

## **PENERTIBAN REKLAME DI KOTA PEKANBARU**

**Viola Fitriani Br. Daulay**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik,  
Universitas Riau, Indonesia

Corresponding author email: [Violafitriani01@gmail.com](mailto:Violafitriani01@gmail.com)

**Zaili Rusli**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik,  
Universitas Riau, Indonesia

[Zailirusliwdzr@Yahoo.co.id](mailto:Zailirusliwdzr@Yahoo.co.id)

### **ABSTRACT**

*With the rapid development of the city and in accordance with the high rate of growth of various advertisements, it is necessary to arrange the implementation of advertisements in an integrated, comprehensive, effective and efficient manner. The control of billboards in Pekanbaru City is regulated in Pekanbaru Mayor Regulation Number 24 of 2013 concerning the Implementation of Advertisements, the aim is to create an orderly billboard in Pekanbaru City in the context of directed and controlled urban spatial planning. However, in reality there are still problems in controlling illegal billboards in Pekanbaru City. The purpose of this research is to find out how to control billboards in Pekanbaru City and the inhibiting factors that affect the implementation of controlling billboards in Pekanbaru City. This study uses the theory of Bohari (1992:25) Repressive/Direct Supervision with indicators of periodic supervision, control/reprimand, sanctions. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach, the required data such as primary data and secondary data obtained through purposive sampling data collection techniques used, namely, literature study, interviews, documentation analysis, observation. The results showed that the supervision of controlling billboards in Pekanbaru City had not run optimally, while the inhibiting factors in controlling billboards were the absence of Coordination SOPs between related agencies, and the weak commitment of the billboard control task force team in controlling billboards in Pekanbaru City.*

**Keywords:** Control; Supervision; Advertising

### **ABSTRAK**

Semakin pesatnya perkembangan kota dan sesuai dengan tingginya laju pertumbuhan reklame yang beraneka ragam maka diperlukan penataan penyelenggaraan reklame secara terpadu, menyeluruh, efektif dan efisien. Penertiban reklame di Kota Pekanbaru diatur dalam Peraturan Walikota

Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame, tujuannya agar terciptanya tertib reklame di Kota Pekanbaru dalam rangka penataan ruang kota yang terarah dan terkendali. Namun kenyataannya masih ditemukan masalah dalam melakukan penertiban reklame ilegal di Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penertiban reklame di Kota Pekanbaru dan faktor penghambat yang mempengaruhi pelaksanaan penertiban reklame yang ada pada Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan teori Bohari (1992:25) Pengawasan Represif/Langsung dengan indikator pengawasan berkala, penertiban/teguran, sanksi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data yang diperlukan seperti data primer dan data sekunder diperoleh melalui teknik pengumpulan data *purposive sampling* yang digunakan yaitu, studi pustaka, wawancara, analisis dokumentasi, observasi. Hasil penelitian menunjukkan pengawasan penertiban reklame di Kota Pekanbaru belum berjalan maksimal, adapun faktor penghambat dalam melakukan penertiban reklame adalah tidak adanya SOP Koordinasi antar instansi terkait, dan lemahnya komitmen tim satgas penertiban reklame dalam melakukan penertiban rerklame di Kota Pekanbaru.

***Kata Kunci :*** Penertiban; Pengawasan; Reklame

## **PENDAHULUAN**

Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan, yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. (Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 04 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame)

Reklame sudah berkembang menjadi suatu sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen produk dan jasa tetapi juga bagi konsumen. Fungsi reklame sebagai metode promosi lainnya dalam menyampaikan pesan kepada konsumen menjadikan salah satu sistem komunikasi tersebut memegang peran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya. Banyaknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, pihak swasta dan pemerintah, membuat daerah Pekanbaru ramai oleh banyaknya penggunaan reklame salah satunya adalah dengan memasang iklan yang terdapat di pinggiran jalanan atau dapat juga kita lihat disekitar Jembatan Penyebrangan Orang (JPO). Sepanjang jalan, baik di jalan-jalan protokol maupun di jalan-jalan yang tidak termasuk jalan protokol pasti akan ditemui reklame dengan berbagai jenis dan berbagai macam ukuran yang mengiklankan produk-produk yang ditawarkan.

Banyaknya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, pihak swasta dan pemerintah, membuat daerah Pekanbaru ramai oleh banyaknya penggunaan reklame salah satunya adalah dengan memasang iklan yang terdapat di pinggiran jalanan atau dapat juga kita lihat disekitar Jembatan Penyebrangan Orang (JPO). Sepanjang jalan, baik di jalan-jalan protokol maupun di jalan-jalan yang tidak termasuk jalan protokol pasti akan ditemui reklame dengan berbagai jenis dan berbagai macam ukuran yang mengiklankan produk-produk yang ditawarkan.

Reklame berkontribusi terhadap pendapatan Kota Pekanbaru melalui pajak reklame yang diatur dalam dalam Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2018. Pajak reklame menyumbang hingga 10% lebih pada PAD Kota Pekanbaru ,hal ini bisa dilihat melalui rekap pajak reklame Kota Pekanbaru.

