

**IMPLEMENTASI KEBIJAKAN  
PENGELOLAAN REKLAME DI KOTA BANDUNG**

**Deden Suhendar**

Program Studi Ilmu Sosial, Konsentrasi Ilmu Administrasi Publik,  
e-mail: deden\_suhendar321@yahoo.co.id

**ABSTRAK.** Penelitian ini bertujuan untuk menemukan konsep baru tentang implementasi kebijakan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data terdiri atas sumber data primer dan data sekunder yang berkaitan dengan situasi dan kondisi empirisnya. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Kendala-kendala dalam implementasi kebijakan ini adalah: 1) Sebagian aparatur implementor kebijakan kurang memahami tujuan kebijakan pengelolaan reklame; 2) Lemahnya mental sumber daya aparatur implementor kebijakan; 3) SKPD yang menjadi implementor kebijakan belum secara menyeluruh didukung dengan sumber daya teknologi yang memadai; 4) Kurang terjalannya komunikasi dengan baik antara pihak Pemerintah Kota Bandung dengan para implementor kebijakan, antar SKPD implementor kebijakan, Pemerintah Kota Bandung dengan para pemasang reklame, dan Pemerintah Kota Bandung dengan masyarakat yang berada pada ruas jalan yang bebas reklame; 5) Adanya tekanan politis dari pihak-pihak tertentu terhadap implementor kebijakan; 6) Pemerintah Kota Bandung tidak konsisten dalam mengimplementasikan kebijakan pengelolaan reklame. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa implementasi kebijakan pengelolaan reklame di Kota Bandung secara empirik belum memberikan dampak yang signifikan terhadap penataan estetika kota. Disposisi/sikap pelaksana, karakteristik organisasi pelaksana, kondisi ekonomi, sosial, dan politik; aktivitas komunikasi antar organisasi pelaksana; standar dan tujuan kebijakan; dan sumber daya; belum memberikan kontribusi yang berarti terhadap keberhasilan kebijakan. Hal yang paling dominan dalam implementasi kebijakan ini adalah konsistensi sikap implementor dari tingkat pimpinan puncak sampai pelaksana untuk mengimplementasikan kebijakan sesuai dengan tujuan kebijakan. Dengan adanya konsistensi sikap implementor sejak proses perencanaan sampai dengan proses pengawasan akan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan implementasi kebijakan.

**Kata Kunci:** Implementasi Kebijakan, Pengelolaan Reklame, Kota Bandung

***THE IMPLEMENTATION OF ADVERTISEMENTS MANAGEMENT POLICY  
IN BANDUNG CITY***

**ABSTRACT.** *This research is aimed to discover a new concept of policy implementation. The method used in this research is qualitative descriptive method. The data sources are primary and secondary data related to the empirical*

*situation and the condition of the implementation. The data collection techniques, however, are done by observation, depth interviews, and documentation study. According to the result of field survey, it is found that there are some obstacles in the implementation of advertisements management policy in Bandung city. They are: 1) some of the policy implement apparatus are lack of understanding about the policy objectives, 2) the human resources, especially, the mental of policy implement apparatus are still limited; 3) the policy's institution is not supported by a holistic technology automation; 4) the communication among the party leadership, subordinates, institution of policy, government of Bandung city, the poster advertising, and the targeted policies—primarily located at the free link publicity—are not established well, 5) there are some political matters at which influence the implementer of the policy; 6) There is inconsistent of the implementers in the implementation of the main goal of the policy. The results found that the government of Bandung City has implemented policy, but empirically it hasn't effective yet so that has not provided a significant impact on the aesthetic arrangement of the city. The disposition/implementer attitude, organizational characteristics of implementer, economic conditions, social, and politic; the activities of communication among the implementer organization; standard and purpose of policy, and resources; not provide a significant contribution to the successful of policy. The findings of this research, the most influential on the implementation of advertisements management is the consistency of implementers from the top management to executive level for implementing policies in accordance with predetermined policy objectives. It is believed that with the consistency of implementers, started from planing process until the controlling process will greatly affect the successful of implementation.*

**Keyword:** *Policy Implementation, Advertisements Management, Bandung City*

## **PENDAHULUAN**

Salah satu ciri pemerintahan yang efektif adalah komitmennya untuk memberlakukan dan menegakkan aturan perundangan yang telah dibuatnya. Demikian pula halnya dengan Pemerintah Kota Bandung, dalam upaya menertibkan penyelenggaraan reklame agar lebih selaras dengan estetika kota, telah mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 17 Tahun 2001 tentang Penyelenggaraan Reklame sebagaimana diubah dengan Perda Nomor 02 Tahun 2007. Untuk mengimplementasikannya telah dikeluarkan pula Peraturan Walikota Bandung Nomor 407 Tahun 2007 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame sebagaimana diubah dengan Peraturan Walikota Bandung Nomor 470 Tahun 2008 tentang Perubahan Perwal No. 407/2007. Tujuan utama dikeluarkannya Perda tentang Penyelenggaraan Reklame di Kota Bandung itu adalah untuk menata reklame agar sesuai dengan estetika ruang kota.