

Implementasi Kebijakan Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Putri Oktaviani¹, Rahmawati²

^{1,2}Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

¹poktaviani12@gmail.com, ²rahmawati@untirta.ac.id

Corresponding author: poktaviani12@gmail.com

Submitted: 22/07/2025; Revised: 14/08/2025; Published: 19/08/2025

DOI: <https://doi.org/10.61332/ijpa.v8i2.368>

Abstract

This study focuses on the enforcement of billboards in Serang City as outlined in the Regional Regulation of Serang City Number 3 of 2021 concerning Billboard Management. The implementation still faces various issues in the field, such as an ineffective system for recording violations of billboards, a lack of coordination among the relevant agencies, low legal awareness among billboard operators, and suboptimal enforcement of sanctions. The researcher examines these issues using the public policy implementation theory proposed by Van Meter and Van Horn. The purpose of this study is to describe and analyze the implementation of Regional Regulation Number 3 of 2021 on Billboard Management, specifically focusing on enforcing billboard regulations in Serang City. The researcher employs a descriptive qualitative method, acting as the primary instrument for data collection, which is carried out through observation, interviews, and documentation studies. Data analysis uses the Miles and Huberman model, with data validity tests conducted through triangulation and member checking. The results indicate that the implementation of Regional Regulation Number 3 of 2021 on Billboard Management in the case study of billboard enforcement has not been carried out optimally. Therefore, it is necessary to strengthen resource capacity, improve inter-agency coordination, conduct comprehensive socialization to business actors and the community, develop an integrated data system, and enforce sanctions firmly and consistently.

Keywords: Implementation, Billboard Regulation Enforcement, Serang City

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada penertiban reklame di Kota Serang yang diatur dalam Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Pelaksanaannya masih ditemukan berbagai permasalahan di lapangan seperti sistem pendataan reklame melanggar yang belum efektif, kurangnya koordinasi yang dilakukan oleh instansi terkait, rendahnya kesadaran hukum dari penyelenggara reklame, dan belum optimalnya penerapan sanksi. Peneliti mengkaji masalah yang ditemukan menggunakan teori implementasi kebijakan publik menurut Van Meter dan Van Horn. Adapun tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan

Reklame khususnya penertiban reklame di Kota Serang. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mana peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Dalam analisis data, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman dengan pengujian keabsahan data melalui triangulasi dan member check. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame pada studi kasus Penertiban Reklame belum dilaksanakan dengan optimal. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kapasitas sumber daya, peningkatan koordinasi antar instansi terkait, sosialisasi menyeluruh kepada pelaku usaha dan masyarakat, pengembangan sistem data terintegrasi serta pennegekan sanksi yang tegas dan konsisten.

Kata Kunci: Implementasi, Penertiban Reklame, Kota Serang

Pendahuluan

Dalam sistem pemerintahan Indonesia, pemerintah daerah memainkan peran strategis dalam merumuskan kebijakan publik berdasarkan karakteristik dan kebutuhan spesifik daerahnya (Huda, 2024). Peran ini strategis dan esensial karena kekhasan daerah dan sebagai manifestasi dari kerangka legislatif yang lebih tinggi (Sinukaban et al., 2021). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan daerah. Otonomi ini memungkinkan daerah untuk mengatasi permasalahan lokal secara adaptif. Namun, otonomi ini juga menghadirkan tantangan tersendiri dalam proses implementasi kebijakan yang dihadapi pemerintah daerah. Dalam praktiknya, pemerintah daerah menghadapi kendala struktural dan kultural, termasuk koordinasi antarlembaga yang lemah, partisipasi publik yang rendah, dan kapasitas birokrasi yang tidak memadai (Riduan, 2024).

Pentingnya implementasi kebijakan yang efektif menjadi semakin penting dalam konteks perencanaan tata ruang kota, khususnya dalam pengelolaan reklame. Pemerintah harus mampu menciptakan lingkungan yang kondusif dari segi ekonomi, sosial, politik, budaya, hukum, dan keamanan (Haryani, 2022). Reklame berfungsi sebagai media periklanan luar ruang yang berfungsi sebagai alat strategis bagi bisnis untuk menjangkau konsumen, meningkatkan penjualan, dan membangun kesadaran merek. Reklame, dengan berbagai ukuran, bentuk, dan warnanya, secara visual menarik bagi publik (Sitompul, 2022). Reklame sering ditempatkan di lokasi-lokasi strategis perkotaan seperti

pinggir jalan, pusat perbelanjaan, dan area publik lainnya. Oleh karena itu, aspek keselamatan dan keamanan publik harus diutamakan dalam pengelolaan papan reklame (Sitorus & As'ari, 2023).

Pemerintah daerah menghadapi tantangan kompleks dalam menyeimbangkan pemanfaatan ruang publik, pertumbuhan infrastruktur, dan ketertiban umum. Kebutuhan akan keseimbangan antara pemanfaatan ruang dan kepentingan publik yang lebih luas menjadi semakin mendesak seiring dengan meningkatnya kegiatan sosial dan pembangunan ekonomi, terutama di wilayah perkotaan seperti Kota Serang.

