

PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME DI KOTA PEKANBARU

Raja Satirah Irwan , Abdul Sadad

Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Riau

raja.satirah6020@student.unri.ac.id¹, abdul.sadad@lecturer.unri.ac.id²

Abstrak

Kota Pekanbaru merupakan kota yang terkategori sebagai kota metropolitan, sebagaimana Pekanbaru sudah erat dengan penyebaran reklame. Reklame adalah benda, alat, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial. Reklame menjadi salah satu target bagi para pengusaha di Pekanbaru. Akan tetapi, dengan maraknya reklame yang ada di Kota Metropolitan seperti Pekanbaru, masih banyak yang menyalahi peraturan seperti mengenai perizinannya. Pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame di atur dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame pada bagian Bab VI Pasal 21 dijelaskan bahwa setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan reklame di Wilayah Kota Pekanbaru wajib memiliki izin Mendirikan Bangunan Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru dan kendala-kendalanya. Teori yang digunakan ialah teori *Actuating* menurut George R.Terry dalam Siregar (Pengantar Manajemen & Bisnis,2021) yaitu ada 4 indikator : Koordinasi (*Coordinating*), Motivasi (*Motivating*), Komunikasi (*Communicating*), Arahan (*Commanding*). Hasil penelitian menemukan bahwa pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru belum terlaksana sesuai dengan Peraturan Walikota Nomor 24 Tahun 2013 yang telah diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 tentang penyelenggaraan reklame. Kendala yang dihadapi ketika melakukan pelaksanaan penyelenggaraan ini adalah sosialisasi tidak sampai kepada kelompok sasaran mengenai perubahan penyelenggaraan reklame dan belum adanya peraturan mengenai sanksi pidana terhadap pelanggaran penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru.

Kata Kunci: Pelaksanaan, Penyelenggaraan Reklame, Penertiban

Abstract

Pekanbaru is a city categorized as a metropolitan city, as Pekanbaru is closely related to the spread of billboards. A billboard is an object, device, or media that, according to its form and style, is designed for commercial purposes. Billboards are one of the targets for entrepreneurs in Pekanbaru. However, with the proliferation of billboards in Metropolitan Cities such as Pekanbaru, there are still many that violate regulations such as regarding licensing. The implementation of billboard permits is regulated in the Pekanbaru Mayor Regulation Number 24 of 2013 concerning the Implementation of Billboards in Chapter VI Article 21 which explains that every individual or entity that will organize billboards in the Pekanbaru City Region is required to have a Billboard Building Permit and a Billboard Implementation Permit. This research aims to analyze the implementation of billboard permits in Pekanbaru City and its constraints. The theory used is the Actuating theory according to George R. Terry in Siregar (Introduction to Management & Business, 2021), namely there are 4 indicators: Coordinating, Motivating, Communicating, Commanding. The results of the study found that the implementation of billboards in Pekanbaru City has not been carried out in accordance with Mayor Regulation Number 24 of 2013 which has been amended to Pekanbaru Mayor Regulation Number 15 of 2023 concerning billboards. The obstacles faced when carrying out the implementation of this implementation are the socialization that does not reach the target group regarding changes in the implementation of billboards and the absence of regulations regarding criminal sanctions for violations of billboard implementation in Pekanbaru City.

Keywords: Implementation, Implementation of Billboards, Curbing

Pendahuluan

Kota Pekanbaru merupakan kota yang terkategori sebagai kota metropolitan, sebagaimana Pekanbaru sudah erat dengan penyebaran reklame. Reklame adalah benda, alat, atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial dengan maksud memperkenalkan, menganjurkan mempromosikan, atau menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, orang atau badan. Umumnya reklame dipasang di daerah yang banyak dilalui orang atau di tempat yang strategis agar bisa dilihat oleh banyak orang. Untuk menciptakan reklame yang baik, diperlukan perizinan, kebijakan, serta perencanaan reklame yang relevan. Dalam berbagai hal seperti mempromosikan bisnis atau usaha hingga politik, peran reklame sangatlah penting. Posisi papan reklame tak hanya berfungsi sebagai alat penyebar informasi dan promosi bagi pengguna barang dan jasa dari individu atau bisnis saja. Tetapi juga, keberadaannya memiliki potensi untuk mendukung upaya pemerintah dalam mengumumkan beragam program daerah, termasuk program pembangunan dan program pariwisata yang bermanfaat bagi masyarakat.

Pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame di atur dalam Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame pada bagian Bab VI Pasal 21 “Setiap orang pribadi atau badan yang akan menyelenggarakan reklame di Wilayah Kota Pekanbaru wajib memiliki izin Mendirikan Bangunan Reklame dan Izin Penyelenggaraan Reklame.” Penyelenggara reklame merupakan individu atau badan yang

bertanggung jawab atas pelaksanaan reklame, baik dalam kapasitasnya sendiri atau atas nama pihak lain. Penyelenggaraan reklame mencakup semua langkah yang terlibat dalam pembuatan dan penempatan reklame serta media reklame di lokasi yang ditentukan oleh penyelenggara reklame. Untuk penyelenggaraan reklame sendiri merujuk pada proses pengaturan, pengelolaan, dan pelaksanaan kegiatan pemasaran atau promosi yang menggunakan media iklan atau reklame.

Penyelenggaraan reklame di atur dalam peraturan Nomor 24 tahun 2013 dan telah diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 tahun 2023. Perubahan ini dilakukan karena ada kekurangan dalam pelaksanaan dan pengelolannya yang kurang sesuai dengan perkembangan dan pembangunan di Kota Pekanbaru, sehingga perlu diperbarui dan disempurnakan. Adapun pasal-pasal yang diubah yaitu pasal 1, pasal 21, pasal 22, pasal 25, pasal 29. Tujuan utama dikeluarkannya peraturan Daerah adalah untuk mengendalikan estetika kota, meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat, melindungi kepentingan umum dan ketertiban umum, serta meningkatkan pendapatan daerah. Pihak Penyelenggara reklame wajib terlebih dahulu harus mengurus permohonan izin bangunan reklame kepada DPMPTSP sebelum ketahap penyelenggaraan reklame dan pihak penyelenggara reklame harus mendaftarkan reklame mereka ke BAPENDA Kota Pekanbaru apabila reklame tersebut membutuhkan izin untuk tayang. izin tersebut berguna agar reklame yang ditayangkan oleh pihak penyelenggara reklame dan mendapat legalitas dalam mempromosikan barang dan jasa bagi penyelenggara reklame. Berikut penulis lampirkan mengenai jumlah penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru, terdapat data reklame yang memiliki izin dan reklame yang tidak memiliki izin. Berikut daftar data reklame berizin dan tidak berizin di Kota Pekanbaru tahun 2021-Desember 2023 :

Tabel 1.1 Jumlah Reklame Berizin dan Tidak Berizin Tahun 2020–2023

| Tahun | Jumlah reklame Berizin | Jumlah Reklame Tidak Berizin |
|-------|------------------------|------------------------------|
| 2021 | 388 Reklame | 300 Reklame |
| 2022 | 495 Reklame | 440 Reklame |
| 2023 | 340 Reklame | 320 Reklame |

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2023

Dari tabel 1.1 di atas dapat diketahui sejumlah reklame yang sudah memiliki legalitas izin penyelenggaraan dengan jumlah total reklame yang belum memiliki izin di wilayah Kota Pekanbaru masih belum sinkron, dari tahun 2021 ke tahun 2023 jumlah perizinan reklame terus mengalami kenaikan dan penurunan. Berdasarkan jumlah reklame yang sudah berizin tersebut masih ditemukannya sejumlah reklame yang masih melanggar Peraturan Wali Kota Pekanbaru Nomor 24 tahun 2013 terkait perizinan, pelanggaran tempat, ukuran, dan waktu penayangan yang tidak sesuai ketentuan.

