

ABSTRAK

Reklame merupakan salah satu media periklanan, yang keberadaannya dengan mudah dijumpai di jalan raya. Untuk mengatur keberadaan reklame maka dibutuhkan suatu kebijakan. Untuk setiap penyelenggaraan reklame, Pemerintah Daerah memungut pajak reklame, sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah.

Penelitian ini mencoba mendeskripsikan implementasi kebijakan penyelenggaraan reklame di Kota Surabaya, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 10 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 8 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Reklame dan Pajak Reklame; dan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 85 tahun 2006 tentang Tata Cara Penyelenggaraan Reklame.

Untuk menjawab permasalahan penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang; Dinas Pendapatan dan Pengelolaan Keuangan; serta Satuan Polisi Pamong Praja Kota Surabaya. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan memanfaatkan studi dokumenter serta penelusuran media *online*. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Setelah data terkumpul dan disajikan selanjutnya menganalisis data dengan mengkategorikan data-data yang ada sehingga saling berkaitan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan reklame di Kota Surabaya masih belum sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 10 Tahun 2009 dan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 1 Tahun 2011. Karena masih banyak ditemukan reklame yang tidak berizin atau yang masa izinnya sudah habis, tetapi tidak segera dibongkar oleh Satuan Polisi Pamong Praja, sebagai aparat yang berwenang melakukan pembongkaran reklame.

Kata kunci: implementasi kebijakan, reklame.