Tabel 1.1 Penerimaan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Serang Tahun 2019-2023

Tahun	Pajak Reklame	Pendapatan Asli Daerah	%
2019	4.837.548.652	190.029.710.255	2,54%
2020	5.500.000.000	180.263.229.327	3,05%
2021	5.639.451.216	206.238.434.813	2,73%
2022	8.761.731.223	258.466.610.752	3,39%
2023	10.562.834.804	275.791.608.484	3,83%

Sumber: Badan Pendapatan Daerah Kota Serang, 2025

Berdasarkan data, pajak reklame sebagai salah satu sumber pajak daerah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan asli daerah Kota Serang. Di tengah fluktuasi, realisasi penerimaan pajak reklame cenderung meningkat setiap tahunnya. Kontribusi ini menjadi indikator positif bagi perekonomian daerah dalam pembiayaan pembangunan dan pelayanan publik di Kota Serang. Keberadaan reklame di ruang publik tidak hanya sebagai media promosi tetapi juga berperan strategis dalam penerimaan daerah melalui pemungutan reklame. Pajak reklame merupakan sumber pendapatan yang vital bagi pemerintah daerah untuk mendanai berbagai program pembangunan dan pelayanan publik. Penyelenggaraan reklame tidak hanya berkaitan dengan estetika dan ketertiban kota tetapi juga optimalisasi penerimaan pajak daerah yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan PAD daerah (Adira et al., 2024).

Menanggapi hal tersebut, Kota Serang menetapkan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Reklame. Peraturan daerah ini berfungsi sebagai payung hukum untuk meningkatkan pelayanan publik, melindungi kepentingan dan ketertiban umum, serta meningkatkan PAD melalui penerimaan pajak reklame. Peraturan tersebut

mengatur perencanaan, pengaturan, penataan dan penempatan reklame, perizinan, hak dan kewajiban penyelenggara reklame, pajak reklame, retribusi daerah, pengendalian, pengawasan, dan penindakan.

Penegakan hukum dalam penyelenggaraa reklame diwujudkan melalui penertiban reklame. Penegakan hukum mengacu pada pelaku dan individu yang memiliki tanggung jawab dan wewenang untuk melaksanakan hukum sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku (Adli, 2024). Penertiban reklame bertujuan untuk memulihkan estetika kota, ketertiban umum, dan keamanan dengan tetap memastikan operasional reklame mematuhi peraturan yang berlaku. Pasal 38 Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 menyatakan bahwa penindakan dilakukan terhadap reklame yang tidak memiliki izin, izinnya habis masa berlakunya dan tidak diperpanjang, tidak memiliki stiker atau tanda pelunasan pajak, telah mengalami perubahan di luar izin, tidak ditempatkan pada lokasi yang ditentukan, tidak memenuhi rekomendasi teknis konstruksi, dan/atau tidak terawat.

Penertiban reklame dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Serang, yang bertugas menegakkan peraturan daerah dan walikota, memelihara ketertiban dan ketenteraman masyarakat, serta melindungi masyarakat. Proses penindakan melibatkan koordinasi dengan DPMPSTSP Kota Serang untuk mendapatkan informasi atau arahan terkait reklame yang tidak terdaftar atau yang dipasang tanpa izin. Satpol PP juga berkoordinasi dengan Bapenda Kota Serang untuk mendapatkan data pajak reklame yang belum dibayar. Namun, koordinasi ini terbatas pada pemberian informasi atau arahan terkait reklame yang perlu ditindaklanjuti.

Proses penindakan diawali dengan pemantauan reklame yang terpasang di ruang publik melalui observasi dan pendataan untuk mengidentifikasi pelanggaran. Hasil pemantauan ini menjadi dasar untuk tindakan penindakan selanjutnya. Reklame yang melanggar ketentuan dalam Pasal 38 Peraturan Daerah wajib dibongkar oleh pemilik reklame. Apabila pemilik reklame tidak melakukannya dalam jangka waktu yang ditentukan, Satpol PP Kota Serang melakukan operasi penindakan langsung. Tindakan penindakan dapat berupa sanksi administratif terhadap pemilik reklame yang tidak memenuhi kewajiban dan melanggar peraturan. Tindakan hukum yang dijatuhkan oleh

negara dapat berupa sanksi administratif atau pidana (Putra et al., 2024). Kewenangan penertiban sangat sentral dan esensial (Wardhana et al., 2021). Namun, laporan Satpol PP Kota Serang menunjukkan masih banyaknya reklame yang belum tertib meskipun penertiban telah dilakukan. Penertiban belum dilakukan secara rutin terkait pelanggaran perizinan dan pajak reklame alih-alih penertiban lebih banyak menasar papan reklame yang mengganggu ketertiban umum, estetika, dan kebersihan. Satpol PP Kota Serang terutama berfokus pada papan reklame yang rusak, kurang terawat, atau ditempatkan di lokasi terlarang, sebagaimana tercantum dalam Pasal 34 butir (d) Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Idealnya, peraturan harus menawarkan solusi atas permasalahan yang ada (Nadin & Sadad, 2024). Kenyataannya, banyak pemilik papan reklame di Kota Serang belum membayar pajak papan reklame dan banyak papan reklame yang masih terpasang meskipun sudah usang atau kurang terawat. Pemasangan papan reklame ilegal di area-area yang tidak berizin masih marak di seluruh Kota Serang, termasuk di pohon, tiang listrik, dan di sepanjang jalan raya. Pelanggaran-pelanggaran ini tidak hanya mengurangi penerimaan pajak bagi pemerintah, tetapi juga berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat dengan menyebabkan polusi visual, kerusakan perkotaan, penurunan estetika kota, dan penurunan kualitas lingkungan.

Hambatan dalam penegakan hukum seringkali bersumber dari ketidakkonsistenan antara nilai, norma, dan pola perilaku (Amalia et al., 2023). Beberapa studi menunjukkan bahwa penegakan peraturan reklame masih belum memadai karena kurangnya fasilitas operasional, dan pemilik atau perusahaan reklame kurang bertanggung jawab atas pemeliharannya (Amalia et al., 2023; Dirgantara et al., 2023). Studi lain menemukan bahwa keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran menghambat upaya penegakan hukum (Sitompul, 2022). Inisiatif yang dilakukan antara lain melakukan sosialisasi dan edukasi tentang peraturan daerah kepada masyarakat dan pelaku usaha, patroli rutin dan operasi pembongkaran untuk penegakan hukum langsung, serta pengadaan peralatan untuk pembongkaran reklame (Sinukaban dkk., 2021).