Tabel 1.2 Data Reklame Berizin IMB Tahun 2019-2025

| Tgl.SK Izin Reklame | Masa Berlaku Habis | Jumlah Reklame Berizin |
|---------------------|--------------------|------------------------|
| 30 Desember 2019 | 30 Desember 2023 | 124 Reklame |
| 17 Desember 2020 | 17 Desember 2024 | 230 Reklame |
| 11 Oktober 2021 | 11 Oktober 2025 | 305 Reklame |

Sumber : (DPMPTSP) Kota Pekanbaru, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan ada 659 daftar penyelenggara reklame yang sudah memegang Izin Mendirikan Bangunan (IMB) yang telah dikeluarkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Pekanbaru. Tetapi di luar data tersebut masih banyaknya reklame yang bertebaran di wilayah Kota Pekanbaru yang belum sesuai dengan Peraturan penyelenggaraan reklame. Berikut adalah data target dan realisasi penerimaan pajak reklame yang diperoleh dari Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru tahun 2021-2023 :

Tabel 1.3 Perbandingan Target dan Realisasi Penerimaan Pajak Reklame Tahun 2021-2023

| Pajak Reklame pertahun | Target | Realisasi Penerimaan | Persen |
|------------------------|----------------|----------------------|---------|
| 2021 | 27.103.188.591 | 28.003.117.528 | 103.32% |
| 2022 | 28.500.000.000 | 31.297.328.419 | 109.82% |
| 2023 | 30.125.157.619 | 33.200.000.000 | 110.75% |

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2024

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa penerimaan pajak reklame di Kota Pekanbaru sudah sangat meningkat. Namun tidak semua penyelenggara reklame yang membayar pajak karena kurangnya kesadaran wajib pajak. Berdasarkan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru pasal 6 tentang ukuran bangunan reklame ditegaskan bahwa bangunan reklame pada persil bangunan tidak boleh menutupi fasade bangunan dan melebihi pagar pembatas bidang bangunan. Ukuran maksimal yang diperbolehkan adalah 25% dari total luas fasade. Pemerintah Kota Pekanbaru juga menegaskan ketentuan penerangan bangunan reklame dan ketentuan huruf dan warna reklame pada pasal 7 pasal 8 yaitu intensitas cahaya dan pantulan cahaya tidak boleh menyilaukan pengunajalan. Bentuk huruf atau simbol serta kombinasi warna yang digunakan dalam iklan tidak boleh sama atau menyerupai warna pada rambu lalu lintas.

Izin penyelenggaraan reklame dibedakan menjadi izin penyelenggaraan reklame permanen dan izin penyelenggaraan insidentil. Penyelenggara reklame tidak seluruhnya yang berkewajiban mengurus Izin Mendirikan Bangunan (IMB) kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Pekanbaru, khusus penyelenggaraan reklame dengan jenis insidentil dan berukuran 4 x 2 meter ke atas yang berkewajiban mengurus Izin Mendirikan Bangunan (IMB). Untuk penyelenggaraan

reklame yang berukuran dibawah 4 x 1 meter cukup mengurus izin tayang pada Bapenda Kota Pekanbaru dan membayarkan pajak terhutang sesuai nominal yang telah ditentukan Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru. Dengan adanya peraturan tersebut, sudah semestinya menjadi solusi atas beragam permasalahan yang ada. Namun pada kenyataannya banyak dijumpai oknum-oknum yang mendirikan reklame tidak sesuai dengan peraturan, baik dari segi izin penyelenggaraan IMB, segi pajak, hingga keamanan serta ketertiban umum.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa fenomena yang membuat Pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame kurang berjalan baik dan terarah. Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan dapat disimpulkan sebagai berikut: 1). Banyak jumlah reklame yang sudah berizin tetapi masih ada juga ditemukannya reklame yang tidak berizin, 2).Masih ditemukannya reklame yang menyalahi Peraturan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diambil rumusan masalah berupa : 1). Bagaimana Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru?, 2). Apa saja faktor-faktor penghambat dalam Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru?

Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif karena memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, agar dapat di tarik kesimpulan. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk mengungkapkan dan menggambarkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyajikan apa yang sebenarnya terjadi tanpa menambah dan mengurangi agar dapat di percaya. Sedangkan teori yang digunakan adalah Teori *Actuating* menurut George R. Terry dalam Siregar (Pengantar Manajemen dan Bisnis, 2021) : 1). *Coordinating* (Koordinasi), 2). *Motivating* (Motivasi), 3). *Communicating* (Komunikasi), 4). *Commanding* (Arahan).

