

**EVALUASI KEBIJAKAN IZIN REKLAME  
DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Juwariyah Khusnah  
151010059**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTRA BATAM  
TAHUN 2021**

**EVALUASI KEBIJAKAN IZIN REKLAME  
DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar sarjana



**Oleh:**

**Juwariyah Khusnah  
151010059**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTRA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juwariyah Khusnah

NPM : 151010059

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul :

**Evaluasi Kebijakan Izin Reklame di Kota Batam** adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan Skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 28 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



**JUWARIYAH KHUSNAH**

**151010059**

# **EVALUASI KEBIJAKAN IZIN REKLAME DI KOTA BATAM**

## **SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Guna memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :**

**Juwariyah Khusnah**

**151010059**

**Telah disetujui pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 29 Juli 2021**



**Karol Teovani Ladon, S.AP..M.AP**

**Pembimbing**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan Kurikulum Sarjana-1 (S1) pada Program Studi Administrasi Negara Universitas Putera Batam. Adapun Judul skripsi ini adalah Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Kota Batam.

Pada penyelesaian skripsi ini, penulis sangat banyak mendapatkan bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memmbantu dalam penyelesaian skripsi ini yaitu kepada :

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Padrisa Jamba, S.H., M.H. selaku Ketua program Studi Administrasi Negara.
3. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Program studi Administrasi Negara.

4. Bapak Karol Tevani Lodan,S.AP,M.AP. selaku pembimbing skripsi dan pembimbing PA yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan dan motivasi serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak/Ibu penguji yang telah bersedia menjadi penguji dan memberikan saran dan kritik yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak/Ibu dosen Pengajar Universitas Putera Batam, yang telah sabar memberikan ilmu dan menambah wawasan penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan, pengalaman serta motivasi yang membangun.
7. Bapak Harry P. Utomo selaku Subdit Pembangunan Fasilitas dan Bapak Dade selaku Humas Direktorat Infrastruktur Pengawasan yang dengan cukup sabar dan sangat baik untuk memberikan pelayanan yang sangat terbuka terkait semua data yang saya butuhkan untuk melengkapi skripsi saya ini.
8. Kedua orang tuaku, Bapak Bambang Sutrisno, ibu Rosemeriati Manurung, suami Budy Hermansyah dan juga abang dan adik, yang selalu mendukung dan memberi arahan untuk penulis.
9. Teman-teman dan sahabat Prodi Administrasi Negara angkatan 2015 yang telah memberi dukungan dan motivasi untuk penulis.
10. Serta seluruh pihak yang telah memberikan masukan, kritikan serta bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah penulis sebutkan, dan apabila ada pihak yang belum sempat disebutkan maka penulis mohon maaf, besar harapan penulis atas skripsi yang telah ditulis semoga bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Batam, 28 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Juwariyah Khusnah', with a stylized flourish at the end.

Juwariyah Khusnah

## ABSTRAK

Kebijakan publik adalah keputusan yang diambil atau ditetapkan oleh pemerintah demi kepentingan dan tujuan bersama, baik berupa Undang-Undang maupun Peraturan-Peraturan yang mana hal tersebut dibentuk dengan maksud tujuan akan masyarakat dapat hidup dengan aman, Di kota Batam sendiri untuk penyelenggaraan izin reklame menjadi tanggung jawab Badan Pengusahaan Batam Direktorat infrastruktur Kawasan hal ini sesuai dengan Perka No. 7 tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Reklame Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (KPBPB) Batam, yang mana Badan pengusahaan Batam melalui Subdirektorat Pembangunan Fasilitas Wisata dan Lingkungan hidup melakukan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis pelaksanaan pembangunan, penggunaan badan jalan, titik reklame, serta pemeliharaan taman dan penghijauan menjadi tanggung jawab pihak tersebut, Badan Pengusahaan Batam melalui Direktorat Infrastruktur Kawasan bersama dengan tim gabungan penataan reklame di Kota Batam telah melakukan kegiatan penertiban reklame yang tidak memiliki izin atau yang tidak sesuai dengan peraturan yang berada di wilayah Kota Batam, hal ini merupakan salah satu upaya Badan Pengusahaan Batam dalam melaksanakan penertiban reklame yang tidak memiliki izin dan penempatan yang tidak sesuai dan juga penertiban ini diharapkan memberikan kesadaran kepada masyarakat kota Batam untuk taat dan patuh pada aturan. peneliti mengambil judul Evaluasi Kebijakan Izin Reklame di Kota Batam. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kualitatif pendekatan deskriptif. Pengumpulan data peneliti melakukan dengan tiga cara: wawancara, dokumentasi dan observasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Kota Batam studi pada Badan Pengusaha Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan. Hasil penelitian adalah untuk Aturan atau kebijakan yang diberlakukan Badan Pengusaha Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan terhadap stakeholder dan masyarakat dengan cara membuat kebijakan baru tentang sebuah sistem manajemen reklame (simrek) hal ini dapat memudahkan setiap orang untuk mengurus izin reklame, tanpa harus menunggu antrian yang panjang dan waktu yang padat, dengan cara melalui website online yang sudah disediakan oleh Badan Pengusaha Direktorat Kawasan, dengan begitu masyarakat tidak perlu mendatangi kantor, masyarakat cukup menggunakan website dan melengkapi persyaratan pengurusan Izin reklame sesuai syarat-syarat yang diminta untuk prosedur pemuatan izin reklame. banyaknya masalah yang ditimbulkan dari reklame ilegal dan yang tidak mengikuti prosedural pembuatan izin reklame, yang mengakibatkan kerugian bagi negara dan masyarakat, sehingga dibuatkan kebijakan yang mengatur standart operasional agar ketahuan reklame-reklame yang tidak memiliki izin reklame.

**Kata Kunci:** Evaluasi; efektifitas; izin; Kebijakan; Reklame.



## ABSTRACT

*Public policy is a decision taken or determined by the government for the sake of common interests and goals, both in the form of laws and regulations which are formed with the aim of making people live safely. The Batam Concession Agency, the Directorate of Regional Infrastructure, is responsible for this in accordance with Perka No. 7 of 2017 concerning the Implementation of the Batam Free Trade Area and Free Port (KPBPB) Billboard, in which the Batam concession agency through the Sub-directorate of Tourism and Environmental Facilities Development prepares technical guidelines and instructions for the implementation of development, use of road bodies, billboard points, and maintenance of parks and reforestation is the responsibility of that party, the Batam Concession Agency through the Directorate of Regional Infrastructure together with a joint team of billboard arrangement in Batam City has carried out control activities for billboards that do not have a permit or are not in accordance with regulations in the Batam City area, this is one of The Batam Concession Agency's efforts in controlling billboards that do not have permits and inappropriate placements and also this control are expected to provide awareness to the people of Batam city to obey and comply with the rules. The researcher took the title Evaluation of Advertising Permit Policy in Batam City. The research method used by the researcher is a qualitative descriptive approach. The researchers collected data in three ways: interviews, documentation and observation. The purpose of this study was to describe how the Evaluation of Advertising Permit Policy in Batam City was studied at the Batam Entrepreneurs Agency, Directorate of Regional Infrastructure. The results of the study are for the rules or policies imposed by the Batam Employers' Board of the Regional Infrastructure Directorate to stakeholders and the community by making a new policy on a billboard management system (simrek). busy time, by means of an online website that has been provided by the Entrepreneurial Board of the Directorate of Regions, so that people do not need to go to the office, the public can simply use the website and complete the requirements for obtaining an advertisement permit in accordance with the requirements required for the procedure for loading an advertisement permit. there are many problems that arise from illegal billboards and those that do not follow the procedures for making billboard permits, which result in losses for the state and society, so a policy that regulates operational standards is made so that advertisements that do not have an advertisement permit are caught*