Berdasarkan observasi lapangan awal, peneliti menemukan permasalahan yang masih terjadi dalam implementasi peraturan daerah, khususnya dalam penegakan hukum reklame. Permasalahan tersebut meliputi sistem data reklame yang belum efektif, kurangnya koordinasi antar instansi terkait, rendahnya kesadaran hukum pemilik reklame, dan belum optimalnya penegakan sanksi terhadap pelanggar. Permasalahan ini menunjukkan bahwa instansi terkait menghadapi tantangan dan hambatan yang berasal dari berbagai faktor dalam proses penegakan hukum. Oleh karena itu, perlu dikaji secara kritis implementasi penertiban reklame dan mengidentifikasi kendala-kendala yang mendasarinya (Britniantini & Ananta Prathama, 2023; Tya et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini krusial untuk menganalisis implementasi Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pengelolaan Reklame, khususnya penertiban reklame di Kota Serang, guna menjawab permasalahan penelitian yang teridentifikasi di lapangan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi tidak hanya bagi wacana akademis, tetapi juga bagi pemerintah Kota Serang dan pelaku usaha. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi dan rekomendasi bagi pemerintah daerah terkait permasalahan implementasi peraturan daerah tersebut, khususnya melalui studi kasus penertiban reklame. Ke depannya, rekomendasi kebijakan yang dihasilkan dari penelitian ini dapat mendukung terwujudnya implementasi kebijakan publik yang efektif untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Tinjauan Pustaka

Kebijakan Publik

Kebijakan publik sebagai bentuk tindakan dalam mengatur dan mengendalikan pemerintahan baik di tingkat pusat maupun daerah. Kebijakan publik pada hakikatnya harus mampu memberikan manfaat atau keuntungan bagi banyak orang dengan meminimalkan resiko yang akan terjadi. Oleh karena itu, kebijakan publik bersifat kontekstual dan *problem oriented*. Anderson mengartikan kebijakan publik sebagai serangkaian aktivitas dengan tujuan tertentu dalam menangani permasalahan atau hal yang sedang diperhatikan yang diikuti dan dilaksanakan oleh seorang atau sekelompok

pelaku (Suparno, 2017). Sementara itu, Friedrich memaknai kebijakan publik adalah suatu tindakan yang diusulkan dari seseorang, kelompok atau pemerintah terhadap suatu lingkungan yang memiliki hambatan dan peluang di dalamnya sehingga kebijakan hadir untuk mengatasinya sebagai upaya dalam mencapai tujuan (Agustino, 2020). Kebijakan publik juga diartikan sebagai serangkaian keputusan yang memiliki keterkaitan dan dihasilkan oleh badan dan pejabat pemerintah. Suatu proses pengambilan keputusan untuk melanjutkan suatu tindakan yang dilakukan oleh pemegang otoritas publik yang memiliki perwakilan atas kepentingan banyak orang (Anggara, 2018). Beberapa pendapat mengenai definisi dari kebijakan publik tersebut dapat disimpulkan bahwa kebijakan publik merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dibuat dan dilaksanakan oleh pihak berwenang yang memiliki keterkaitan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi sebagai upaya dalam mencapai tujuan tertentu.

Implementasi Kebijakan

Implementasi kebijakan merupakan suatu tahapan penting dalam studi kebijakan publik yang bersifat praktis. Bagian yang penting dalam sebuah proses kebijakan dibandingkan pembuatan kebijakan yang jika tidak dilaksanakan hanya menjadi sebuah cita-cita atau rencana bagus yang disimpan dengan rapi dalam arsip. Implementasi kebijakan dimulai ketika adanya penetapan tujuan dan sasaran kebijakan, susunan program kegiatan, anggaran yang telah tersedia, dan dialokasikan untuk mencapai tujuan dan sasaran tersebut.

Pressman dan Wildavsky mendefinisikan implementasi kebijakan merupakan suatu interaksi antara pembuat kebijakan dengan tindakan yang dilakukan dalam suatu hubungan kausal antara tujuan dan sasaran kebijakan dengan cara dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan (Subianto, 2020). Sedangkan, Charles O Jones berpendapat bahwa implementasi kebijakan sebagai kemampuan dalam membentuk hubungan yang berkesinambungan yang menghubungkan rangkaian sebab dan akibat dengan tindakan yang dilakukan dalam mencapai suatu tujuan (Suparno, 2017). Grindle menambahkan bahwa implementasi kebijakan bukan hanya untuk menjabarkan keputusan politik ke

dalam prosedur rutin dalam alur birokrasi melainkan berkenaan juga dengan masalah, keputusan, dan siapa yang memperoleh ‘apa’ dari suatu kebijakan (Subianto, 2020).

Teori implementasi kebijakan menurut George C Edward III menekankan bahwa komunikasi, sumber daya, disposisi, dan struktur pelaksana yang mempengaruhi keberhasilan suatu implementasi kebijakan (Kadji, 2015). Selain itu, Van Meter dan Van Horn mengemukakan bahwa terdapat 6 (enam) variabel yang saling berhubungan yaitu standar dan sasaran kebijakan, sumber daya, karakteristik agen pelaksana, sikap atau kecenderungan para pelaksana, komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana serta kondisi ekonomi, sosial, dan politik (Anggara, 2018).