Hasil dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru

1.1 *Coordinating* (Koordinasi)

Proses koordinasi ini meliputi tahapan seperti pengajuan izin, evaluasi lokasi reklame, penilaian dampak lingkungan, dan penerapan standar keselamatan. Dengan adanya koordinasi yang baik, diharapkan dapat tercipta penyelenggaraan reklame yang teratur, terpantau sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat serta menjaga keamanan dan keindahan kota. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Koordinasi dalam pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru dengan upaya yang telah dilakukan dari tim reklame terutama BAPENDA dan DPMPTSP sudah baik, namun masih belum optimal dalam mengkoordinasikan tentang pelaksanaan ini sehingga masih ditemukannya pelanggaran reklame seperti mengenai izinnya dan penempatannya yang masih menyalahi aturan. Upaya yang sebaiknya dilakukan agar koordinasi lebih optimal dengan meningkatkan pengawasan dan memperkuat komunikasi antarinstansi, dan meningkatkan kesadaran penyelenggara reklame sebagai kelompok sasaran tentang peraturan dan prosedur terkait dengan izin reklame melalui kampanye edukasi atau sosialisasi.

1.2 *Motivating* (Motivasi)

Motivasi dalam penelitian ini menjelaskan mengenai pemberian dorongan untuk menciptakan pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame yang lebih optimal, motivasi dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame dengan cara pemberian motivasi kepada para karyawan di bidang perizinan untuk memberikan layanan kepada pihak terkait dalam proses perizinan reklame, motivasi juga dapat membantu memperkuat kesadaran hukum di antara karyawan perizinan dan kelompok sasaran sehingga mereka lebih cenderung untuk mematuhi peraturan yang ada dan mencegah pelanggaran yang tidak disengaja. Berdasarkan wawancara dan analisa dari

peneliti bahwa, ditinjau dari indikator motivasi dalam pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame dapat disimpulkan dorongan untuk memberi semangat agar para karyawan terutama bagian pelayanan perizinan reklame semakin meningkatkan kinerja memberikan pelayanan pelaksanaan izin reklame namun disisi lain kepatuhan izin penyelenggara reklame di Kota Pekanbaru masih kurang dalam pelaksanaannya dikarenakan kurangnya sosialisasi yang diadakan tentang penyelenggaraan reklame ini sehingga membuat pihak penyelenggara bingung. Sehingga masih banyak ditemui penyelenggara reklame yang memasang reklame pada tempat yang tidak diizinkan dan lupa akan kewajibannya untuk mengurus perizinan reklame.

1.3 *Communicating* (Komunikasi)

Hal ini merujuk kepada pertukaran informasi dan pemahaman antara pihak instansi terkait dalam proses pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame. Setelah proses wawancara dan hasil observasi peneliti, maka dapat disimpulkan dalam hal ini komunikasi antara pihak pemerintah dengan penyelenggara reklame sudah cukup baik dengan terjalannya komunikasi yang jelas serta membantu memberikan informasi dan menunjukkan bahwa komunikasi menjadi kunci dalam pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru. Pihak pemerintah juga sudah berupaya dan mempermudah pemberian informasi atas perubahan dari regulasi kepada kelompok sasaran di Kota Pekanbaru. Namun pelaksanaan izin ini akan berjalan dengan lebih optimal lagi jika informasi yang diterima kelompok sasaran lebih dipahami oleh mereka, kelompok sasaran merasa bahwa masih kurangnya informasi yang mereka terima dan jika informasi dan komunikasi dapat lebih baik apabila pihak pemerintah mengundang para penyelenggara reklame untuk datang mengadakan sosialisasi bersama untuk membahas perubahan regulasi yang dilakukan supaya mengurangi pelanggaran dan meningkatkan pelaksanaan penyelenggaraan reklame itu sendiri.