**Keywords :** *Billboard; Effective; Evaluation; Permission; Policy.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Teori Dasar .....	6
2.1.1 Kebijakan Publik .....	6
2.1.2 Ciri-ciri kebijakan publik .....	7
2.1.3 Tahapan Kebijakan Publik .....	8
2.1.4 Urutan proses pembuatan kebijakan publik .....	10
2.1.5 Jenis-jenis Kebijakan Publik .....	10
2.1.6 Proses kebijakan .....	11
2.1.7 Analisis Kebijakan Publik .....	12
2.2 Implementasi kebijakan publik .....	12
2.3 Evaluasi Kebijakan .....	13
2.3.1 Fungsi Evaluasi kebijakan .....	13
2.3.2 Tipe evaluasi kebijakan .....	14
2.3.3 Dimensi Evaluasi kebijakan publik .....	14
2.4 Pengertian Reklame .....	18
2.5 Penelitian Terdahulu .....	20
2.6 Kerangka berfikir .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	26
3.2 Fokus Penelitian .....	27
3.3 Sumber Data .....	28
3.4 Teknik pengumpulan Data .....	30
3.5 Metode Analisis Data .....	30
3.6 Keabsahan Data .....	31
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	33

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambar Umum.....	35
4.1.1 Gambaran umum lokasi penelitian Badan Pengusaha Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan .....	35
4.1.2 Visi dan Misi Badan pengusaha Batam .....	36
4.1.3 Tugas, fungsi Badan pengusaha Batam .....	36
4.1.4 Struktur Organisasi .....	38
4.1.5 Profil Pegawai.....	43
4.1.6 Evaluasi kebijakan Izin Reklame di Kota batam .....	44
4.2 Pembahasan.....	60
4.2.1 Evaluasi kebijakan izin reklame di Kota Batam .....	60
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	64
5.2 Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA</b>	
<b>LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN 3 SURAT PENELITIAN</b>	
<b>LAMPIRAN 4 SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>LAMPIRAN 5 DOKUMENTASI</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Pembagian Titik Reklame menjadi tiga titik .....	3
<b>Tabel 2.1</b> Indikator Evaluasi kebijakan publik.....	16
<b>Tabel 3.1</b> Informan Penelitian .....	29
<b>Tabel 3.2</b> Jadwal Penelitian .....	34
<b>Tabel 4.1</b> Profil Pegawai.....	43
<b>Tabel 4.2</b> Keterangan Izin Reklame .....	45

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka berfikir.....	25
<b>Gambar 3.1</b> Model Analisis Data Interaktif Miles dan Hurben .....	32
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi .....	39

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kebijakan publik adalah keputusan dimana diambil atau ditetapkan pemerintah demi kepentingan serta tujuan bersama, keputusan tersebut dapat berbentuk Undang-Undang atau Peraturan-Peraturan yang mana hal tersebut dibentuk dengan maksud tujuan akan masyarakat dapat hidup dengan aman. Kebijakan juga seringkali digunakan oleh Pemerintahan, lembaga, serta pihak lainnya. Kebijakan dibuat sebagai acuan kegiatan dimana bertujuan mendapatkan hasil yang tujukan.

Salah satu bentuk kebijakan yang cukup dipermasalahakan yaitu mengenai permasalahan kebijakan reklame. Reklame merupakan media promosi biasanya berisikan tentang iklan-iklan segala bentuk penawaran. Di kota Batam sendiri sangat sering kita temui pemasangan reklame berupa baliho di sepanjang jalan baik yang mempunyai izin maupun yang ilegal, namun yang menjadi permasalahannya pemasangan reklame yang terlalu memakan bahu jalan dan mengganggu ruang publik pun menjadi permasalahan yang cukup serius dalam kebijakan izin reklame di kota Batam, permasalahan ini menjadi sangat serius di karenakan dampak dari permasalahan tersebut merusak tatanan kerapihan kota Batam sendiri, dan banyaknya pihak yang melanggar aturan dalam pemasangan reklame yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

Kota Batam sendiri menjadi kota Industri yang sangat pesat pertumbuhannya, namun hal ini menimbulkan Permasalahan cukup serius yaitu

Meningkatnya jumlah produsen sehingga pihak yang berkepentingan melakukan cara agar produk yang mereka miliki laku di pasaran. Hal inilah yang membuat berseraknya banner dan reklame seperti papan nama toko, baliho, spanduk, dan lain-lain tidak mempertimbangkan kerapian Kota Batam. Lalu tak sedikit iklan yang terpasang di luar ruangan tersebut memangkas lokasi sampai menjorok ke jalan raya dan bahkan banyak spanduk yang melintang di atas jalan raya. Hal inilah yang sangat mengganggu keindahan ruang publik. Sangat dibutuhkan kebijakan yang benar terhadap hal tersebut, agar permasalahan penempatan reklame di Kota Batam menjadi lebih rapih dan tidak menimbulkan permasalahan ruang publik.

Di Kota Batam sendiri untuk penyelenggaraan izin reklame menjadi tanggung jawab Badan Pengusahaan Batam Direktorat infrastruktur Kawasan hal ini sesuai dengan Perka No. 7 tahun 2017, yang mana Badan pengusahaan Batam melalui Subdirektorat Pembangunan Fasilitas Wisata dan Lingkungan hidup melakukan penyusunan pedoman dan petunjuk teknis pelaksanaan pembangunan, penggunaan badan jalan, titik reklame, serta pemeliharaan taman dan penghijauan menjadi tanggung jawab pihak tersebut. Ini merupakan bentuk pelayanan yang diberikan BP Batam kepada stakeholder yang akan mendirikan papan reklame dipinggir jalan. Stakeholder tidak dapat mendirikan sendiri papan reklame karena itu termasuk pelanggaran dan reklame ilegal.

**Tabel 1.1** Pembagian Titik Reklame Menjadi Tiga Wilayah

No	Kelompok	Kawasan
1	Kawasan A	Nagoya, Jodoh, Baloi, Batam Centre, sei panas, bengkong, batu ampar, muka kuning , sepanjang jalan muka kuning sampai simpang base camp, batu merah, bandara dan pelabuhan laut.
2	Kawasan B	Sagulung batu aji ( di luar sepanjang jalan muka kuning sampai simpang base camp) sei harapan, sekupang, tanjung uncang dan tanjung riau.
3	Kawasan C	Tanjung piayu, batu besar, nongsa, kabil dan kabil telaga punggur, belakang padang, galang, Seluruh kawasan diluar termasuk kawasan A dan B.

(**Sumber:** Badan Pengusahaan Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan 2017)

Badan Pengusahaan Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan melalui Subdirektorat Pembangunan Fasilitas Wisata dan Lingkungan Hidup dari tahun ke tahun telah melakukan berbagai tindakan dalam mengatasi reklame ilegal, tidak hanya itu Direktorat Infrasturkur Kawasan bersama petugs satpol PP Kota Batam mulai melakukan penataan Kota Batam dengan melakukan penyitaan reklame yang tidak izin hal ini sesuai dengan Perka No 7 tahun 2017 mengenai Penyelenggaraan Reklame di kota Batam pada bagian ke enam tentang Penertiban Reklame pasal 29 bahwa untuk reklame yang masih melanggar aturan akan dilakukan penertiban.