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan teori, prinsip, dan asumsi dasar ilmu pengetahuan. Dalam mencapai tujuan penelitian dibutuhkan cara ilmiah yang relevan melalui sebuah pendekatan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dengan penelitian kualitatif, penelitian ini menekankan pada pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti dari berbagai makna dan sudut pandang informan. Metode deskriptif berupaya menggambarkan secara jelas terkait masalah penelitian serta subjek dan objek penelitian tanpa adanya rekayasa (Siti Paridah & Heni Suparti, 2024).

Peneliti memfokuskan ruang lingkup penelitian pada Implementasi Kebijakan Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik purposive. Teknik *purposive* menentukan informan yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian yaitu informan yang menguasai situasi sosial yang diteliti sehingga informan mampu memberikan informasi yang akurat. Ada kemungkinan sewaktu-waktu peneliti akan menggunakan teknik *snowball* untuk memenuhi kebutuhan penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Dalam menganalisis data untuk menyederhanakan data ke dalam hasil yang bermakna dan mudah dipahami, peneliti menggunakan model Miles dan Huberman

yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Adapun keabsahan data diuji melalui triangulasi serta *member check*.

Pembahasan

Penelitian Implementasi Kebijakan penertiban reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Serang Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame ini menggunakan teori implementasi kebijakan menurut Van Meter dan Van Horn yang memiliki 6 (enam) variabel yaitu Standar dan Sasaran Kebijakan, Sumber Daya, Karakteristik Agen Pelaksana, Sikap atau Kecenderungan Para Pelaksana, Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana serta Kondisi Ekonomi, Sosial, dan Politik. Pemaparan mengenai pembahasan dapat dilihat sebagai berikut:

Standar dan Sasaran Kebijakan

Standar dan sasaran kebijakan dimaknai sebagai kejelasan tujuan yang dapat dipahami dan dilaksanakan oleh pelaksana kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara, Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame telah menetapkan standar kebijakn yang cukup jelas dan rinci. Standar tersebut tercermin dalam pengaturan aspek ketentuan perencanaan, pengaturan, perizinan, pengawasan, pengendalian, dan penertiban reklame dalam penyelenggaraan reklame. Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame ditetapkan dengan tujuan untuk meningkatkan PAD melalui pajak reklame, mewujudkan pemanfaatan ruang wilayah yang terarah, memberikan kemudahan pelayanan serta menciptakan ketertiban, keindahan, dan kebersihan di ruang publik. Peraturan ini dibuat dengan kajian mendalam untuk mengakomodasi kepentingan multiaspek dalam penyelenggaraan reklame. Peraturan ini juga didukung oleh Peraturan Walikota Serang Nomor 5 Tahun 2022 Tentang Penyelenggaraan Reklame yang mengatur tata cara penyelenggaraan dan perhitungan nilai sewa reklame sebagai dasar pengenaan pajak yang menjadi salah satu elemen penting dalam proses perizinan reklame.

Setiap reklame harus memenuhi persyaratan administrasi dan teknis meliputi persyaratan perizinan reklame di DPMPTSP Kota Serang dan pembayaran pajak reklame ke Bapenda Kota Serang. Dengan demikian, standar kebijakan ini telah mengakomodasi

aspek legalitas yang mengikat pengusaha reklame untuk mematuhi Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Standar kebijakan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame menjadi pedoman bagi pelaksana kebijakan dalam menjalankan tugasnya dengan basis legalitas yang jelas. Standar kebijakan ini memberikan dasar hukum yang kuat bagi Satpol PP Kota Serang sebagai pelaksana penertiban reklame untuk menindak reklame yang tidak memenuhi ketentuan yang ada di lapangan terutama reklame ilegal yang tidak memiliki izin, tidak membayar pajak reklame serta reklame yang dipasang di tempat yang tidak diperbolehkan.

Sumber Daya

Sumber daya merupakan aspek kedua yang mempengaruhi keberhasilan suatu implementasi kebijakan. Sumber daya dalam hal ini meliputi sumber daya manusia, sumber daya anggaran, sarana dan prasarana. Ketersediaan sumber daya dalam pelaksanaan penertibann reklame di Kota Serang menunjukkan sejumlah keterbatasan yang signifikan.

Pertama, sumber daya manusia pada Satpol PP Kota Serang sebagai pelaksana kebijakan utama dalam melaksanakan penertiban reklame hanya dapat mengerahkan sekitar 10 personel dalam setiap kegiatan lapangan yang terdiri dari PNS dan anggota Tenaga Harian Lepas (THL). Anggota Satpol PP Kota Serang memiliki regu yang setiap regunya terdiri dari 7-9 orang. Kondisi ini dirasa kurang memadai mengingat luas wilayah Kota Serang yang cukup besar dan banyaknya jumlah reklame yang harus ditertibkan. Selain itu, beban tugas yang dimiliki oleh Satpol PP Kota Serang juga tidak terbatas hanya pada penertiban reklame saja melainkan terdapat beban tugas lainnya meliputi pengawasan dan penertiban terhadap pedagang kaki lima, hiburan malam, dan sebagainya. Sedangkan, sumber daya manusia dari Bapenda Kota Serang dan DPMPTSP Kota Serang dalam hal pengawasan mengalami kendala yang serupa dengan Satpol PP Kota Serang terkait keterbatasan dari segi jumlahnya.