**Tabel 1. 1. Target dan Realisasi Pajak Reklame Tahun 2018-2021**

Tahun	Pajak Reklame		%	Kontribusi pajak reklame terhadap PAD (%)
	Target	Realisasi		
2018	222,017,565,881	23,363,011,100	10,52	24,53
2019	148,126,884,833	30,954,181,681	20,90	22,32
2020	27,103,188,591	28,003,177,528	103,32	167,63
2021	28,500,000,000	31,297,328,419	109,82	20,33

*Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2021*

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari pajak reklame. Terhitung dari tahun 2018 sampai tahun 2021 menunjukkan jumlah realisasi pendapatan pajak reklame untuk PAD Kota Pekanbaru selalu berfluktuatif. Hal ini menunjukkan keberhasilan pemerintah Kota Pekanbaru dalam menertibkan reklame yang melanggar aturan masih belum berhasil dibuktikan dengan masih banyaknya reklame yang tidak tertib dan melanggar aturan terpampang disetiap sudut Kota Pekanbaru sehingga memberikan dampak penerimaan pajak reklame yang di berikan kepada PAD selalu mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru mendata sejumlah reklame yang ada pada wilayah Kota Pekanbaru.

**Tabel 1. 2.**  
**Rekap Objek Pajak dan Wajib Pajak Reklame Tahun 2020-2021**

No.	Bulan	Jumlah OP/WP	
		2020	2021
1.	Januari	0	55
2.	Februari	224	20
3.	Maret	106	77
4.	April	57	66
5.	Mei	34	6
6.	Juni	60	41
7.	Juli	112	30
8.	Agustus	78	20
9.	September	66	-
10.	Oktober	141	-
11.	November	94	-
12.	Desember	94	-
<b>JUMLAH</b>		<b>1066</b>	<b>315</b>

*Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2021*

Dapat dilihat pada tahun 2020 jumlah reklame terdata sebanyak 1066 dan pada tahun 2021 terdata sebanyak 315 OPWP. Maraknya penggunaan reklame yang tidak memiliki Izin tayang di Kota Pekanbaru menjadi sorotan publik. Hal ini disebabkan karena banyaknya pelanggaran ketertiban umum yang dilakukan oleh penyelenggara reklame seperti pemasangan reklame berupa Papan Nama Toko (PNT), LED, billboard, Spanduk dan berbagai jenis reklame isidentil yang tidak tertib baik karena tidak memiliki Izin ataupun reklame berizin namun melewati batas masa izin aktif tayang dan dibiarkan berdiri tanpa memperpanjang masa izinnya.

Pihak penyelenggara reklame wajib mendaftarkan reklame mereka ke Bapenda Kota Pekanbaru apabila reklame tersebut membutuhkan izin untuk tayang. Izin tersebut berguna agar reklame yang ditayangkan oleh pihak penyelenggara reklame mendapat legalitas dalam mempromosikan barang dan jasa bagi penyelenggara reklame. Berdasarkan sumber dari Dinas Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru tentang penyelenggaraan reklame terdapat data mengenai izin tayang reklame dan data yang tidak memiliki izin tayang reklame. Berikut daftar data reklame berizin dan tidak berizin di Kota Pekanbaru.

**Tabel 1. 3. Rekap Reklame Berizin dan Tidak Berizin**

No.	Rekap Reklame	Tahun (Januari 2020-Agustus 2021)	
		2020	2021
1.	Reklame Berizin	1066	315
2.	Reklame Tidak Berizin/ilegal	5106	3001

*Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru, 2021*

Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa terdapat sejumlah total reklame yang memiliki izin dan yang tidak memiliki izin di Kota Pekanbaru. Pada tahun 2020 jumlah izin aktif reklame berjumlah 1066 reklame dan pada tahun 2021 jumlah izin aktif reklame berjumlah 315 reklame. Jumlah reklame yang tidak memiliki izin dan melanggar Perwako Kota Pekanbaru nomor 24 tahun 2013 terkait pelanggaran tempat, ukuran dan waktu dikategorikan ke dalam bentuk reklame ilegal. Pada tahun 2020 jumlah reklame ilegal sejumlah 5106, pada tahun 2021 sejumlah 3404 reklame ilegal. Dari data di atas dapat diketahui bahwa jumlah reklame berizin dari tahun 2020 hingga tahun 2021 mengalami degradasi dan dapat dilihat bahwa jumlah reklame berizin jauh lebih sedikit dari pada jumlah reklame tidak berizin. Hal ini dikarenakan masih banyak penyelenggara reklame yang memasang reklame tanpa mendapat izin dan banyak penyelenggara reklame yang memanfaatkan promosi berbasis online agar tidak dikenakan pajak sehingga menyebabkan penurunan angka pemanfaatan reklame secara langsung di Kota Pekanbaru terutama selama masa pandemi Covid-19 ini.

Dampak yang diterima oleh Kota Pekanbaru akibat maraknya penggunaan reklame secara ilegal yang dilakukan pihak penyelenggara reklame secara kucing-kucingan membuat penerimaan pajak Kota Pekanbaru menjadi tidak efektif, selain itu visual keindahan tatanan Kota Pekanbaru tidak lagi terlihat indah akibat banyaknya reklame selebaran yang ditempel di pohon-pohon pinggiran jalanan kota. Sehingga bahwa dalam rangka penataan ruang kota yang terarah dan terkendali serta meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dalam penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru maka perlu diterbitkan regulasi, bahwa dengan semakin pesatnya perkembangan kota dan sesuai dengan tingginya laju pertumbuhan reklame yang beraneka ragam maka diperlukan penataan penyelenggaraan reklame secara terpadu, menyeluruh, efektif dan efisien maka Peraturan Walikota Nomor 24 Tahun 2013 menjadi landasan yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame di Kota Pekanbaru.