Berdasarkan hasil pendataan di awal tahun 2019, Badan Pengusahaan Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan mencatat terdapat 830 titik tiang yang tersebar di



jalan utama atau arteri selain itu terdapat 45 titik tak bernama, jenis tiang reklame yang di data meliputi billboard, videotron, dan megatron. Namun setelah melalui verifikasi, terdapat 903 titik tiang reklame berupa billboard, videotron, megatron, mini billboard, polysign, wall billboard atau mural. Direktur pembangunan sarana dan prasarana Badan Pengusahaan Batam, Purnomo Andiantono mengatakan di Batam sesuai kesepakatan 2013 lalu, ada 3000-an titik reklame sekota Batam “kenyataannya yang berizin hanya 293 titik, selain itu ada yang berizin tapi tidak sesuai plan kontruksi pembangunan di 11 titik. Kemudian lebih banyak tidak berizin di 723 titik” (TribunBatam.id, 2019).

Dengan banyaknya kasus reklame yang tidak memiliki izin dan juga mengganggu ruang publik bagi masyarakat, pemerintah melakukan beberapa kebijakan yang di tunjukan untuk menghilangkan permasalahan tersebut di mana pemerintah kota Batam melakukan Penerapan Izin Reklame berbasis teknologi informasi (e-reklame) hal ini merupakan bentuk upaya optimalisasi yaitu Sistem Informasi Manajemen Reklame (SIMREK) hal ini bertujuan memberikan kemudahan dalam pendataan, monitoring, dan evaluasi guna meningkatkan potensi dan penerimaan pajak reklame selain itu menampilkan detail reklame berupa sebaran peta reklame, masa tayang, status tiang, maupun Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah (NPWPD) reklame, dan QR codek. arena penataan reklame merupakan kepentingan publik (Sindobatam.com, 2019).

Dari penjelasan tersebut, penulis menentukan penelitian dengan judul **“Evaluasi Kebijakan Izin Reklame Di Kota Batam”**. Penulis akan menjelaskan

apakah kebijakan yang telah di terapkan sudah berjalan atau tidak dengan yang telah ditetapkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai permasalahan yang dijelaskan maka rumusan masalah :

- a. Bagaimana Evaluasi Kebijakan Izin Reklame di Kota Batam ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana Evaluasi Kebijakan Izin Reklame di Kota Batam

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis penelitian ini mampu memeberikan pemahaman teori tentang Admisistaris pubilk dalam kebijakan izin Reklame.
- b. Secara akademis penelitian ini memberikan wawasan, literature, dan masukan untuk studi lain untuk mengulas secara mendalam lagi

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Konsep Teoritis**

##### **2.1.1 Pengertian Kebijakan Publik**

Thomas R. Dye (Anggara, 2014:35) menjelaskan kebijakan publik yaitu semua yang dilakukan maupun tidak dilakukan, dengan suatu alasan kebijakan harus diselesaikan untuk membantu kehidupan bersama, harus menjadi pemikiran yang komprehensif sehingga kebijakan secara umum mempengaruhi semua masyarakat dan tidak memberi kerugian, dalam hal ini pemerintah harus cerdas dalam menentukan keputusan.

Said Abidin mejelaskan, kebijakan publik bukanlah sesuatu hal baru lalu terbatas, tetapi luas dan terletak pada lapisan-lapisan esensial. Dengan cara ini, kebijakan publik menjadi tolak ukur keseluruhan untuk strategi dan pilihan eksplisit di bawahnya.

William N. Dunn menjelaskan dalam kebijakan publik ialah alternatif yang saling berkaitan yang dibuat pihak yang berkepentingan atau pegawai pemerintah pada hal yang berkaitan dengan kewajiban pemerintahan, yaitu penjaga keamanan, energi, kesejahteraan, pendidikan, intruksi, bantuan pemerintah, kriminalitas, perkotaan dan sebagainya (Pasolong, 2014:39)

Kebijakan publik tidak dapat dihindarkan dari proses politik. Maka dari itu, kita dapat menegaskan kembali bahwa proses politik dalam institusi demokrasi atau institusi yang kurang demokratis menghasilkan kebijakan publik. Hal ini berarti bahwa kebijakan publik menjadi lebih dari produk atau output administrasi publik. Akan tetapi. Produk administrasi publik seperti pemerintahan dinegara-negara berkembang masih mempunyai akuntabilitas terbesar pada kebijakan publik, karena sekali lagi keahlian perkembangan dan administrasi kebijakan adalah orang-orang pemerintah (Nugroho, 2014:108)

Dari beberapa pendapat diatas disimpulkan, Kebijakan publik merupakan cara yang diambil lalu diputuskan pemerintah demi kepentingan bersama, seperti Undang-Undang maupun Peraturan-Peraturan lain dimana hal tersebut dibentuk dengan maksud tujuan akan masyarakat dapat hidup dengan aman.

### **2.1.2 Ciri-Ciri Kebijakan Publik**

Kebijakan publik pada dasarnya adalah tindakan yang khas (*unique activity*), dimana memiliki cirri-ciri khusus yang tidak dimiliki oleh kebijakan jenis lain, sebagai berikut (Abdul Wahab, 2016:20-24).

1. Kebijakan publik adalah tindakan yang memiliki maksud untuk memajukan tujuan tertentu, bukan hanya perilaku yang aneh atau kegiatan yang benar-benar tidak teratur, ceroboh dan tidak langsung. Kebijakan publik merupakan pengaturan dalam kemajuan atau pendekatan sosial dalam kerangka politik saat ini bukanlah kegiatan semena-mena tetapi merupakan kegiatan yang teratur(*by planed*).

2. Kebijakan pada dasarnya memiliki kegiatan dimana saling berpengaruh dan direncanakan dengan tujuan mendorong otoritas pemerintah.
3. Kebijakan adalah hal yang betul-betul ditujukan kepada otoritas publik di bagian-bagian khusus.
4. Kebijakan publik bias bersifat mendukung atau tidak mendukung. Ketika struktur dikatakan mendukung, kebijakan publik dapat memasukan beberapa jenis kegiatan pemerintah dimana telah direncanakan guna untuk memberi dampak tujuan dari isu-isu. Sebaliknya ketika struktur tidak mendukung, akan memasukan keputusan untuk tidak bertindak, atau tidak melakukan apa-apa terhadap persoalan dimana bantuan pemerintah benar-benar penting.

### **2.1.3 Tahapan Kebijakan Publik**

Tahapan tahapan kebijakan publik, William Dunn (Anggara, 2014:120-121) dijabarkan seperti:.

1. Penyusunan agenda

Agenda setting merupakan tahapan paling tepat terhadap suatu kebenaran kebijakan publik. Dimana interaksi ini berada disuatu tempat untuk menguraikan isu dan kebutuhan publik. Jika suatu masalah dapat terhubung dan memperoleh status bagi sebagai masalah publik dan membutuhkan rencana publik, masalah tersebut memiliki hak istimewa untuk ditunjuk sebagai aset yang lebih terbuka dari pada masalah lain.