Kedua, sumber daya anggaran yang harus memadai agar kebijakan ini dapat terlaksana dengan baik. Instansi yang mengalokasikan anggaran untuk pelaksanaan

peraturan daerah ini khususnya penertiban reklame hanya Satpol PP Kota Serang. Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh peneliti, Satpol PP Kota Serang hanya memperoleh anggaran yang terbatas sebesar Rp. 66.788.000,00 pada tahun 2024 yang bukan hanya untuk kegiatan penertiban reklame, tetapi terbagi menjadi 6 (enam) rencana aksi/aktivitas di dalamnya yaitu kegiatan penanganan unjuk rasa, penertiban layanan iklan/reklame, kabel, parkir liar, penertiban PKL, dan penertiban Bangunan Liar. Sedangkan, Bapenda Kota Serang dan DPMPTSP Kota Serang tidak memiliki penganggaran khusus untuk penertiban reklame dan menyerahkan sepenuhnya tanggung jawab operasional serta pembiayaan kepada Satpol PP Kota Serang.

Gambar 1.1 Kegiatan Penertiban Reklame Menggunakan Arit Bambu dan Mobil Crane Oleh Satpol PP Kota Serang



Sumber: Satpol PP Kota Serang, Diolah Peneliti, 2025

Ketiga, peralatan dan perlengkapan yang disediakan sesuai SOP penertiban reklame antara lain *cutter*, tang, arit bambu, tangga, sarung tangan, dan masker. Dari gambar tersebut menunjukkan peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelaksanaan penertiban reklame di lapangan masih terbatas karena anggota harus menertibkan berbagai jenis reklame dan menjangkau penempatan reklame yang beragam. Adapun penertiban reklame berukuran besar dan berada pada ketinggian harus dilakukan pengadaan mobil *crane* kepada Dinas Perhubungan Kota Serang karena Satpol PP Kota Serang tidak memilikinya. Sedangkan, Bapenda Kota Serang dan DPMPTSP Kota Serang tidak memiliki alat-alat teknis untuk penertiban reklame.

Satpol PP Kota Serang dalam melaksanakan penertiban reklame mengandalkan koordinasi dengan Bapenda Kota Serang untuk memperoleh data terkait reklame yang belum membayar pajak reklame, sedangkan DPMPTSP Kota Serang hanya memiliki data

terkait reklame yang sudah terdaftar izinnnya dan bergantung pada laporan pengaduan dari masyarakat untuk mendapatkan informasi pelanggaran rekalem. DPUPR Kota Serang menggunakan GIS unntuk data reklame yang mengajukan rekomendasi teknis tata ruang sebagai persyaratan dalam memperoleh izin dari DPMPTSP Kota Serang. Namun, DPUPR Kota Serang tidak memiliki data lanjutan terkait reklame melanggar di Kota Serang.

Karakteristik Agen Pelaksana

Karakteristik yang dimiliki oleh pelaksana kebijakan sangat mempengaruhi implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa seluruh pelaksana dalam penertiban reklame di Kota Serang sudah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai tugas dan tanggung jawabnya sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Satpol PP Kota Serang sebagai pihak yang memiliki kewenangan utama dan menjalankan tugas penegakan peraturan daerah ini dengan profesional serta sesuai aturan yang berlaku. Proses penertiban reklame dilakukan berdasarkan SPT, SOP internal, perintah pimpinan, aduan masyarakat serta koordinasi dengan instansi terkait.

DPMPTSP Kota Serang pada bidang perizinan berperan dalam melaksanakan fungsi teknis perizinan dengan menerbitkan izin reklame setelah calon penyelenggara reklame memenuhi persyaratan administrasi dan teknsi serta memberikan rekomendasi perbaikan jika syarat belum terpenuhi. Sedangkan, Bidang Pengendalian dan Pelaksana DPMPTSP Kota Serang berfokus pada fasilitasi koordinasi internal antar instansi terkait dan menindaklanjuti laporan pengaduan masyarakat mengenai reklame yang bermasalah/melanggar. Bapenda Kota Serang menjalankan peran dalam pengelolaan pemungutan pajak reklame, pemberian stiker pelunasan pajak sebagai tanda legalitas sesuai ketentuan peraturan daerah ini serta koordinasi dengan Satpol PP Kota Serang dalam hal penertibann reklame yang tidak memenuhi kewajiban pajak reklame.

Pengawasan yang dilakukan oleh Bapenda Kota Serang bersifat administratif melalui *monitoring* kepatuhan wajib pajak reklame, sedangkan DPMPTSP Kota Serang belum memiliki sistem pengawasan lapangan dan masih bergantung hanya pada laporan

pengaduan masyarakat. Satpol PP Kota Serang melaksanakan pengawasan lapangan lebih reaktif terhadap reklame yang sudah jelas melanggar penempatan reklame, tetapi pengawasan tersebut belum terjadwal, belum berbasis data yang lengkap, dan terkendala sistem pencatatan lapangan manual yang kurang maksimal.

Mekanisme yang dilaksanakan oleh pelaksana kebijakan dalam penertiban reklame telah diatur secara jelas yang dilakukan secara bertahap sesuai dengan ketentuan pemberian sanksi dalam Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi diketahui bahwa apabila pelanggaran yang ditemukan merupakan pelanggaran yang menyangkut izin reklame atau pajak reklame, maka tahapan yang dilakukan oleh instansi terkait yaitu melakukan identifikasi dan verifikasi pelanggaran reklame, melakukan koordinasi internal, pemberian teguran tertulis berupa surat peringatan sebanyak 3 kali apabila diindahkan oleh penyelenggara reklame. Selanjutnya Bapenda Kota Serang atau DPMTPTSP Kota Serang berkoordinasi dengan Satpol PP Kota Serang dengan pemberian surat pemberitahuan penertiban reklame. Kemudian Satpol PP Kota Serang membuat Surat Perintah Tugas (SPT) Kegiatan Penertiban Reklame, setelah persiapan telah dilakukan oleh Satpol PP Kota Serang, petugas turun ke lapangan untuk menertibkan reklame yang bersangkutan dengan cara mencopot/membongkar/menurunkan sesuai dengan jenis reklame, dan tahapan terakhir yang bisa terjadi dalam penertiban reklame yaitu pencabutan KBLI (Klasifikasi Lapangan Baku Indonesia) oleh DPMTPTSP Kota Serang. Namun, terdapat kendala yang ditemukan yaitu implementasi sanksi yang tegas masih belum dilaksanakan secara konsisten dan belum menunjukkan adanya sanksi yuridis yang kuat. Selain itu, ketiadaan SOP khusus untuk penertiban reklame di Bapenda Kota Serang dan DPMTPTSP Kota Serang juga turut mempengaruhi koordinasi dan tindak lanjut pelaksanaan penertiban reklame.