Banyak faktor yang menjadi penyebab banyak berdirinya reklame ilegal di Kota Pekanbaru, seperti sulitnya pengurusan perizinan didalam

penyelenggaraan pendirian reklame, kualitas pelayanan yang rendah, dan kurangnya kesadaran penyelenggara reklame mengenai wajib IMB untuk reklame yang menempel pada bangunan ataupun reklame yang membutuhkan tiang dan izin penyelenggara untuk legalitas penayangan iklan, karena faktor-faktor tersebut sehingga masih banyaknya ditemukan reklame yang berdiri tanpa izin/ilegal.

Dalam upaya penertiban reklame pihak Bapenda selaku penanggungjawab perizinan memiliki Satuan Tugas sendiri dalam melakukan penertiban dan pengawasan di lapangan. Bapenda memiliki satuan tugas yang bertugas mengawasi reklame yang berada disetiap ruas jalan kota pekanbaru. Mereka melakukan tugasnya dalam hal mengecek penataan penyelenggaraan bangunan reklame dan menertibkan reklame. Apabila ditemukan pelanggaran maka akan dilaporkan kepada bagian administarasi bapenda kota pekanbaru, pihak bapenda akan langsung memproses dan menghubungi pihak penyelenggara baik terkait pada pelanggaran isi iklan, tenggat waktu, lokasi, dan pembayaran pajak yang sudah melewati masa pajak atau masa tenggang, kemudian akan diberikan sanksi administratif terkait iklan tersebut berupa surat teguran.

Dalam melakukan penertiban tiang reklame, Satpol PP memiliki rencana teknis persiapan sebelum melakukan penertiban. Teknis persiapan yang dilakukan oleh Satpol PP dalam melakukan penertiban tiang reklame yakni dengan memberikan beberapa kali teguran. Teguran pertama diberikan kepada orang/badan hukum yang melanggar ketertiban. Setelah tiga hari teguran pertama dilakukan belum juga diindahkan maka diberikan teguran kedua. Apabila dalam waktu tiga hari setelah teguran kedua dilakukan belum juga diindahkan maka diberi teguran ketiga. Apabila teguran pertama, kedua, dan ketiga tidak juga diindahkan maka dilakukan penertiban secara paksa oleh pihak Satpol PP.

Melihat fenomena yang sudah dijelaskan di atas, maka peranan Badan Pendapatan Daerah dipertanyakan fungsinya sudah sejauh mana pelaksanaannya dalam melaksanakan penertiban yang merupakan permasalahan publik tersebut. Fenomena yang saat ini menjadi permasalahan ketertiban dan terjadi di Kota Pekanbaru salah satunya yaitu masih banyak ditemukan pemasangan reklame oleh penyelenggara reklame yang dapat dikategorikan ilegal dan didirikan di tempat-tempat umum yang jelas telah mengganggu ketertiban umum namun belum tampak adanya tindakan penertiban yang dilakukan dari Bapenda dan Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru selaku stakeholder yang membantu mewujudkan ketertiban yang dilakukan oleh Badan

Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif karena memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjas, agar dapat ditarik kesimpulan. Proses penelitian kualitatif yang peneliti lakukan melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik, menganalisis data dan menafsirkan makna. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara menyeluruh terhadap suatu objek dimana seorang peneliti menjadi instrumen utama dalam suatu penelitian kualitatif. Kemudian, hasil penelitian dijelaskan dalam bentuk kata-kata yang diperoleh melalui data valid (Husaini, 2020).

Adapun tujuan penelitian ini menggunakan analisis deskriptif adalah untuk mengungkapkan dan menggambarkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyungguhkan apa yang sebenarnya terjadi tanpa menambah dan mengurangi agar dapat dipercaya.

Penelitian kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat di amati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu keadaan konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Teori yang Digunakan**

Penertiban adalah suatu proses atau cara yang dilakukan dengan tindakan sedangkan ketertiban adalah suatu keadaan di dalam masyarakat yang serba teratur. Ketertiban umum adalah suatu keadaan atau suatu kondisi dimana pemerintah mengharuskan kepada setiap warganya untuk senantiasa menjaga dan melakukan ketertiban, kesejahteraan, dan keamanan di tempat-tempat yang sudah ditentukan sehingga dapat menciptakan suatu keadaan yang lebih nyaman dan teratur.

Menurut Raharjo dalam (Harsan, 2017) penertiban secara bahasa yaitu aturan, rapi dan apik. Penertiban dan kekacauan sama-sama ada dalam satu asas proses sosial yang bersambung dan keduanya tidak bersebrangan tetapi sama-sama ada dalam satu asas kehidupan sosial. penertiban bersambung dengan kekacauan membangun penertiban baru, demikian seterusnya.

Berkaitan dengan pendapat di atas maka ketertiban umum tidak lepas dari suatu keadaan dinamis yang memungkinkan Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dapat melakukan kegiatannya dengan tenteram, tertib, dan teratur. Bentuk-bentuk pengenaan sanksi yang berkenaan dengan penertiban antara lain, sanksi administratif, sanksi perdata, sanksi pidana. (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja ).

Istilah ketertiban umum menurut Kollelijn dalam (Bima, 2020, hal. 16) memiliki sejumlah variasi pengertian, yaitu :

1. Ketertiban dalam hukum dasar perikatan merupakan suatu batasan dari dasar kebebasan persetujuan.
2. Sebagai faktor dasar dalam ketertiban, kesejahteraan, dan keamanan (*rust en veiligheid*).
3. Sebagai bagian dari kesusilaan yang baik (*goede zeden*)
4. Sebagai sinonim dari ketertiban hukum (*rechtsorde*)
5. Sebagai keadilan

Namun yang terpenting adalah ketertiban umum harus dikaitkan dengan terciptanya kondisi yang tertib, terciptanya kesejahteraan, serta adanya rasa aman yang diberikan oleh lembaga hukum melalui ketertiban hukum yang telah dibuat. Penertiban adalah usaha atau kegiatan untuk mengambil tindakan agar pemanfaatan ruang sesuai rencana dapat terwujud, kegiatannya dilakukan dalam bentuk penertiban langsung dan tidak langsung. Penertiban langsung diselenggarakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sedangkan penertiban tidak langsung dilakukan dalam bentuk sanksi disinsentif, melalui pengenaan retribusi secara progresif atau membatasi penyediaan sarana dan prasarana lingkungannya, menurut Widjajanti retno (2000:10) dalam (Harsan, 2017) mengenai penertiban dalam pemanfaatan ruang.