2. Formulasi Kebijakan

Isu yang ada pada rencana agenda kebijakan, lalu dilakukan pemeriksaan oleh pembuat kebijakan. Masalah tersebut artikan untuk dicari pemecah masalah

yang terbaik. Pemecah masalah berasal dari berbagai pilihan strategis atau pilihan kebijakan yang ada. Ini merupakan perjuangan suatu masalah untuk masuk dalam agenda kebijakan. Pada proses perumusan kebijakan, tiap-tiap strategi bersaing untuk dipilih sebagai kebijakan yang akan dipilih untuk mengatasi permasalahan.

### 3. Adopsi/Legitimasi Kebijakan

Legitimasi bertujuan untuk memberikan otorisasi pada proses dasar pemerintahan. Jika tindakan legitimasi dalam suatu masyarakat dilakukan oleh kedaultan rakyat, warga negara akan mengikuti arahan pemerintah. Meskipun demikian warga negara harus menerima bahwa tindakan pemerintah adalah sah. Legitimasi dapat diawasi dengan kontrol gambar tertentu dengan proses ini orang belajar untuk membantu pemerintah.

### 4. Penilaian Atau Evaluasi Kebijakan

Evaluasi kebijakan dapat dikatakan sebagai bisnis termasuk penilaian atau evaluasi kebijakan adalah sesuatu yang menggabungkan substansi dan dampak (Winarni, 2008:225). Untuk evaluasi ini dilihat sebagai tindakan yang berguna. Hal ini dikatakan bahwa penilaian terhadap evaluasi tidak hanya dilaksanakan pada tahap terakhir namun dilakukan pada tahap yang bersamaan, oleh karena itu evaluasi kebijakan ialah menggabungkan perumusan masalah, rencana pilihan dalam mengatasi persoalan, pelaksanaan, dan tahapan kebijakan.

#### **2.1.4 Urutan Proses Pembuatan Kebijakan Publik**

Urutan suatu perumusan kebijakan tentunya terdapat hal-hal paling diutamakan dalam pembuatannya. Menurut Nugroho (Hayat, 2018:26-27), memberikan pendirian yang signifikan dalam proses kebijakan publik, bahwa dalam kebijakan publik terdapat pengelompokan yg lebih spesifik yaitu.

1. Kepercayaan akan kebaikan, Kebaikan dalam kebijakan publik terkandung dalam arah dan penalaran yang dibangun dalam mewujudkan kepentingan publik atau masyarakat. Setiap kebijakan pada tingkat dasar berguna untuk kepentingan umum. Sehingga ketika kebijakan itu dirasakan dan betul-betul dirasakan manfaatnya dan tujuannya untuk masyarakat, kekuatan *trust* masyarakat akan semakin tinggi.
2. Nilai-Nilai dan Norma, kebijakan juga mempunyai nilai dan norma yang terkandung didalamnya itu apakah sesuai dengan standar yang ada atau tidak, terlepas dari apakah kualitas yang terkandung dalam sebuah kebijakan melanggar kode moral atau nilai substansi dari kebijakan itu sendiri.
3. Proses politik, kebijakan sebagai hasil interaksi politik. Kebijakan yang sudah masuk ke dalam standarisasi politik akan mengeluarkan keputusan bersama. Melakukan pendekatan dalam sebuah kebijakan adalah lumrah untuk mengolkan visi, misi, dan tujuan dari kebijakan itu.

#### **2.1.5 Jenis-jenis kebijakan publik**

Banyak ahli yang mengusulkan jenis kebijakan publik tergantung pada perspektif masing-masing. Anderson Subarsono (Pasolong, 2014:40) menyampaikan kategori kebijakan publik sebagai berikut:

1. Kebijakan *substantive* versus kebijakan *procedural*

Kebijakan *substantive* merupakan kebijakan yang apa yang akan dilakukan oleh pemerintah. Sedangkan kebijakan *procedural* adalah bagaimana kebijakan *substantive* tersebut dapat dijalankan.

2. Kebijakan *distributive* versus kebijakan regulatori versus kebijakan

*redistributive*. Kebijakan *distributive* menyangkut penyampaian pelayanan atau keuntungan pada masyarakat atau orang-orang. Kebijakan regulatori adalah kebijakan sebagai pembatasan atau larangan terhadap perilaku orang atau kelompok masyarakat. Sedangkan, kebijakan *redistributive* adalah kebijakan yang mengontrol alokasi kekayaan, pendapatan, pemilikan atau hak-hak diantara berbagai kelompok dalam masyarakat

3. Kebijakan yang berhubungan dengan barang umum (*public good*) dan barang

privat (*private goods*). Kebijakan *public goods* adalah kebijakan yang mengatur penyediaan barang atau jasa.

### **2.1.6 Proses kebijakan**

Dunn menjabarkan hal untuk menyelesaikan permasalahan politik ialah: 1) Penetapan agenda kebijakan, 2) Adopsi kebijakan, 3) Implementasi Kebijakan, 4) Evaluasi Kebijakan. Menurut Anderson , sebagai pakar kebijakan publik menetapkan proses kebijakan publik sebagai berikut: 1) Formulasi masalah, 2) Formulasi Kebijakan, 3) penentuan kebijakan, 4) Implementasi kebijakan, 5) Evaluasi kebijakan. Sedangkan menurut AG. Subarsono mengatakan bahwa proses



kebijakan publik ialah serangkaian intelektual yang dilakukan dalam proses kegiatan yang bersifat politis. (pasolong, 2014:41).

### **2.1.7 Analisis kebijakan publik**

Menurut William Dunn mengatakan analisis kebijakan ialah disiplin ilmu sosial terapan dengan memakai beragam teknik penelitian serta argument dengan maksud mendapatkan dan membagi informasi pasti dengan kebijakan, biasanya digunakan di tingkat politik dengan maksud menyelesaikan permasalahan kebijakan. Nugroho mejelskan pengertian terhadap kebijakan dan pembelajaran dalam menentukan suatu kebijakan (Pasolong, 2014: 41).

### **2.2 Implementasi Kebijakan Publik**

Konsep implementasi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to implement*. Dalam kamus besar Webster diimplementasikan (*to implement*) menyediakan cara untuk mengimplementasikan sesuatu (berarti *to provide the means for carrying out*), dan memberikan sarana serta menjalankan sesuatu (*to give peactical effect to*) (Anggara, 2014:232).

Mazmanian dan Sabatier menjelaskan hakikat implementasi kebijakan (Anggara, 2014:232) ialah memahami hal-hal yang seharusnya terjadi setelah suatu program dinyatakan berlaku atau dirumuskan. Selanjutnya menurut Gross dkk, mereka menekankan pentingnya partisipasi implementor dalam proses pembuatan kebijakan sebagai berikut :

- a. Partisipasi akan mengangkat jiwa para staf yang dibutuhkan dalam siklus implementasi.

- b. Partisipasi akan meningkatkan tanggung jawab yang diharapkan untuk mencapai perubahan.
- c. Partisipasi akan memperjelas inti dari tujuan dan sasaran yang ingin dicapai pada para implementor
- d. Partisipasi akan mengurangi reintensi para pelaksana.