Sikap atau Kecenderungan Para Pelaksana

Sikap atau kecenderungan yang ditunjukkan oleh pelaksana kebijakan akan mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan ini. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh pelaksana kebijakan memahami Peraturan Daerah Nomor 3

Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame khususnya penertiban reklame sesuai dengan fungsinya masing-masing. Bapenda Kota Serang fokus pada pengelolaan pajak reklame dan DPMPTSP Kota Serang fokus pada pengelolaan proses perizinan reklame. Hal teknis penertiban reklame yaitu penindakan secara tegas di lapangan merupakan bagian dari Satpol PP Kota Serang yang telah dipahami dan dijalankan dengan baik.

Satpol PP Kota Serang menunjukkan sikap tegas dengan pendekatan preventif dan edukatif saat menghadapi masyarakat yang melakukan pelanggaran reklame. Meskipun terkadang petugas di lapangan menerima protes dan penolakan, petugas berusaha menjelaskan aturan dan pentingnya penertiban reklame guna menciptakan ketertiban, keindahan, dan kebersihan lingkungan. Sikap ini mencerminkan komitmen pelaksana kebijakannya untuk menegakkan peraturan daerah ini sesuai standar yang telah ditetapkan. Namun, pada level operasional teknis, sikap anggota cenderung mengikuti perintah pimpinan secara prosedural tanpa pemahaman mendalam terhadap peraturan.

Di sisi lain, penyelenggara reklame dan masyarakat sebagai sasaran kebijakan memiliki pemahaman yang terbatas terhadap isi dan ketentuan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Hal ini menimbulkan sikap ketidakpastian dan kebingungan terutama ketika terjadi penertiban tanpa adanya komunikasi yang jelas atau ketika reklame yang sudah membayar pajak tetap diberi sanksi penertiban reklame karena melanggar teknis penempatan reklame. Sikap ini menunjukkan dibutuhkan sosialisasi yang lebih intensif dan komunikasi dua arah antara pemerintah Kota Serang dengan sasaran kebijakan agar tercipta pemahaman yang sama dan mengurangi konflik yang terjadi.

Sedangkan, respon pelaksana kebijakan menjadi hal yang harus diperhatikan dalam implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame khususnya penertiban reklame menunjukkan seluruh pelaksana kebijakan mendukung kebijakan ini. Bapenda Kota Serang, DPMPTSP Kota Serang, dan Satpol PP Kota Serang tidak ada yang menolak. Satpol PP Kota Serang setiap menemukan pelanggaran reklame yang mengganggu dan merusak K3 baik dari hasil identifikasi data yang dimiliki instansi

terkait, temuan lapangan oleh anggota maupun aduan masyarakat pasti ditertibkan dengan anggota turun ke lapangan dalam kegiatan penertiban reklame. Bapenda Kota Serang juga memberikan surat peringatan kepada wajib pajak yang menunggak pembayaran. Sikap ini menunjukkan adanya respon positif yang diberikan dalam pelaksanaan peraturan daerah ini khususnya penertiban reklame.

Komunikasi Antar Organisasi dan Aktivitas Pelaksana

Komunikasi merupakan syarat utama yang dapat menentukan keberhasilan dari pelaksanaan kebijakan. Pertama, koordinasi yang berkaitan dengan kerja sama dan sinkronisasi antar organisasi pelaksana dalam implementasi kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan dapat diketahui bahwa koordinasi antara Bapenda Kota Serang, DPMPTSP Kota Serang, dan Satpol PP Kota Serang dalam penertiban reklame lebih banyak bersifat limitatif dan berbasis kebutuhan penanganan pelanggaran. Koordinasi dilakukan ketika ditemukan pelanggaran reklame yang membutuhkan tindakan tegas dari Satpol PP Kota Serang melalui kegiatan penertiban reklame. Apabila terdapat reklame yang perlu ditertibkan oleh Satpol PP Kota Serang, maka Bapenda Kota Serang atau DPMPTSP Kota Serang mengkoordinasikan dengan memberikan surat pemberitahuan perihal penertiban reklame kepada Satpol PP Kota Serang. Lebih lanjut, jika terdapat urgencies dari pelanggaran reklame yang ditemukan, maka akan diadakan rapat bersama instansi terkait. Persoalan yang ditemukan bahwa ketersediaan informasi mengenai reklame melanggar yang dimiliki dikatakan masih minim sehingga koordinasi yang dilakukan tidak berbasis pada informasi yang akurat di lapangan dan belum ada koordinasi untuk upaya penataan reklame di Kota Serang.

Selanjutnya, sosialisasi yang dilakukan secara efektif akan meningkatkan partisipasi dan dukungan dari sasaran kebijakan dalam pelaksanaan kebijakan. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa sosialisasi yang dilakukan selama pembahasan rancangan peraturan daerah memang melibatkan berbagai pemangku kepentingan sehingga instansi terkait sudah memahami pada tingkat internal. Namun, sosialisasi secara langsung mengenai Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame kepada pelaku usaha maupun masyarakat di Kota Serang belum dilakukan oleh Bapenda

Kota Serang, DPMPTSP Kota Serang maupun Satpol PP Kota Serang. Upaya sosialisasi yang dilakukan berupa pemberian informasi mengenai pembayaran pajak reklame secara langsung di kantor serta melalui media sosial Instagram milik Bapenda Kota Serang tanpa kegiatan penyuluhan resmi yang melibatkan komunitas secara langsung.