Mengutip dari (Bohari, 1992, hal. 25) untuk menjamin agar penertiban dapat berhasil, diperlukan adanya pengawasan yang bersifat Represif atau penertiban yang dilakukan secara langsung. Adapun indikator penertiban represif yaitu :

- a. Pengawasan secara berkala
- b. Penertiban/teguran
- c. Sanksi.

Jadi, dari beberapa defenisi dan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa ketertiban merupakan suatu kondisi yang dinamis, aman dan tenang yang berjalan secara teratur sesuai ajaran hukum dan norma yang berlaku dengan adanya pengawasan sebagai bentuk

menjamin agar penertiban dapat berhasil. Dengan kata lain adalah suatu keadaan yang tenang, tentram, dan bebas dari kerusuhan/kekacauan yang menimbulkan kesibukan beraktivitas untuk mencapai kesejahteraan masyarakat seluruhnya yang berjalan secara teratur dan teratur sesuai dengan hukum dan norma-norma yang ada.

## **HASIL PENELITIAN**

Pada Bab ini penulis akan menyajikan pembahasan hasil penelitian dengan didasari data yang telah penulis peroleh dari hasil penelitian dengan instansi yang berkaitan sebagai informan yang memberikan informasi dan penjelasan khususnya mengenai Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru melalui teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur yang berisikan pertanyaan-pertanyaan dan jawaban atas penelitian yang penulis lakukan, studi pustaka yang penulis peroleh melalui catatan-catatan dan laporan dari instansi yang bersangkutan dan berhubungan langsung dengan penelitian penertiban reklame, dan terakhir analisis dokumentasi yang penulis sajikan berupa bentuk tulisan dan gambar seperti peraturan, kebijakan, struktur organisasi dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang penulis lakukan.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penertiban reklame pada kota pekanbaru dan apa saja faktor penghambat pelaksanaan penertiban reklame di kota pekanbaru maka dengan itu penulis melakukan penelitian ini dengan wawancara mendalam kepada informan yang paling memahami tentang penertiban reklame di kota Pekanbaru. Mekanisme pengawasan represif dalam penertiban reklame tim Satgas Lapangan Bapenda melakukan pengawasan administratif terhadap status penyelenggaraan reklame, penetapan pembayaran dan penagihan pada pajak reklame yang terutang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Apabila ditemukan ketidaksesuaian dengan ketentuan maka pihak Satgas Lapangan akan melakukan pengusutan.

Adapun satgas lapangan bapenda melakukan tindakan pengawasan lapangan tersebut sesuai dengan ketentuan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru meliputi pada:

- a. Aspek penempatan Kawasan Reklame
- b. Aspek penempatan bangunan reklame
- c. Aspek perencanaan konstruksi bangunan reklame dan sarana reklame
- d. Aspek ukuran bangunan reklame
- e. Aspek huruf dan warna reklame

- f. Aspek pencahayaan reklame
- g. Aspek pesan reklame yang disajikan pada bidang reklame yang terpasang
- h. Aspek kepemilikan dan masa berlaku ijin tayang reklame
- i. Pencantuman nama perusahaan atau biro reklame jasa periklanan

Apabila ditemukan ketidaksesuaian pada reklame yang ditayangkan dengan ketentuan yang berlaku, maka tim satgas lapangan Bapenda melakukan pengusutan. Apabila dalam proses pengusutan reklame tersebut ditemukan pelanggaran administratif atau adanya utang pajak maka Kasubid Penagihan dan Penyitaan menerbitkan STPD (Surat Tagihan Pajak Daerah). Jika ditemukan pelanggaran teknis maka Staf Administrasi Bapenda melalui Kasubid Penagihan dan Penyitaan mengetik surat teguran dan diberikan kepada Jurusita Pajak Daerah. Jurusita Pajak Daerah atau UPTB Pendapatan menyampaikan surat teguran tersebut kepada wajib pajak/penanggung pajak. Jika teguran satu, teguran dua, dan teguran tiga masih tidak diindahkan atau tidak adanya dilakukan perbaikan, maka pihak satgas lapangan akan melakukan penyegelan atau pembongkaran terhadap reklame tersebut. Adapun bentuk pengawasan administrasi sebelum melakukan pengawasan lapangan dalam melakukan penertiban reklame ialah memastikan apakah pemilik reklame tersebut telah terdaftar sebagai wajib pajak atau belum, hal ini dipastikan melalui bagian administrasi Bapenda.

### **Pengawasan secara berkala**

Dalam pengawasan Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru memiliki dua bentuk pengawasan dalam bidang penertiban reklame, pengawasan tersebut berupa pengawasan administrasi dan pengawasam lapangan. Dalam pengawasan administrasi meliputi pada hal persyaratan permohonan ijin penyelenggaraan reklame, bagaimana status penyelenggara reklame, kemudian pada penepatan pembayaran dan penagihan pajak reklame yang terhutang sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau tidak.

