan dengan baik. Komunikasi yang telah dilaksanakan oleh Dinas Pekerjaan Umum dan Pentaan Ruang melalui Bidang Tata Ruang, Dinas Pendapatan Daerah, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Dinas Polisi Pamong Praja dan Pemadam Kebakaran telah cukup baik dilaksanakan kepada pelaksana kebijakan maupun *vendoor* dan *owner*, serta pihak-pihak terkait lainnya seperti pemilik jasa periklanan, pemilik reklame produk dan kegiatan perekonomian lainnya di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 57 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya, telah dituangkan pihak-pihak terkait yang bertanggungjawab dalam penyelenggaraan reklame, mulai Dinas terkait dalam hal ini Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang, tim teknis lapangan, pengawasan dan pengendalian reklame yaitu pemilik jasa periklanan, pemilik reklame produk.

Terkait dengan *Idealized policy* atau kebijakan yang diidealkan, yaitu suatu pola

interaksi yang digagas oleh perumus kebijakan dengan tujuan untuk mendorong, mempengaruhi dan merangsang target group untuk melaksanakannya terkait dengan penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya menunjukkan belum adanya dukungan penuh dari pihak Walikota Kota Tasikmalaya yang mengesahkan peraturan mengenai penyelenggaraan reklame dengan memberikan anggaran yang cukup kepada Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang seperti untuk penambahan Personil petugas lapangan, alat transportasi pengangkut reklame dan fasilitas lainnya untuk penyelenggaraan reklame yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi lapangan menunjukkan, satu unit mobil dan satu pengawas teknis lapangan reklame merupakan anggaran dari pendapatan daerah Kota Tasikmalaya tahun 2017. Kurangnya dukungan dari para pembangun kebijakan, tentunya tujuan dari terbitnya peraturan mengenai penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya tidak akan berjalan dengan baik, perlu adanya dukungan anggaran yang memadai untuk memenuhi berbagai kekurangan sarana dan prasarana mulai dari alat transportasi dan peralatan untuk menunjang pengendalian penertiban reklame di Kota Tasikmalaya.

Kurangnya petugas dan Sarana dan prasarana dalam penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya menjadi reklame selalu menjadi permasalahan setiap tahunnya. Di satu sisi Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang sebagai penanggungjawab pelaksana kebijakan dalam penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya, dengan sarana dan prasarana yang kurang, perlu melakukan dorongan sekaligus mempengaruhi kepada seluruh pemilik jasa periklanan, pemilik reklame produk maupun industri-industri yang dalam kegiatannya menghasilkan produk untuk di promosikan supaya lebih aktif menyelenggarakan reklame yang sesuai

peraturan yang ada.

Sementara yang menjadi permasalahan dalam Peraturan Daerah Nomor 57 Tahun 2017 saat ini yaitu masih rendahnya tanggungjawab secara individu pemilik jasa periklanan dan pemilik reklame produk, dilihat dari masih banyak reklame di tempat-tempat umum yang mengganggu. Hal tersebut dikarenakan kesadaran penyelenggara reklame tidak memanfaatkan tempat yang disediakan oleh Pemerintah Daerah Kota Tasikmalaya melalui Dinas Pekerjaan Umum terkait dengan titik panggung reklame yang diakibatkan kurangnya anggaran untuk meningkatkan maupun menambah sarana dan prasarana untuk penyelenggaraan reklame.

Sementara masalah penertiban reklame yang melanggar dinagkut ke tempat sementara di gudang penyimpanan, sementara ini tempat tersebut telah penuh dan tidak bisa menampung dari bongkaran reklame. Minimnya tempat penampungan hasil bongkaran reklame menjadi hal yang sudah klasik diakrenakan pemerintah dalam hal ini terutama pemangku kebijakan tidak merasa dengan bijak menyokong anggaran untuk menyediakan tempat menampung bongkaran reklame untuk lancarnya dan tertibnya penyelenggaraan reklame di kota Tasikmalaya.

Aspek lain masih kurang efektifnya implementasi kebijakan penyelenggara reklame di Kota Tasikmalaya, yaitu kurangnya sosialisasi tentang Peraturan Walikota Kota Tasikmalaya Nomor 57 Tahun 2017. Sebagaimana dari hasil observasi lapangan masih banyaknya reklame yang telah habis masa ijinnya tidak segera membongkar, reklame yang tidak berijin dan mengganggu sarana umum.