### **2.3 Evaluasi Kebijakan**

Menetapkan manfaat serta kegunaan sosial kebijakan atau program, dan tidak sekedar usaha untuk mendapatkan informasi terhadap hasil dari kebijakan yang trantisipasi hal tersebut merupakan bentuk usaha. Pemberian nilai terhadap “*fenomena*” yang didalamnya terdapat pertimbangan nilai (*value judgment*) tertentu, merupakan pengertian evaluasi kebijakan. permasalahan yang dinilai seperti permasalahan sebuah aturan, seperti tujuan dan sasaran, kelompok sasaran yang ingin di penuhi, instrument kebijakan yang digunakan, respon dari lingkungan kebijakan, kinerja yang dicapai, dampak yang terjadi (Hayat, 2018:36)

#### **2.3.1 Fungsi Evaluasi Kebijakan**

Beberapa arti penting dalam analisis kebijakan dan evaluasi. Menurut Dunn (Hayat, 2018:38) memberikan pandangan mengenai fungsi kebijakan publik yakni:

1. Evaluasi memberikan informasi yang valid dan dapat di percaya terhadap kebijakan.
2. Evaluasi memberikan dukungan pada penjelasan dan masukan didalam hal yang mendasari pemilihan tujuan dan sasaran.
3. Evaluasi meberikan dukungan pada aplikasi metode-metode analisis kebijakan lainnya.

### 2.3.2 Tipe Evaluasi Kebijakan

Langbein (Hayat, 2018:40) membagi tipe evaluasi kebijakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Tipe evaluasi hasil (*outcomes of public implementation*) adalah penelitian yang bergantung pada tujuan strategi. Proporsi pencapaian eksekusi kebijakan merupakan sejauh mana tujuan program yang dicapai.
2. Tipe evaluasi (*process of public policy implementation*) merupakan penelitian penilaian yang bergantung pada aturan pelaksanaan (*juklak*) dan aturan khusus (*juknis*). Proporsi pencapaian eksekusi kebijakan adalah kesamaan interaksi eksekusi suatu kebijakan dengan aturan petunjuk (*guide lines*) yang telah ditetapkan.

### 2.3.3 Dimensi Evaluasi Kebijakan Publik

Palumbo megemukakan bahwa dimensi kajian pada studi evaluasi mencakup keseluruhan siklus dalam proses kebijakan, dari saat penyusunan desain kebijakan, implementasi, hingga diimplementasikan (Anggara, 2014:277). Menurut penjelasan diatas Palumbo menyimpulkan bahwa kajian dalam studi evaluasi kebijakan meliputi dimensi-dimensi berikut ini:

#### 1. Evaluasi Proses

Dimana membuat suatu aturan dan sebelum dilaksanakan dillakukan dua kali pelaksanaan evaluasi.

#### 2. Evaluasi Desain Kebijakan

Tahap dimana penilaian terhadap alternatif yang paling sedikit dengan menilai antara biaya dan tujuan (*cost-benefit analysis*).

### 3. Evaluasi Legitimasi Kebijakan

Mengukur keterbukaan suatu aturan di masyarakat (*stakeholder*) atau kelompok tujuan kebijakan tersebut.

### 4. Evaluasi Sumatif

Tahapan dimana dijalankan ketika aturan sudah dijalankan serta berpengaruh. Tujuannya yaitu menilai efektifitas kebijakan atau program serta pengaruh langsung pada saat penanganan masalah.

### 5. Evaluasi Formatif

Evaluasi formatif merupakan proses ini dilaksanakan dalam tahap pelaksanaan kebijakan. Maksud dari evaluasi formatif dimana dapat memberikan perbaikan atau penyempurnaan program yang sudah diterapkan dengan harapan membawa perubahan kearah yang lebih baik.

#### a. Aspek-aspek Evaluasi Formatif

Aspek-aspek kinerja implementasi yang dievaluasi dalam evaluasi formatif, antara lain sebagai berikut:

- 1) *Effort evaluation*, yaitu mengevaluasi ketersediaan input program.
- 2) *Performance evaluation*, yaitu mengkaji hasil terhadap masukan program.
- 3) *Effectiveness evaluation*, yaitu mengkaji pelaksanaannya sesuai dengan sasaran dan tujuan.
- 4) *Efficiency evaluation*, yaitu mengukur pengeluaran dengan hasil yang didapat.
- 5) *Process evaluation*, yaitu menilai teknik pelaksanaan.

Menurut William N. Dunn (Anggara, 2014:279-280), aspek-aspek kinerja kebijakan yang harus dievaluasi adalah sebagaimana dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2.1** Indikator Evaluasi Kebijakan Publik

<b>Indikator Evaluasi</b>	<b>Pertanyaan</b>
Efektifitas	Apakah hasil dan kebijakan yang diinginkan telah tercapai?
Efesiensi	Seberapa banyak upaya yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan?
Kecukupan	Seberapa banyak pencapaian upaya dari kebijakan dalam menyelesaikan permasalahan?
Perataan	Apakah biaya dan manfaat dari kebijakan itu sudah dapat dibagikan secara keseluruhan
Responsivitas	Apakah hasil dari kebijakan sudah memuaskan kebutuhan, preferensi atau nilai kelompok kelompok tertentu?
Ketepatan	Apakah hasil (tujuan) kebijakan yang diinginkan benar-benar berguna atau bernilai?

**Sumber:** Kategori Evaluasi (Anggara, 2014:279-280)

Berdasarkan indikator diatas dapat dijabarkan :

#### 1. Efektivitas

Efektivitas berisi perasaan mencapai kesuksesan dalam mencapai tujuan tertentu. Efektivitas juga disebut hasil yang berguna. Efektivitas berkaitan dengan upaya yang dikeluarkan dengan hasil yang diinginkan. Berkaitan erat terhadap kebenaran teknik, unit layanan atau nilai keuangannya, dan juga, menunjukkan sejauh mana strategi kebijakan publik berjalan secara benar dengan hasil yang telah ditetapkan.

#### 2. Efisien

Efisiensi sehubungan banyaknya upaya yang dibuat guna mendapatkan hasil efektivitas tertentu. Kebijakan dikatakan mencapai hasil maksimal dengan dana

minimum disebut efisien. Tujuan kebijakan publik sangat mendasar, harga yang ditimbulkan terhadap proses kebijakan sangat besar terhadap jumlah penerimaan. Artinya kegiatan kebijakan boros serta belum tepat dilakukan.

### 3. Kecukupan

Kecukupan dalam kebijakan publik merupakan sesuatu hal dicapai sudah dirasakan secara merata dengan semua cara dengan memenuhi apa saja yang di perlukan ketika mengatasi permasalahan. Berdasarkan konsep di atas, dapat dibidang bahwa kecukupan masih dikaitkan dengan efektivitas dengan menghitung atau memperkirakan sejauh mana alternatif dapat memenuhi kebutuhan, nilai atau peluang dalam mengatasi persoalan yang muncul.

### 4. Perataan

Perataan dalam kebijakan publik dapat dikatakan mempunyai arti dengan pemerataan yang diberikan dan diperoleh sasaran kebijakan publik. William N. Dunn mengungkapkan bahwa kriteria kesamaan (*equity*) diidentikan dengan kenyataan yang benar, sosial dan menunjuk pada penyampaian hasil dan usaha yang tidak memihak. Kebijakan terletak pada hasil atau upaya yang merata. Sebuah proram mungkin akan layak dan memadai apabila biaya dan manfaat seimbang. Kunci dari perataan yaitu kesetaraan dan kewajaran.

### 5. Responsivitas

Responsivitas dalam kebijakan publik merupakan tanggapan terhadap kegiatan. Ini berarti respon kebijakan publik terhadap implementasi kebijakan. Kebijakan dapat memenuhi kebutuhan, prioritas, atau nilai-nilai sekelompok orang. Kesuksesan kebijakan tersebut dapat diketahui melalui respons publik terhadap

implementasi terlebih dahulu mempredikasikan efek yang akan timbul ketika sebuah kebijakan diterapkan, serta respons masyarakat pasca efek kebijakan mulai dirasakan dalam bentuk dukungan positif atau bentuk penolakan.