Pemasangan rekame di Kota Pekanbaru memiliki kawasan strategis pada ruas-ruas jalan tertentu. Kawasan strategis ini menjadi salah-satu fokus pengawasan oleh satgas Bapenda karena berada pada jalan sentral utama yang ada di Kota Pekanbaru. Adapun kawasan strategis tersebut menurut surat edaran Walikota Pekanbaru Nomor 805/DPD/XII/2015 adalah :

1. Kawasan Tanpa Rokok (KTR), pemerintah Kota Pekanbaru melarang

pemasangan reklame yang mengandung zat akditif / iklan produk tembakau (Rokok) khususnya di jalan utama atau protokol pada kawasan sebagai berikut; a) Jl. Sudirman (Mulai dari persimpangan Jl. KH. Nasution atau persimpangan Jl. Adisucipto s/d persimpangan Hangtuah); b) Jl. Patimura (Mulai dari persimpangan Jl Sudirman s/d persimpangan Jalan Beringin / Depan SPN); c) Jl. Tuanku Tambusai/ Nangka (Mulai dari persimpangan Jalan Sudirman s/d persimpangan KH. Ahmad Dahlan); d) Jl. Riau (Mulai dari persimpangan Jalan Sudirman s/d persimpangan Jl. Kulim); e) Jl. Arifin Ahmad (Mulai dari Persimpangan Jalan Sudirman s/d Persimpangan Jalan Paus); f) Sepanjang Jalan Diponegoro. Sepanjang Jalan Gajah Madah. Sepanjang Jalan Naga Sakti

2. Larangan pemasangan reklame pada kawasan sebagaimana ditentukan pada poin pertama diatas, dikecualikan terhadap jenis reklame Videotron dengan ketentuan durasi penayangan tidak boleh melebihi 60 (enam puluh) detik, dan penayangan tersebut wajib diselingi dengan iklan layanan masyarakat.
3. Apabila penyelenggara reklame tidak melaksanakan ketentuan diatas, maka terhadap izin mendirikan bangunan reklame dan izin penyelenggara reklame akan dicabut, serta dilakukan penertiban.

Pengawasan lapangan lebih mengarah pada aspek-aspek kesesuaian dengan syarat-syarat yang diajukan dalam administrasi. Seperti pada hal dimensi atau ukuran bidang reklame yang terpasang dipinggiran jalan, aspek ketinggian pemasangan reklame, pesan yang disampaikan pada bidang reklame yang terpasang, masa ijin tayang reklame, kepemilikan penyelenggaraan reklame, kondisi reklame yang terpasang, dan pencantuman nama perusahaan atau biro reklame. Pengawasan lapangan ini dilakukan untuk memastikan apakah objek reklame yang tertulis pada surat ijin sudah sesuai dengan yang ada dilapangan. Pengawasan ini juga berguna untuk memastikan kejujuran dari pihak penyelenggara atau pihak wajib pajak itu sendiri. Meskipun pada dasarnya pengawasan administrasi dan pengawasan lapangan saling berkorelasi, namun untuk melakukan penertiban reklame pengawasan lapangan dianggap lebih efektif dan akurat. Pemimpin selalu memberikan informasi yang berkaitan tentang pelaksanaan kerja kepada para pegawai bidang pajak daerah sehingga para pegawai yang berkaitan langsung dengan bidang pajak daerah termasuk di dalamnya mengenai bidang pajak reklame dapat melaksanakan kegiatan kerja mereka dengan lancar dan jelas. Bapenda memiliki data yang akurat dari para wajib pajak mengenai data-data seperti surat perijinan reklame, surat pembayaran

dan data lainnya.

Pengawasan reklame dilakukan oleh pihak Bapenda melalui satgas lapangan khusus reklame secara langsung, objek pengawasannya adalah reklame dari pihak penyelenggara. Pengawasan penyelenggara reklame dilakukan untuk memastikan apakah pelaksanaan yang dilakukan sudah sesuai dengan peraturan yang diinginkan. Pengawasan dibutuhkan untuk mengendalikan para wajib pajak yang mencoba melakukan kucing-kucingan mendirikan reklame ilegal untuk tidak mematuhi peraturan yang sudah ditetapkan.

### **Penertiban atau Pemberian Teguran**

Sistem pengawasan harus memperhatikan bidang-bidang dimana penyimpangan-penyimpangan dari standar ketentuan sering terjadi dan mengakibatkan kerusakan paling fatal. Dalam proses pengawasan lapangan lebih terpusat pada titik-titik strategis, yang mana biasanya para pengusaha selalu mengiklankan produknya di tempat-tempat yang sering dilewati orang-orang atau masyarakat agar masyarakat tersebut dapat melihat produk yang mereka iklankan dengan jelas. penempatan reklame mengandung nilai strategis yang berdampak positif kepada pengguna reklame seperti pengusaha dan lainnya. Reklame diatur sedemikian rupa agar mendapatkan impact positif kepada penggunanya, penempatan reklame sesuai perwako Pekanbaru Nomor 24 tahun 2013 tentang Penyelenggaraan reklame pada Bab IV bagian kedua yang menjelaskan mengenai penempatan bangunan reklame dengan tujuan untuk menertibkan reklame agar tidak mengganggu tata ruang kota dan mendapatkan nilai strategis pada penempatannya sehingga informasi reklame dapat tersampaikan kepada khalayak umum tanpa mengganggu kepentingan publik.