1.4 *Commanding* (Arahan)

Arahan atau bentuk pemberian perintah dalam pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame merujuk kepada BAPENDA Kota Pekanbaru dan DPMPTSP Kota Pekanbaru sebagai tim utama dan paling berpengaruh dalam pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame mampu mengatur, menjalankan kebijakan, dan memastikan bahwa keputusan yang diambil dijalankan dengan efektif. Berdasarkan hasil wawancara, dapat diketahui bahwa masih kurangnya pemberian perintah atau arahan dari atas untuk memberikan sanksi keras kepada pelanggar reklame terutama yang tidak berizin, penempatannya sembarangan, dan tidak membayar pajak sehingga tidak memberikan efek jera kepada penyelenggara yang melanggar peraturan.

2. Faktor - faktor penghambat Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru

2.1 Sosialisasi tidak sampai kepada kelompok sasaran mengenai perubahan penyelenggaraan reklame.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi peneliti maka dapat disimpulkan dalam hal ini sosialisasi belum terlaksana dengan baik seperti mengenai penjelasan mengenai perubahan dari isi peraturan reklame sehingga membuat miskomunikasi antara pihak penyelenggara reklame dengan pemerintah dan menyebabkan masih ditemukannya pelanggaran penyelenggaraan reklame dan menyebabkan belum optimalnya pelaksanaan penyelenggaraan reklame.

2.2 Belum Adanya peraturan khusus mengenai Sanksi Pidana terhadap pelanggaran Penyelenggaraan Reklame.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama informan terkait, dapat disimpulkan bahwa belum adanya Peraturan khusus mengenai sanksi pidana terhadap pelanggaran dalam penyelenggaraan reklame hal ini menjadi salah satu penyebab terjadinya pelanggaran reklame terus terjadi, tanpa adanya sanksi pidana yang jelas, penegakan hukum terhadap pelanggaran reklame menjadi lemah dan kurang efektif. Pelanggar mungkin merasa tidak ada konsekuensi serius sehingga mendorong tindakan yang tidak sesuai aturan. Adanya peraturan khusus mengenai sanksi pidana sangat penting untuk memberikan kepastian hukum bagi semua pihak yang terlibat dalam industri reklame. Ini juga berfungsi sebagai pencegah bagi calon pelanggar. Untuk itu sangat diperlukannya peraturan bagi pelanggaran yang dilakukan agar terciptanya pelaksanaan penyelenggaraan reklame yang lebih baik.

Penutup

Dalam Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru ada melalui proses pelaksanaan izin penyelenggaraan reklame dengan melibatkan beberapa pihak-pihak yang terlibat. Adapun yang terlibat yaitu Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pekanbaru, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru dan Penyelenggara Reklame yang sesuai dengan Teori *Actuating*. Maka dalam bab ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru disimpulkan belum terlaksana dengan Optimal sesuai dengan Peraturan Walikota Pekanbaru nomor 24 Tahun 2013 yang telah diubah menjadi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Reklame Kota Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa Komunikasi dan Koordinasi

antar sesama pihak tim reklame dan kepada kelompok sasaran belum sesuai seperti dalam koordinasi seperti dalam melakukan mekanisme pengurusan izin bangunan reklame masih lama dilakukan dan sering terjadi miskomunikasi mengakibatkan masih ditemukannya reklame yang menyalahi peraturan seperti keberadaannya yang belum berizin, dibangun diatas tempat yang tidak sesuai ketentuan seperti trotoar, dibahu jalan dan jembatan penyeberangan orang.