Kondisi Ekonomi, Sosial, dan Ekonomi

Kondisi lingkungan ekonomi, sosial, dan politik merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan dalam teori ini. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa kondisi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame khususnya terkait penertiban reklame. Kepentingan ekonomi para pengusaha menjadi faktor utama yang mendorong perilaku pemasangan reklame di titik-titik strategis tanpa mempertimbangkan aspek legalitasnya demi mencapai eksposur yang diinginkan. Proses perizinan yang dinilai sulit dan rumit oleh pelaku usaha mendorong sebagian pelaku usaha memilih memasang reklame secara ilegal. Selain itu, dinamika ekonomi juga mengakibatkan terjadinya spekulasi dalam pemasangan reklame secara ilegal, di mana pelaku usaha lebih memilih memasang reklame di tempat yang tidak sesuai ketentuan dengan harapan mendapatkan manfaat dalam jangka waktu tertentu meski risiko pemasangan ilegal tetap ada. Faktor harga sewa reklame yang dianggap memberatkan oleh sebagian pelaku usaha juga turut menjadi kendala dalam kepatuhan pembayaran pajak reklame.

Selanjutnya, kondisi sosial, berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa penyelenggara reklame di Kota Serang belum mempunyai kesadaran hukum yang tinggi yang terlihat dari rendahnya tingkat sukarela dalam mendaftarkan izin dan membayar pajak tepat waktu serta kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh penyelenggara reklame dan masyarakat mengenai kebijakan ini. Kedua hal ini terlihat dari perilaku penyelenggara reklame yang cenderung mengabaikan aturan pemasangan dan kurang mendapatkan edukasi dari pemerintah Kota Serang.

Ketiga, kondisi politik. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan sebelumnya dapat diketahui bahwa kondisi politik memberikan dukungan yang positif untuk mengimplementasikan kebijakan ini dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan

secara optimal. Terdapat dukungan legislatif dari DPRD Kota Serang yang memperkuat legitimasi dalam pelaksanaan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame khususnya terkait penertiban reklame. Selain itu, kepemimpinan yang tegas tercermin dari adanya komitmen walikota yang secara langsung memerintahkan instansi terkait untuk melaksanakan penertiban reklame. Kondisi ini menciptakan iklim politik yang kondusif tanpa adanya intervensi negatif dari kepentingan politik yang menghambat pelaksanaan kebijakan sehingga penertiban reklame dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa Implementasi Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame (Studi Kasus Penertiban Reklame) dapat dikatakan belum berjalan optimal. Hal ini disebabkan oleh adanya sejumlah tantangan dan hambatan pada berbagai dimensi dalam pelaksanaan kebijakan tersebut. Standar dan sasaran yang cukup jelas dan rinci sebagai dasar hukum dan pedoman pelaksanaan penertiban reklame. Namun, diperlukan perbaikan pada aspek sosialisasi, komunikasi, pengawasan, dan penegakan hukum agar tujuan kebijakan dapat tercapai secara optimal. Sumber daya yang tersedia dapat dikatakan terbatas sehingga perlu adanya peningkatan kapasitas dan jumlah personel, alokasi anggaran yang memadai, penyediaan sarana teknis yang cukup serta pembuatan sistem informasi terintegrasi antar instansi terkait agar pelaksanaan penertiban reklame dapat berjalan efisien dan efektif. Karakteristik agen pelaksana menunjukkan pelaksana kebijakan sudah memahami peran dan tugasnya dengan baik, tetapi efektivitas penegakan hukum perlu ditingkatkan. Sikap atau kecenderungan para pelaksana menunjukkan komitmen formal yang baik dan respon positif, tetapi petugas di lapangan belum memiliki pemahaman mendalam yang merata dan pelaku usaha sering mengalami kebingungan terkait prosedur penertiban reklame. Komunikasi antar organisasi dan aktivitas pelaksana menunjukkan koordinasi antar instansi terkait dilakukan hanya saat ditemukan reklame bermasalah atau pelanggaran

reklame tanpa forum atau mekanisme koordinasi yang jelas dan terstruktur serta belum ada sosialisasi kebijakan terpadu dan berkelanjutan. Kondisi ekonomi dan sosial berpengaruh negatif terhadap pelaksanaan kebijakan ini, sedangkan kondisi politik mendukung pelaksanaan kebijakan ini.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan saran berupa rekomendasi dan masukan dalam implementasi kebijakan penertiban reklame berdasarkan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame adalah Bapenda Kota Serang, DPMPTSP Kota Serang, dan Satpol PP Kota Serang perlu membangun sistem *database* mengenai reklame di Kota Serang yang terintegrasi dan akurat untuk memudahkan pendataan, pengawasan, dan penertiban reklame. Seluruh instansi terkait harus segera menambah jumlah petugas di lapangan, mengalokasikan anggaran yang memadai, dan menyediakan peralatan yang sesuai dengan kapasitas tugas dan tanggung jawab untuk mendukung penertiban reklame yang efektif dan berkelanjutan. Seluruh instansi terkait perlu mengadakan rapat koordinasi lintas sektor secara rutin setiap triwulan untuk berbagi data reklame secara terintegrasi dan membagi tugas secara jelas. Seluruh instansi terkait harus berkolaborasi dalam melakukan pengawasan terhadap penyelenggara reklame di lapangan untuk memastikan pemasangan reklame sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Bapenda Kota Serang, DPMPTSP Kota Serang, dan Satpol PP Kota Serang perlu melakukan sosialisasi berbasis komunitas atau asosiasi pelaku usaha secara langsung untuk meningkatkan pemahaman dan kepatuhan terhadap Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame. Selain itu, perlu mengintensifikan sosialisasi tentang pemasangan reklame yang sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame melalui media sosial untuk menjangkau kelompok sasaran kebijakan yang lebih luas. Seluruh instansi terkait terutama Satpol PP Kota Serang perlu meningkatkan penerapan sanksi administratif dan denda secara tegas, konsisten, dan transparan terhadap penyelenggara reklame yang melanggar ketentuan Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan untuk memberikan efek jera, meningkatkan kesadaran serta kepatuhan