#### 6. Ketepatan

Ketepatan merujuk pada nilai atau harga dari tujuan program dan pada kuatnya pendapat yang dasar tujuan-tujuan tersebut. Ketepatan/kelayakan (*appropriateness*) adalah langkah-langkah yang digunakan untuk memilih yang akan digunakan sebagai bahan dengan mengevaluasi apakah efek samping dari opsi yang disarankan adalah keputusan objektif yang dapat dicapai. Mengingat fakta bahwa aturan ini menyangkut tujuan substansi), misalnya efek lain yang tidak dapat diantisipasi sebelum efeknya positif maupun negatif atau dapat dibayangkan bahwa opsi yang berbeda dianggap lebih baik di bandingkan dengan pelaksanaan kebijakan, sehingga pendekatan lebih kuat.

#### **2.4 Pengertian Reklame**

Pengertian reklame menurut Peraturan Daerah Kota Batam Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Izin Reklame menyatakan bahwa Reklame suatu alat, tindakan media dimana memiliki ciri ragam, dibuat dengan maksud menjual. Menyajikan, menyambut, mengangkat atau menarik perhatian terhadap barang, individu atau elemen yang dapat dibaca, dilihat, didengar dan dirasakan serta sangat berpotensi. Reklame termasuk cara memberitahuan secara langsung mengenai sesuatu produk, dengan menampilkan kelebihan atau penampilan dengan bertujuan supaya produk yang dimaksud ramai di pasaran, pengertian tersebut berdasarkan kamus besar

Bahasa Indonesia. Perusahaan membutuhkan media dalam mempromosikan produknya sehingga reklame adalah salah satu cara yang banyak digunakan

#### 1. Jenis jenis Reklame

- a. Reklame billboard atau megatron, adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, kertas, fiber, glass, kaca, batu logam atau bahan lain yang sejenis, dipasang ditempat yang telah disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara lain digantungkan atau ditempel pada benda lainnya.
- b. Reklame kain atau umbul umbul, sepamduk, banner adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, plastik, karet, bagor.
- c. Reklame melekat (stiker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, ditempel atau dipasang pada benda lain.
- d. Reklame selebaran adalah reklame yang disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan untuk tidak ditempelkan, diletakkan pada tempat lain.
- e. Reklame berjalan termasuk pada kendaraan adalah reklame yang dilakukan dengan cara berjalan atau memutar dimana reklame tersebut ditempelkan dikendaraan.
- f. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, pesawat dan alat lain yang sejenisnya.



- g. Reklame suara merupakan reklame yang dilakukan dengan memakai kata-kata yang diucapkan atau mengeluarkan suara yang ditimbulkan dari perantara alat.
- h. Reklame filem adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau filem ataupun bahan-bahan lain yang sejenisnya.
- i. Reklame peragaan adalah reklame yang dilakukan dengan teknik memperagakan suatu barang dengan dan tanpa disertai suara.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

- 1) Penelitian Reza Septian Nugraha dkk program jurusan Administrasi Publik, FIA, Universitas Brawijaya dengan judul Evaluasi Kebijakan Penataan Dan Sistem Pemungutan Pajak Reklame Di Kabupaten Malang. Jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1 No.1: 128-136 (2013). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis kebijakan penataan dan sistem pemungutan pajak reklame, serta faktor kendala dalam penataan dan pemungutannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan fokus permasalahan adalah (1) Kebijakan Penataan dan Sistem Pemungutan Pajak, (2) Faktor Kendala Dalam Penataan dan Pemungutan Pajak Reklame di Kabupaten Malang. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kebijakan penataan reklame yang dilakukan oleh DPPKA kabupaten malang belum maksimal, ada beberapa penyebab sehingga tidak sesuai perda yang telah ditetapkan (Reza, 2013).

2) Implementasi Kebijakan Pemerintah Kota Surabaya Mengenai Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 Tahun 2006 Terkait Dengan Penertiban Izin Reklame Videotron di Kota Surabaya merupakan penelitian dari Genis Armoyo. Jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Politik Muda, Vol. 3 No. 3, ISSN 332-343 (2014). Dalam hal ini menjaga estetika kota Surabaya di maksudkan ketika para pengusaha biro reklame yang ingin mendirikan usahanya di ruang publik mereka harus menaati peraturan yang sudah ditentukan agar ketika mereka menyelenggarakan usahanya di ruang publik itu tidak sampai menimbulkan kesenjangan dilapangan. Hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan oleh panneliti sendiri dalam implementasi kebijakan perizinan reklame vidiotron ini menunjukkan bahwa kineja pemerintah kota Surabaya beserta dinas pemberi izin sendiri sudah melaksanakan tugasnya dengan baik namun dalam penyelenggaraan dilapangan ditemukan fenomena politik yang menjembatani proses perizinan reklame vidiotron dengan latar belakang sosil para elit pengusaha reklame agar proses perizinan mereka dapat dipermudah (Armoyo, 2014). Penelitian ini dilakukan oleh Yan Suprandy Djabier dengan judul Implementasi Kebijakan Izin Penyelenggaraan Reklame di Kota Palu. Vol 3 No 11, ISSN: 2302-2019 (2015). *Motivation behind this examination is to comprehend the compliane of Mayoral guideline goals on the execution of the board through the execution cycle. The idea utilized in this investigation comes from the execution of Van Meter and Van Horn, the essential size and strategy goals, strategy assets, correspondence among associations and execution activites,*

*normal for the carrying out organizations, monetary climate, inclination of the implementers. The consequences of this exploration show that fundamentally, the six pointers have been very acceptable, however the correspondence among the establishments should be worked on all together that the coordination of the five offices that carry out the arrangement can function admirably. Besides, HR are additionally not maximal in executing the strategy because of absence of faculty taht making it hard to amplify the mayoral guideline (Mirza 2019).*