Sosialisasi sebagaimana tertuang dalam poin e. pembongkaran diatur sebagai berikut :

- a. Pembongkaran dilaksanakan apabila penyelenggaraan Reklame telah berakhir, Penyelenggara Reklame dikenakan sanksi administratif/

perintah pembongkaran atau Penyelenggara Reklame dikenakan sanksi administratif berupa pembongkaran sebagai akibat dari pencabutan tetap Izin;

- b. Pembongkaran dapat dilaksanakan oleh Penyelenggara Reklame, Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan di bidang Reklame dan/atau Satuan Polisi Pamong Praja; dan
- c. Dalam melaksanakan pembongkaran sebagaimana dimaksud pada huruf b, dapat menggunakan jasa pihak lain.

Berdasarkan penjelasan di atas, hasil observasi di lapangan menunjukkan belum terlaksana dengan baik, sehingga Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Tasikmalaya melalui Bidang Tata Ruang perlu lebih meningkatkan sosialisasi tentang penyelenggaraan reklame kepada dalam melaksanakan pembongkaran sebagaimana dimaksud pada huruf b, dapat menggunakan jasa pihak lain. sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Walikota Kota Tasikmalaya Nomor 57 Tahun 2017 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya.

Sosialisasi yang perlu ditingkatkan yaitu mengenai pembinaan, pengawasan dan pengendalian reklame, sebagaimana yang tertuang dalam Bab XIII yaitu Pembinaan, pengawasan dan pengendalian terhadap Penyelenggaraan Reklame dilaksanakan dalam rangka mewujudkan kepatuhan Penyelenggara Reklame terhadap seluruh kewajiban, larangan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pembinaan, pengawasan dan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan secara teknis oleh Perangkat Daerah sesuai dengan tugas dan fungsinya, Pembinaan, pengawasan dan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling kurang sekali dalam 6 (enam) bulan yang materinya meliputi aspek perizinan, tata letak, isi tayangan dan

konstruksi, Untuk mewujudkan keselarasan antara Izin dengan kewajiban Penyelenggara Reklame di bidang perpajakan, maka Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan di bidang Reklame dan Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan di bidang Pajak Daerah melaksanakan pembinaan dan pengawasan secara terpadu.

Disisi lain, pelaksana kebijakan dalam hal ini Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang beserta penegak hukum belum dapat memberikan sanksi tegas terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh penyedia jasa periklanan maupun pemilik reklame dan industri perorangan yang memasang reklame bukan pada tempatnya sebagaimana diatur dalam Peraturan Walikota 57 Tahun 2017, dan Bab XIV tentang tata cara pengenaan sanksi Administratif. Seharusnya Pemerintah Kota Tasikmalaya untuk mengoptimalkan implementasi dari peraturan tentang penyelenggaraan reklame agar efektif, harus dapat melaksanakan dan memberikan sanksi sebagai efek jera, baik kepada pemilik jasa periklanan, pemilik reklame produk maupun industri yang melakukan pelanggaran mengenai penyelenggaraan reklame.

Sementara secara aspek budaya, masyarakat Kota Tasikmalaya belum memberikan tingkat kesadaran tinggi terhadap pentingnya penyelenggaraan reklame dengan baik, ditambah belum adanya dukungan dari aspek sosial, ekonomi dan politik, yang menjadikan penanganan reklame di Kota Tasikmalaya belum tuntas sebagaimana yang diharapkan dari peraturan tersebut. Meningkatnya perekonomian dan berkembangnya Kota Tasikmalaya menjadi pusat bisnis, tentunya berdampak terhadap peningkatan jumlah pemasang reklame, sehingga apabila tidak adanya kesadaran semua pihak, permasalahan reklame akan menjadi issue setiap tahunnya dikarenakan tidak tertangani dengan baik.

Penataan ruang kota juga menjadi permasalahan baru, tempat umum seperti

taman-taman kota dan taman-taman jalan, dijadikan tempat bersandarnya tiang-tiang reklame, penggunaan jalan trotoar untuk kegiatan iklan oleh penyedia jasa periklanan, hal tersebut dikarenakan tingkat kesadaran penyelenggara reklame yang rendah. Spanduk-spanduk yang melintang jalan yang tidak tersisir oleh tim penertiban reklame dikarenakan keterbatasan kendaran pengangkut, menjadikan tugas yang harus diselesaikan oleh Pemerintah Kota Tasikmalaya terkait dengan penertiban reklame. Keberhasilan implementasi kebijakan harus adanya dukungan semua pihak, baik dari para pemangku kebijakan, pelaksana kebijakan dan penerima kebijakan itu sendiri, maka tujuan yang diharapkan dari peraturan tersebut dapat tercapai secara optimal.