Satpol PP selaku penegak perwako/perda bekerjasama dengan Bapenda Kota Pekanbaru dalam melakukan penertiban reklame secara masal di wilayah kota Pekanbaru terutama reklame liar yang tidak memiliki izin atau reklame yang dipasang tidak mengikuti peraturan yang terdapat di Perwako Kota Pekanbaru nomor 24 tahun 2013. Dari hasil wawancara juga dijelaskan bagaimana teknis Satpol PP dan Bapenda Kota Pekanbaru dalam menjalankan tugasnya untuk menertibkan reklame dengan cara Bapenda melalui satgas mendata reklame yang menyalahi aturan dan kemudian data tersebut didistribusikan kepada Satpol PP sehingga Satpol PP bisa bekerjasama dengan Satgas penertiban reklame dari Bapenda dalam menertibkan reklame di Kota Pekanbaru.

Bapenda sebagai badan yang memiliki wewenang untuk melakukan teguran kepada pihak penyelenggara reklame apabila reklame didapati

melanggar aturan yang berlaku sesuai Perwako Pekanbaru nomor 24 tahun 2013 dan Perwako nomor 50 tahun 2021. Teguran yang diberikan sebanyak 3 kali kepada pihak penyelenggara yang kurang dalam hal administratif kepada Bapenda Kota Pekanbaru selaku badan yang berwenang mengeluarkan perizinan penayangan reklame, teguran dilakukan dengan memberikan limit selama 3 x 24 jam kepada pihak penyelenggara untuk teguran pertama, jika tidak diindahkan maka diberikan teguran kedua dengan memberikan limit 3 x 24 jam kepada penyelenggara untuk melengkapi administratif dan menyesuaikan pemasangan reklame sesuai aturan yang berlaku, apabila teguran kedua tidak diindahkan maka diberikan teguran ketiga dengan sistem yang sama dan apabila masih tidak diindahkan oleh pihak penyelenggara maka Bapenda berhak membongkar dan mencabut reklame yang melanggar perwako tersebut.

### **Pemberian Sanksi**

Tindakan pengawasan yang dilakukan harus bisa menjadi petunjuk. Sistem pengawasan harus menunjukkan standar tindakan koreksi apa yang seharusnya dilakukan baik dalam deteksi atau deviasi. Dalam pelaksanaan pengawasan para petugas dan pegawai administrasi harus jeli dalam melihat peluang yang ada, mampu mendeteksi kemungkinan-kemungkinan yang akan menjadi peluang bagi wajib pajak untuk melakukan pelanggaran. dalam pelaksanaan pengawasan, Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru mengetahui strategi-strategi para wajib pajak untuk menghindari membayar pajaknya sehingga dalam sistem pelaksanaan pengawasannya pegawai administrasi menunjukkan deteksi-deteksi akan terjadinya pelanggaran yang dilakukan oleh para wajib pajak sehingga satgas lapangan meminimalisir masalah yang ada. Pemberian sanksi kepada wajib pajak yang terlambat membayar pajak dikenakan sanksi sebesar 2%, sedangkan untuk penyelenggara reklame yang tidak terdaftar wajib pajak dikenakan sanksi pembongkaran reklame yang diklasifikasikan sebagai reklame ilegal.

### **Faktor Penghambat Yang Mempengaruhi Penertiban Reklame**

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terkait dengan Penertiban Reklame di Kota Pekanbaru terdapat beberapa faktor penghambat dalam melakukan penertiban reklame di Kota Pekanbaru. faktor tersebut antara lain :

#### 1. Koordinasi

Peraturan walikota nomor 50 tahun 2021 tentang penyelenggaraan reklame pada pasal 29 mengenai keanggotaan dan tugas tim reklame

dijelaskan bahwa dalam melakukan pengawasan tindakan reklame terdapat lembaga/instansi yang saling terkoordinasi dengan aliran kerja organisasi. Namun pada faktanya yang peneliti dapatkan melalui hasil observasi dan wawancara langsung oleh pihak terkait, lembaga/instansi terkait melakukan penertiban secara sendiri-sendiri. Bapenda selaku Ketua Tim Penertiban reklame yang memiliki tugas mengkoordinasikan semua kegiatan tim penertiban dan penataan bangunan reklame tidak mengkoordinir Satpol PP secara efektif selaku anggota tim penertiban reklame, Bapenda lebih fokus melakukan penertiban dengan satgas khusus reklame milik Bapenda sendiri, sehingga Satpol PP tidak melakukan penertiban reklame sesuai tugasnya yang tertuang dalam Perwako Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021. Tidak terdapat adanya SOP mengenai Koordinasi secara tertulis. Namun pada perwako Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 pasal 29 dijelaskan pembagian tugas tim reklame. Sehingga dapat peneliti katakan Bapenda selaku ketua tim tidak mampu mengkoordinir tim reklame agar dapat berjalan sesuai dengan Perwako Pekanbaru yang ada.