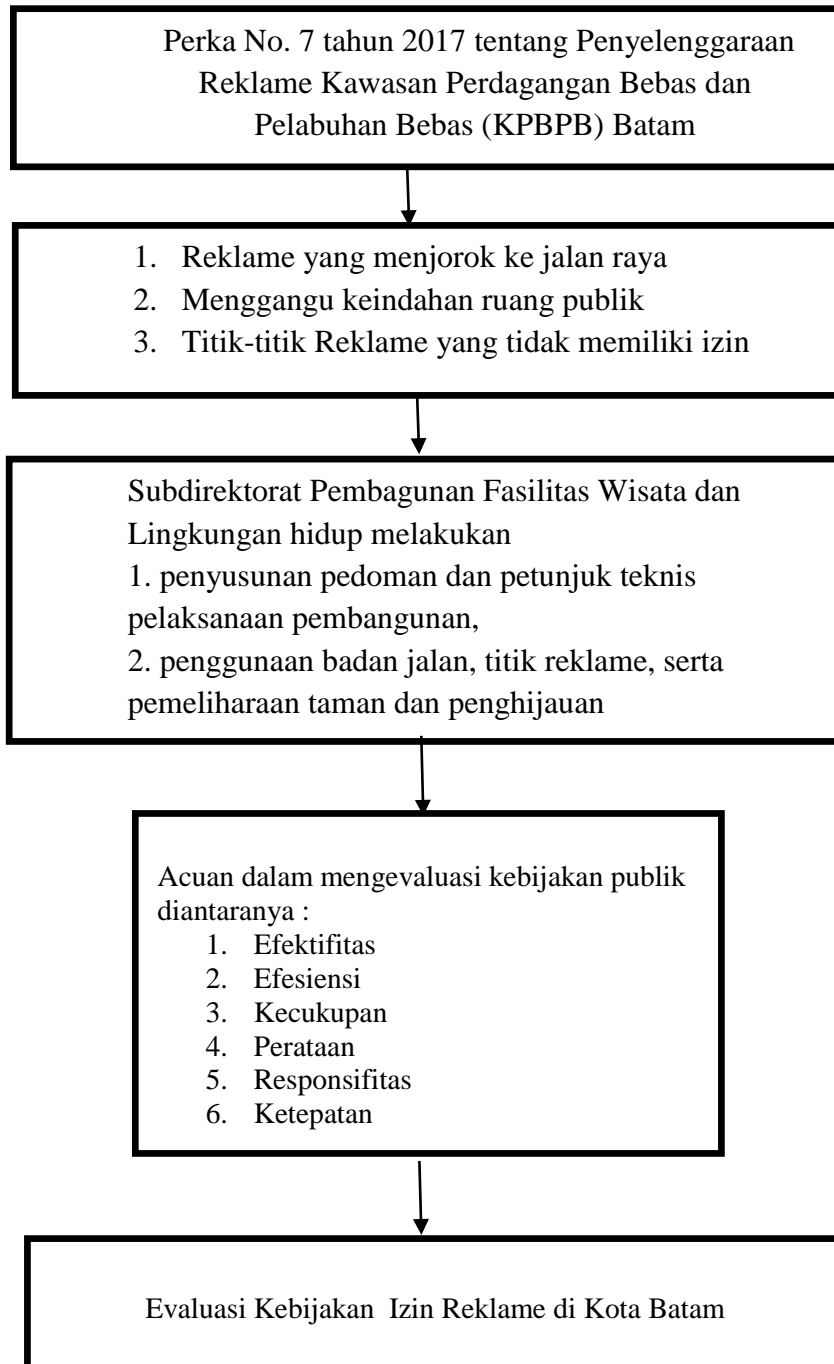
- 3) Efektifitas Pengawasan Perizinan Reklame di Kota Surabaya, Penelitian ini dilakukan oleh Agnesia Margaretha Gunawan. Jurnal ini diterbitkan oleh FISP. ISSN 2303-321X, Vol. 3, No. 3 (2015). Tujuan studi ini mendeskripsikan efektifitas perizinan reklame di kota Surabaya. Itu disebabkan tingginya pelanggaran dimana tidak memiliki izin sehingga terjadi kenaikan terus-menerus. Agar penjagaan dalam perizinan berjalan sesuai, diperlukan perbandingan masukan dan hasil penjagaan (Mirza 2019).
- 4) Evaluasi Kebijakan Pemasangan Banner dan Papan Reklame Ilegal Yang Mempengaruhi Keindahan Kota Malang merupakan judul penelitian Abdul Haris Nur Sugeng dan Retno Wulan Sekarsari. Jurnal ini diterbitkan oleh JISOP. Vol. 1, No. 1, ISSN 2656-1565 (2019). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi Pemerintah kota Malang dalam penertiban pemasangan banner dan reklame ilegal disepanjang jalan Sukarno Hatta sampai jalan Tlogomas dan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi pemerintah Kota Malang dalam pengawasan dan penertiban terhadap

pemasangan banner dan reklame ilegal disepanjang jalan Tlogomas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif-kualitatif. Terjun ke arah pedoman kontrol dan pengawasan seperti implementasi hukum dan kosekwensi yang merugikan untuk memastikan kepentingan publik, maka perlu di lakukan pengaturan tentang Retribusi Izin Pemasangan Reklame (Abdul&Reza, 2019).

- 5) Implementasi Peraturan Walikota Denpasar Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Reklame Dalam Rangka Penertiban Reklame Di Kota Denpasar, Penelitian ini dilakukan oleh I Made Andika Wesnala dkk, dengan judul . Jurnal ini diterbitkan Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 6, No. 4, E-ISSN 2303-0585 (2018). Melakukan kegiatan, pengawasan, dan perapian reklame tanpa izin sudah dilakukan pencabutan dan kerapian oleh anggota penyelenggara reklame (Andika Made, 2018).
- 6) Penelitian ini dilakukan oleh Bahru Harahap, Syahril Effendi, dengan judul Analisis Kinerja Pemungutan Dan Retribusi Pajak Reklame Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Batam. JIM UPB Vol 8 No.2 2020, E-ISSN: 2549-9591 (2020). Penelitian ini ingin menguji Kinerja Pemungutan dan Retribusi Pungutan Pajak Reklame berpengaruh secara signifikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Batam. Adapun beberapa kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1).Kinerja Pemungutan Pajak Reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Batam. 2).Pungutan Retribusi Pajak Reklame berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Batam.

3). Kinerja Pemungutan Pajak Reklame dan Pungutan Retribusi Pajak Reklame secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Batam (Harahap and Effendi 2020).

## 2.6 Kerangka Berfikir



**Gambar 2.1** Kerangka Berfikir.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang berfokus pada penyelesaian masalah praktis untuk membuat hidup lebih praktis. Menurut tingkat kealamian lokasi penelitian, penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode survei dimana metode ini adalah, metode yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang nyata (bukan buatan), melakukan pengumpulan data, contohnya melakukan penyebaran kuesioner, mengajukan pertanyaan, dan wawancara terstruktur, serta lain-lain. Melalui teknik tersebut, peneliti akan menganalisis informasi apa aja yang diperoleh dari lapangan dengan teliti untuk menjadi suatu kesatuan penelitian yang berkualitas.

Pengertian penelitian kualitatif (Sugiyono, 2014:208) yaitu teknik penelitian berdasarkan pada penalaran positif, dipergunakan untuk meneliti pada situasi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen penting, teknik pengumpulan data yang dilakukan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna pada generalisasi.

### **3.2 Fokus Penelitian**

Spradley mengatakan fokus penelitian yaitu khusus, tunggal atau sesuatu yang sangat khusus dan saling terkait dari keadaan sosial (Sugiyono, 2014:209). Fokus penelitian ini ditentukan dari hasil survey dan proses pembaruan data yang didapatkan melalui kondisi sosial di lokasi.

Patokan dalam penelitian Evaluasi Kebijakan Izin Reklame di Kota Batam indikator yang digunakan:

1. Efektifitas, kebijakan yang harapkan tercapai.
2. Efisien, bagaimana cara yang dibuat untuk pencapaian yang maksimal.
3. Kecukupan, sejauh mana pencapaian dalam memecahkan masalah.
4. Perataan, penyampaian kebijakan sudah dilakukan secara keseluruhan sehingga adanya kemungkinan ketidaktahuan informasi tidak ada.
5. Responsivitas, tanggapan terhadap hasil keputusan sudah dapat dirasakan kebutuhan, profesi, atau nilai terhadap kelompok.
6. Ketepatan, sasaran kebijakan yang dibuat sudah bermanfaat.