Meningkatnya perekonomian masyarakat Kota Tasikmalaya, menjadikan masalah makin bertambahnya pelanggaran reklame. Sementara pengawasan dan pengendalian reklame oleh Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Tasikmalaya belum dapat dilaksanakan secara baik menjadi nilai tinggi dalam pelayanan publik, sebagaimana dari hasil observasi di lapangan pada tempat-tempat umum seperti median jalan H Zenal Mustofa masih ditemukan media reklame produk rokok, reklame tersebut hanya dibiarkan begitu saja tanpa ada tindakan lebih lanjut. Belum lagi dengan Bando yang melintang jalan padahal dalam peraturannya Bando sudah tidak boleh dipasang melintang jalan, itu juga belum ada aksi yang nyata terhadap penertiban reklame karena di sisi lain pihak dinas terkait tidak berani dengan tergas membongkar..

Berdasarkan berbagai penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebesar apapun masalah reklame di Kota Tasikmalaya akan bisa terselesaikan, asalkan semua pihak terkait bisa bekerjasama dalam mengatasinya meskipun dengan fasilitas seadanya. Berbagai upaya yang telah dilaksanakan Pemerintah

Kota Tasikmalaya melalui Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang dan dinas terkait lainnya untuk menuntaskan permasalahan reklame ini tidak akan selesai tanpa adanya kesadaran dan kemauan semua pihak agar Kota Tasikmalaya terbebas dari masalah penggalan reklame.

Kesimpulan

Penyelenggaraan reklame di Kota Tasikmalaya telah diatur melalui Peraturan Wali Kota Tasikmalaya Nomor 57 Tahun 2017 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya, namun demikian dalam implementasinya masih belum terlaksana dengan baik, hal tersebut masih terbatasnya sumberdaya manusia petugas pelayanan, sarana dan prasarana penyelenggaraan reklame dan masih kurangnya kesadaran penyedia jasa periklanan, pemilik reklame rodok yang dihasilkan dari adanya berbagai kegiatan kehidupan.

Selain petugas pelayanan reklame, dinas-dinas atau unit-unit birokrasi pemerintah yang bertanggungjawab dalam pelaksana kebijakan kurang luas dalam penyampaian peraturan penyelenggaraan reklame, aspek budaya, aspek sosial masyarakat Kota Tasikmalaya juga mempengaruhi terhadap keberhasilan tujuan dari adanya Peraturan Walikota Tasikmalaya Nomor 57 Tahun 2017, dimana dari hasil penelitian menunjukkan aspek sosial masyarakat sebagian masih belum meningkatkan kemandirian, kesadaran dan kepedulian terhadap reklame, sehingga masih kurang memberikan kepeduliannya terhadap penyelenggaraan reklame dengan baik.

Meningkatnya ekonomi masyarakat dengan berkembangnya Kota Tasikmalaya menjadi pusat bisnis, menjadi jumlah sebaran reklame semakin banyak, sehingga pelayanan dibidang reklame menjadi meningkat. Perlu adanya perhatian Pemerintah Daerah Kota

Tasikmalaya melalui Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang untuk meningkatkan sarana dan prasarana serta menambah petugas pelayanan reklame agar penanganan reklame di Kota Tasikmalaya dapat teratasi dengan baik sesuai dengan tujuan yang dikehendaki oleh Peraturan Walikota Tasikmalaya Nomor 57 Tahun 2017 tentang Pertauran Pelaksanaan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Tasikmalaya.

model-model implementasi kebijakan publik). Jakarta: Bumi Aksara.

Winarno, B. (2012). *Kebijakan Publik (Teori, Proses dan Studi Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.

BIBLIOGAFI

Ellyza, N. R. (2014). Implementasi Kebijakan Perizinan Penyelenggaraan Reklame di Kota Yogyakarta. *Tesis*, 6-7.

Fuad, A., & Sapto Nugroho, K. (2014). *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nuraini, F. (2012). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame. *Tesis*, 4-5.

Prastowo, A. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Prespektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Purwanto, E. A., & Ratih Sulistyastuti, D. (2015). *Implementasi Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.

Rusli, B. (2013). *Kebijakan Publik Membangun Pelayanan Publik Yang Responsif*. Bandung: Unpad.

Saputra, T. D. (2015). Implementasi Kebijakan Pajak Reklame di Kota Lubuk Lingau. *Tesis*, 5.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Alfabeta.

Wahab, S. A. (2012). *Analisis Kebijakan Publik (dari formulasi ke penyusunan*