## 2. Lemahnya Komitmen Tim Satgas Penertiban Reklame

Tujuan dibentuknya Tim pengawasan lapangan reklame adalah untuk membantu Bapenda dalam melakukan pengawasan dan penertiban secara langsung dilapangan. Namun dari hasil dari observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa masih banyak reklame yang melanggar perwako Nomor 24 Tahun 2013 namun masih belum adanya dilakukan penindakan oleh tim satgas lapangan Bapenda. jumlah satgas yang minim melakukan pekerjaan setiap hari termasuk pada hari sabtu dan minggu ke 15 Kecamatan yang ada kota Pekanbaru merasa kewalahan menyebabkan lemahnya kinerja tim satgas tersebut sehingga harus diberikan motivasi kerja. Kinerja tim satgas pengawasan bapenda dalam melakukan pengawasan dan penertiban secara langsung dinilai belum efektif dibuktikan dengan masih banyaknya reklame yang tidak mengikuti aturan perwako yang berlaku dan belum terlihat adanya tindakan yang dilakukan oleh satgas yang bersangkutan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, adapun kesimpulan yang dapat peneliti simpulkan dalam bentuk uraian pada bab pembahasan sebelumnya bahwa Penertiban Reklame Di Kota Pekanbaru belum maksimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang diantaranya sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan penertiban reklame yang dilakukan Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru dan Satuan Polisi Pamong Praja belum berjalan dengan baik hal ini dapat terlihat pada jumlah reklame ilegal setiap tahunnya jauh lebih banyak dari pada jumlah reklame yang berizin dan dapat dilihat pada dampak yang diterima PAD kota Pekanbaru melalui realisasi pajak reklame selalu mengalami Fluktuatif. Penertiban reklame dilakukan dengan cara melakukan pengawasan berkala pada setiap ruas jalan kota pekanbaru, memberikan teguran apabila ditemukan aspek yang melanggar Perwako Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 dan memberikan sanksi sesuai yang sudah tertera pada perwako Pekanbaru.
2. Masih banyak para wajib pajak yang tidak mematuhi peraturan Walikota Pekanbaru untuk membayar pajak, hal ini disebabkan karena kurang jelasnya informasi yang diberikan oleh Bapenda Kota Pekanbaru kepada masyarakat untuk menjadi wajib pajak. Selain itu informasi yang diberikan lebih bersifat tertulis yang tertuang dalam perwako Pekanbaru. Tidak adanya sanksi yang memberikan efek jera pada penyelenggara reklame ilegal. Sanksi administrasi hanya diberikan kepada wajib pajak yang telat membayar pajaknya sejumlah 2% sedangkan yang tidak terdaftar sebagai wajib pajak tidak dikenakan sanksi namun hanya dilakukan pencabutan atau pembongkaran saja.
3. Dalam pengawasan melakukan penertiban reklame yang sesuai dengan Perwako Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame bapenda dan stakeholder lainnya tidak memiliki SOP dalam pembagian kerja sehingga kinerja dalam melakukan penertiban reklame tidak terlaksana secara terkoordinasi. Kemudian lemahnya komitmen tim satgas penertiban reklame karena jumlah anggota satgas dengan volume pekerjaan dilapangan tidak sebanding sehingga harus diberikan motivasi kerja.

### **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti peroleh dari hasil penelitian di atas. Peneliti memberikan saran agar penertiban reklame di Kota Pekanbaru berjalan maksimal, saran tersebut yaitu :

1. Badan Pendapatan Daerah Kota melalui satgas penertiban khusus reklame masih harus lebih ditingkatkan kembali kinerjanya dalam melakukan penertiban reklame di Kota Pekanbaru pada pengawasan secara berkala, pemberian teguran dan sanksi .
2. Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru harus melakukan program sosialisasi terpadu kepada masyarakat mengenai pembayaran pemasangan reklame setiap caturwulan dalam setahun kalender kerja. Membuat Peraturan Daerah ataupun Peraturan Walikota tentang sanksi

berupa sanksi materiil maksimal sebanyak 15% dari jumlah pajak yang dibayarkan kepada seluruh wajib pajak yang tidak mematuhi peraturan penyelenggaraan reklame dengan pertimbangan dana pembongkaran sejumlah 10% yang sudah tertera pada perwako dan kenaikan 3% dari jumlah yang sudah diatur dalam Perwako pekanbaru sebagai denda yang telat membayar pajak.

3. Bapenda dan Stakeholder lainnya yang berkaitan dengan penertiban reklame sesuai dengan perwako Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Reklame harus membuat SOP koordinasi khusus tentang pembagian kerja dalam penertiban reklame. Kemudian meningkatkan sumberdaya manusia yang berkualitas dan memadai sehingga dapat mewujudkan visi dan misi dan fungsi yang diemban oleh Bapenda.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku dan Jurnal**

- Asmika, I. S. (2016). Upaya Penertiban Reklame di Kota Denpasar. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana, Kertha Negara OJS Unud, Denpasar*, 1-5.
- Bima. (2020). Peranan Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Penertiban Reklame di Kabupaten Deli Serdang. *Doctoral dissertation, Universitas Medan Area*, 16.
- Bohari, S. (1992). *Pengawasan Keuangan Negara*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Faruq, M. A. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 173-197.
- Hakim, A. L. (2013). Efektivitas Pengawasan Pajak Reklame di Kota Tangerang. *Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 21.
- Harsan, I. W. (2017). Studi Tentang Penertiban Pedagang Kaki Lima Oleh Dinas Pasar Di Pasar Segiri Kota Samarinda. *Journal Ilmu Pemerintahan*, 145-158.
- Hasibuan, A. A. (2021). Strategi Pemungutan Penerimaan Pajak Reklame Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sain*, 2(02).
- Heizer, J. d. (2014). *Operations Management : Sustainability and Supply Chain Management*. New York: Pearson.
- Husaini, F. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Irawan, P. (2009). Penelitian Kualitatif dan Kuangtitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial. *Dia Fisip UI*, 1-11.
- Komala, Y. (2012). Strategi Peningkatan Pajak Reklame di DKI Jakarta. *Universitas Indonesia. Universitas Tamansiswa Padang: Skripsi yang tidak dipublikasikan*, 28.
- Pemko, B. (2021, Januari 04). *Satpol PP Agendakan Pemotongan Tiang Reklame Dalam Waktu Dekat*. Dipetik Juli 14, 2021, dari [www.pekanbaru.go.id](http://www.pekanbaru.go.id):

<https://www.pekanbaru.go.id/index.php/p/news/satpol-pp-agendakan-pemotongan-tiang-reklame-dalam-waktu-dekat>

- Pohan, C. A. (2018). ANALISIS PELAKSANAAN STRATEGI PENINGKATAN PENERIMAAN PAJAK REKLAME PADA UNIT PELAYANAN PAJAK DAN RETRIBUSI DAERAH CEMPAKA PUTIH TAHUN 2014-2016. *Jurnal Ilmiah Reformasi Administrasi*, 27-39.
- Purwando, B. H. (2021). *Manajemen Strategik Sektor Publik*. Bandung: Pt. Refika Aditama.
- Ritonga, S. d. (2021). Peran Satpol PP terhadap Penertiban Reklame berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 15 Tahun 2005 tentang Perizinan Pemasangan Reklame di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi Publik*, 134-142.
- Rulandari, N. d. (2020). Analisis Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Hiburan Pada Badan. *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI) Vol.2, No.1, September 2020*, 12 - 21.
- Saharuddin, W. S. (2014). Peran Satuan Polisi Pamong Praja Terhadap Penertiban Reklame Berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 15 Tahun 2005 Tentang Perizinan Pemasangan Reklame Di Kota Samarinda. *Jurnal ilmiah hukum*, Vol 6, No 1 .
- Sahron, R. H. (2015). STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) MELALUI PAJAK DAERAH DI KOTA MALANG. *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 1-10.
- Saragih, L. S. (2015). Implementasi Penertiban Reklame Di Kota Dumai. *Jurnal Dissertations*, 1-15.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta.
- Sujianto, s. &. (2015). Implementasi Penertiban Reklame di Kota Dumai. *Doctoral Dissertation, Riau University*, 1-15.
- Ulfa, N. (2014). Peranan Satuan Polisi Pamong Praja Dalam Menegakkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2002 Tentang Ketertiban Umum. *Doctoral dissertation, Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, 6.
- Wardana, S. D. (2019). Responsibilitas Satuan Polisi Pamong Praja dalam Penertiban Reklame Insidentil (Studi Kasus Pada Kantor Sapol-PP Kabupaten Malang). *Respon Publik*, 5-11.
- Widajanti, E. (2014). Peran Strategi Operasi Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif Bagi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 77-90.
- Zainal, V. R. (2020). *Perencanaan Strategik Manajemen Sumber Daya Insani Untuk Perusahaan*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.

### **Peraturan-Peraturan**

- Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 4 Tahun 2018 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 04 Tahun 2011 Tentang Pajak Reklame.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Satuan Polisi Pamong Praja .

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

Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 50 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Wali Kota Pekanbaru Nomor 24 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Reklame Di Kota Pekanbaru

Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 96 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Satuan Polisi Pmaong Praja Kota Pekanbaru

Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 170 Tahun 2018 terhadap perubahan Peraturan Walikota Pekanbaru Nomor 119 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru.

### **Internet**

Adri, D. (2021, Juli 05). *Masih Banyak Tiang Reklame Ilegal di Pekanbaru, Kapan Ditertibkan?* Dipetik Juli 14, 2021, dari [www.cakaplah.com](http://www.cakaplah.com): <https://www.cakaplah.com/berita/baca/71837/2021/07/05/masih-banyak-tiang-reklame-ilegal-di-pekanbaru-kapan-ditertibkan#sthash.kFm9qEgv.lvRKQ7Mw.dpbs>

Adri, D. (2021, Maret 26). *Walikota Pekanbaru Minta segera Tertibkan, Satpol PP Beralasan sudah Bayar Pajak Reklame.* Dipetik Juli 14, 2021, dari [www.cakaplah.com](http://www.cakaplah.com): <https://www.cakaplah.com/berita/baca/67232/2021/03/26/walikota-pekanbaru-minta-segera-tertibkan-satpol-pp-beralasan-sudah-bayar-pajak-reklame#sthash.zHjPvPym.Q61pbAzF.dpbs>

Masyur, Rahman. (t.thn.). *Badan Pendapatan Daerah Kota Pekanbaru.* Dipetik Juni 27, 2021, dari [bapenda.pekanbaru.go.id](http://bapenda.pekanbaru.go.id): <http://bapenda.pekanbaru.go.id/>

Pekanbaru, S. P. (t.thn.). *Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pekanbaru.* Dipetik Juni 27, 2021, dari [satpolpp.pekanbaru.go.id](http://satpolpp.pekanbaru.go.id): <http://satpolpp.pekanbaru.go.id/Profil>

Pemko, B. (2021, Januari 04). *Satpol PP Agendakan Pemotongan Tiang Reklame Dalam Waktu Dekat.* Dipetik Juli 14, 2021, dari [www.pekanbaru.go.id](http://www.pekanbaru.go.id): <https://www.pekanbaru.go.id/index.php/p/news/satpol-pp-agendakan-pemotongan-tiang-reklame-dalam-waktu-dekat>

Susanti, U. (2021, Maret 12). *Posisi Reklame di Pos Gurindam 2 Salah Perwako, Kepala Satpol PP Sebut Pemilik Sedang Urus Izin.* Dipetik Juli 14, 2021, dari [www.cakaplah.com](http://www.cakaplah.com): <https://www.cakaplah.com/berita/baca/66570/2021/03/12/posisi-reklame-di-pos-gurindam-2-salahi-perwako-kepala-satpol-pp-sebut-pemilik-sedang-urus-izin/#sthash.IVXJXZDF.hvi0a5rd.dpbs>