### 3.3 Sumber data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.

Dalam penelitian ini, peneliti memakai dua sumber data yaitu:

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data perolehan informan. Informan dipilih penelitian dengan cara pengambilan sampel yang ditargetkan, dimana pemilihan informan sengaja dilakukan berdasarkan kriteria yang sesuai dan untuk menjadi seorang narasumber harus jelas. Kriteria informan penelitian ini ditentukan berdasarkan teknik pemilihan informan:

- a. Informan telah mengetahui permasalahan, serta turun langsung dalam permasalahan, tujuan penelitian ini dan seringkali memiliki keahlian pemberian informasi dengan tanggap atau diluar kepala ketika peneliti bertanya.
- b. Informan memiliki peran langsung terhadap ruang lingkup aktivitas dalam tujuan penelitian.
- c. Informan, ketersediaan waktu yang banyak dimintai informasi.

Menurut kriteria diatas maka peneliti menetapkan beberapa informan penelitian ini

**Tabel 3.1** Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN
1.	Harry P. Utomo	Kepala Subdit Pembangunan Fasilitas Wisata dan Lingkungan Hidup
2.	Dade	Humas Pembangunan Fasilitas Wisata dan Lingkungan Hidup
3.	Abdul Kodir	Kepala Seksi Pembagunan Taman dan Penghijauan Direktorat Infranstruktur Kawasan
4.	Yahya Aulia	Masyarakat
5.	Pratiwi	Masyarakat
6.	Aryo	Petugas Satpoll PP

(Sumber: Wawancara Penulis)

## 2. Data Sekunder

Data sekunder biasanya secara tidak langsung diizinkan dari sumbernya, yaitu buku jurnal, peraturan perundang-undangan dan sumber arsip mengenai perumusan peraturan daerah dan juga data lain yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data bergerak dari data empiris dalam rangka membangun teori. Proses pengumpulan data ini dijelaskan Nasution (Sugiyono, 2016:222) meliputi tahap-tahap sebagai berikut :

- a. Memasuki lokasi penelitian (getting in)
- b. Berada dilokasi penelitian (getting along)
- c. Pengumpulan data (logging data)

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Dua bentuk cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Wawancara mendalam, adalah teknik dimana peneliti dan informan melakukan tatap muka secara langsung. Dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara langsung maupun melalui media telepon dengan narasumber dari Sekertariat dinas yang akan dituju, tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang akan diajukan oleh peneliti.
2. Dokumentasi, merupakan pengambilan data menggunakan dokumen sebagai sumber data. Dokumen sebagai sumber data peneliti dapat berbentuk tulisan, gambar, foto sebagai bahan tambahan untuk penelitian.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif akan berlangsung bersamaan dengan bagian lain dari pengembangan penelitian kualitatif, yaitu pengumpulan data dan penulisan temuan. Misalnya, ketika wawancara dilakukan, peneliti dapat menganalisis wawancara yang dikumpulkan sebelumnya, membuat catatan yang nantinya akan dimasukkan kedalam cerita dalam laporan akhir, dan menyusun laporan akhir. Bogdan mengatakan teknik analisis data adalah tahapan menemukan lalu menatanya dengan teratur, informasi didapatkan melalui wawancara, survey lokasi, dan data-data lain, agar mudah di sampaikan. (Sugiyono, 2016:244). Miles beserta Huberman menjabarkan jika kegiatan analisis data kualitatif dilaksanakan

dengan interaktif dan dilakukan berulang-ulang, sampai datanya sudah jenuh.(Sugiyono, 2016:247)

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data artinya meringkas, mengambil permasalahan utama, memilih fokus untuk sesuatu yang penting, mencari dan menemukan tema dan fotonya. Oleh karena itu data yang telah diringkas lebih singkat dan jelas, dapat membantu penelian dalam mengumpulkan data berikutnya.

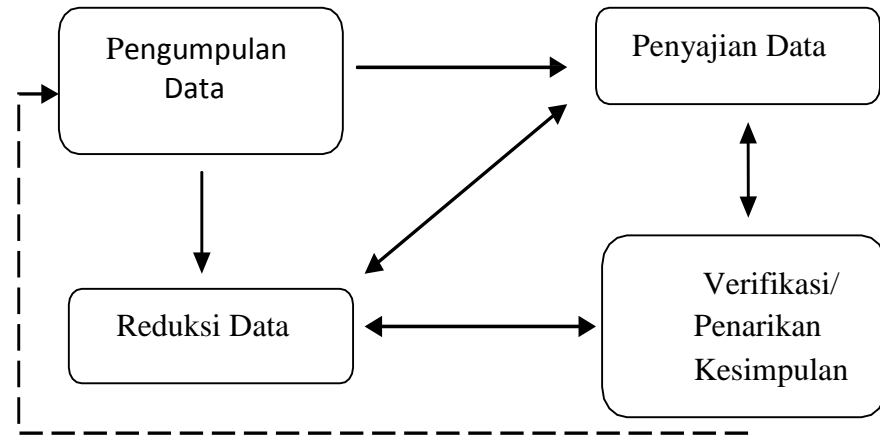
2. *Data Displa* (Penyajian Data)

Untuk penelitian kualitatif, paling biasa dipakai adalah bersifat naratif/narasi. Untuk bagan, dan floechart dan hubungan antar katagori hanya dalam bentuk uraian singkat..

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif artinya temuan yang belum pernah ada merupakan kesimpulan penelitian kualitatif. Penemuan yang berupa menggambarkan atau memprediksikan suatu masalah yang masih belum jelas, gelap atau belum pasti. Setelah dilakukan penelitian lebih lanjut menghasilkan penemuan yang jelas dapat berupa hipotesi.

Model analisis digambarkan oleh Huberman dan Miles dapat di lihat seperti ini :



**Gambar 3.1** Model Analisis Data Interaktif Miles dan Huberman (Sumber, Sugiyono: 2016)

### 3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, dalam menjamin tingkat kepercayaan atau kebenaran, maka peneliti memakai uji keabsahan informasi sebagai berikut (Sugiyono, 2014:270)

- a. Uji *Kredibilitas*, kepercayaan terhadap informasi hasil penelitian antar lain dilakukan dengan.
  - 1) Perpanjangan Pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan dengan tujuan menemukan fakta-fakta yang dapat diamati, bertemu lagi dengan pemberi informasi, yang dilakukan untuk ditemui ataupun belum.
  - 2) Meningkatkan ketelitian artinya dapat memberikan fakta yang dapat dicerna secara hati-hati dan konsisten.

- 3) Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan informasi yang diidentikan sebagai pemeriksa informasi yang diterima dari sumber tidak sama, dan waktu yang tidak sama.
  - 4) Mengadakan pengecekan dimana melakukan pencocokan informasi yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Data Penyajian, Data Reduksi, Data Kesimpulan/Berifikasi.
- b. Uji *Transferability*, dalam membuat kesimpulan dilakukan secara detail, jelas, teratur, dan dapat dipercaya.
  - c. Uji *Depenability*, melakukan penyeleksian terhadap semua tahapan penelitian.
  - d. Uji *Konfirmability*, hasil dari penelitian telah diketahui semua orang.

### **3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

#### **a. Lokasi Penelitian**

Lokasi tempat penelitian ini adalah Jalan Engku Putri, Teluk Tering, Batam Kota, Kepulauan Riau, Badan Pengusahaan Batam Direktorat Infrastruktur Kawasan. Tujuan pemilihan tempat penelitian karena bertepatan dengan permasalahan penelitian yaitu Evaluasi Kebijakan Izin Reklame di Kota Batam.