hukum pada masyarakat Kota Serang.

Daftar Pustaka

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA Press.
- Adli, Naufal. (2024). Penegakan Perda Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja di Kota Serang Provinsi Banten. *Jurnal Institut Pemerintahan Dalam Negeri*, 1–10.
- Agustino, L. (2020). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Amalia, B. R. (2023). *Pelaksanaan Pengawasan Badan Pendapatan Daerah Terhadap Penertiban Reklame di Kota Makassar*. Skripsi Universitas Hasanuddin.
- Anggara, S. (2018). *Kebijakan Publik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Britniantini, A. P., & Prathama, A. (2023). Peran Satuan Polisi Pamong Praja Pada Penertiban Reklame di Kota Surabaya. *Journal Publicuho*, 6 (4), 1374-1380. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i4.280>
- Dirgantara, S., Pramazuly, A. N., & Mosshananza, H. (2023). Implementasi Kebijakan Penertiban Pemasangan Reklame di Kota Kalianda (Studi Pada Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Lampung Selatan). *Jurnal Progress Administrasi Publik*, 3 (1), 45–50. <https://doi.org/10.37090/jpap.v3i1.961>
- Haryani, R. (2022). Eksistensi Kebijakan Daerah yang Demokratis dalam Sistem Pemerintahan Bersih Bebas dari KKN. *Justice Voice*, 1(1), 23–34. <https://doi.org/10.37893/jv.v1i1.38>
- Julina, F., Wideasih, S., & Sekarsari, D. (2024). Tantangan dan Peluang Dalam Implementasi Kebijakan Lingkungan di Pemerintahan Daerah. *Irpia: Jurnal Ilmiah Riset dan Pengembangan*, 9 (40), 46-51. <https://doi.org/10.71040/irpia.v9i11.267>
- Kadji, Y. (2015). *Formulasi dan Implementasi Kebijakan Publik, Kepemimpinan dan Perilaku Birokrasi Dalam Fakta Realitas*. Gorontalo: UNG Press Gorontalo.
- Lantos, G. P. (2015). *Consumer Behavior in Action: Real-Life Applications for Marketing Managers*. New York: Routledge.
- Mahmud, M. (2023). *Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Malang: Literasi Nusantara.

- Huda, C. M. (2024). Kebijakan Publik dan Hukum dalam Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. *Sovereignty: Jurnal Demokrasi dan Ketahanan Nasional*, 3 (1), 1–7. <https://doi.org/10.20961/souvereignty.v3i1.998>
- Nadin, A., & Sadad, A. (2024). Good Governance dalam Penertiban Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi dan Arsitektur*, 2 (1), 183–199.
- Peraturan Daerah Kota Serang Nomor 3 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Reklame
- Putra, D. A., Listyarini, D., & Megawati, W. (2024). Penegakan Hukum Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2015 Tentang Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Kendal Oleh Satuan Polisi Pamong Praja. *Wajah Hukum*, 8 (1), 52–61. <http://dx.doi.org/10.33087/wjh.v8i1.1408>
- Paridah, A., & Suparti, H. (2024). Implementasi Peraturan Daerah Nomor 28 Tahun 2013 Tentang Izinn Penyelenggaraan Reklame di Kabupaten Balangan. *JAPB: Jurnal STIA Balong*, 7 (1), 1035–1041.
- Rossa, T., Nazaki., & Putra, A. (2024). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Tanjungpinang Tahun 2022. *Jurnal Politik dan Governance*, 4 (1), 43–58. <https://doi.org/10.24239/madika.v4i1.2148>
- Sinukaban, Bobby. (2021). Implementasi Penegakan Perda No. 22 Tahun 2013 Tentang Penertiban Reklame Oleh Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Public Administration, Business and Rural Development Planning*, 3 (1), 9–21.
- 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*. Skripsi Universitas Islam Riau.
- Sitorus, M.R., & As'ari, H. (2023). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Reklame di Kota Pekanbaru. *JETISH*, 2 (1), 186–194. <https://doi.org/10.57235/jetish.v2i1>
- Subianto, A. (2020). *Kebijakan Publik: Tinjauan Perencanaan, Implementasi, dan Evaluasi*. Surabaya: Brilliant.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati. (2023). *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: K-Media.

Suparno. (2017). *Implementasi Kebijakan Publik dalam Praktek: Implementasi Kebijakan Ketahanan Pangan Kabupaten Rembang*. Dwiputra Pustaka Jaya.

Tachjan, H. (2006). *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: AIPI Bandung.

Tya, Ade. (2022). *Kinerja Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Serang Dalam Penertiban Reklame Ilegal di Sepanjang Jalan Kota Serang*. Skripsi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah

Wardhana, W., Wijaya, K., & Suryani, P. (2021). Implementasi Pemasangan Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Reklame. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2 (2), 350–355. <https://doi.org/10.22225/jkh.2.2.3254.350-355>