2. Koordinasi, mengenai koordinasi dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame masih terdapat kurangnya seperti masih terdapat beberapa kekurangan dalam pelaksanaan di lapangan. Beberapa reklame masih terpasang di lokasi yang tidak sesuai dengan aturan yang berlaku, dan terdapat ketidaksesuaian dalam perizinan serta penegakan sanksi bagi pelanggar yang mengganggu pelaksanaan penyelenggaraan reklame, dalam hal ini perlu ditingkatkan lagi dalam hal melakukan koordinasi antar sesama pihak pemerintah dengan penyelenggara reklame. Tetapi secara keseluruhan koordinasi antara tim reklame sudah lumayan baik tetapi perlu ditingkatkan dan dievaluasikan agar hasilnya maksimal.
3. Motivasi, dalam penyelenggaraan reklame di kota Pekanbaru motivasi telah berjalan dengan baik. Upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan kinerja karyawan dan mendorong keaktifan penyelenggara reklame sudah menunjukkan hasil positif dalam menciptakan keteraturan dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame. Namun, masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu segera diperbaiki. Beberapa reklame masih belum sepenuhnya memenuhi ketentuan yang berlaku, dan penegakan sanksi terhadap pelanggaran perlu ditingkatkan.
4. Komunikasi, indikator komunikasi dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame Kota Pekanbaru sudah dilakukan semaksimal mungkin dengan baik dengan pemberian informasi mengenai penyelenggaraan reklame. Namun, masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam komunikasi. Beberapa informasi penting terkait peraturan dan penegakan sanksi masih perlu disosialisasikan lebih efektif kepada para pemangku kepentingan sehingga pelaksanaan penyelenggaraan reklame di kota Pekanbaru dapat berjalan lebih optimal. Komunikasi yang baik dapat memastikan bahwa informasi terkait peraturan dan prosedur terbaru tersampaikan dengan jelas kepada semua pihak terkait.
5. Arahan, Arahan dalam pelaksanaan penyelenggaraan reklame di kota Pekanbaru sangat penting untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil sesuai dengan standar serta tujuan yang telah ditetapkan dan sudah cukup baik dilakukan namun masih perlu adanya peningkatan dalam pemberian arahan ini karena dalam arahan untuk pengawasan dan penertiban reklame masih terbilang kurang dilakukan sehingga mengakibatkan masih banyaknya pelanggaran reklame di Kota Pekanbaru.

Pelaksanaan penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru dari empat

indikator yaitu berdasarkan hasil tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa koordinasi dan komunikasi dalam penyelenggaraan reklame sudah cukup baik dilakukan walaupun masih ada beberapa kekurangan di dalamnya. Hal ini dilihat dari beberapa aspek yang penulis jadikan sebagai indikasi dalam penelitian diantaranya motivasi dan arahan.

Referensi

Afifuddin, (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama.

Bandung : Pustaka Setia.

Ahmad Rijali. (2018). Analisis data kualitatif. UIN Antasari Banjarmasin

Hardani, dkk (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup

Hariandja, Marihot Tua Efendi, (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Grasindo, Jakarta.

Siregar, Edison. (2021). *Pengantar Manajemen & Bisnis*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung

Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. M.

Manullang (2018:2). *Dasar-dasar Manajemen*, edisi revisi, setakan tujuh. Jakarta: Ghalia Indonesia

Apriani, M., & Sadad, A. (2022). *KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI KOTA PEKANBARU*. Journal of Research and Development on Public Policy, 1(3), 45-54.

Djabier, Y. S. (2019). *Implementasi Kebijakan Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Palu*. Katalogis, 3(11).

Hermawan, Y. (2020). *Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame Di Kota Tasikmalaya*. Jurnal Syntax Transformation, 1(7), 404- 411.

Michael, T. (2019). Kajian Kritis Terhadap Rancangan Peraturan Walikota Surabaya Tentang Tata Cara Penerbitan Izin Penyelenggaraan Parkir Di Luar Ruang Milik Jalan. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 111-115

Mansyar, Fenti., Sadad, Abdul. (2014). "Kualitas Pelayanan Publik". Jurnal administrasipembangunan, Vol.2 No.2 Maret

Nadin, A., & Sadad, A. (2024). Good Governance dalam Penertiban Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 2(1), 183-199.

TANJUNG, M. A. (2022). *IZIN PENYELENGGARAAN PEMASANGAN REKLAME BERDASARKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2018 TENTANG*

PAJAK REKLAME (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Pandiangan, Anggi Risky dan Prof. DR. H. Sujianto, M. Si. *Pelaksanaan Pengawasan Penempatan Papan Reklame Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Kebijakan. 1-4.

Siregar, Wildasari dan Dia Meirina Suri (2018). *Analisis Kebijakan Penataan Pemasangan Reklame Luar Ruangan Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Kebijakan Publik. 4(1):178-179.

Wiraditama, Muhammad Pandu (2018). *Implementasi Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame*. Jurnal Kebijakan Publik. 5(2):2-3.

Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru.

Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 15 Tahun 2023 Tentang Perubahan Tentang Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru.