

# **BERITA DAERAH KOTA BOGOR**



**TAHUN 2012 NOMOR 16 SERI E**

**PERATURAN WALIKOTA BOGOR**

**NOMOR 19 TAHUN 2012**

**TENTANG**

**POLA PENYEBARAN PELETAKAN REKLAME**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**WALIKOTA BOGOR,**

- Menimbang :**
- a. bahwa dalam rangka menciptakan keindahan kota khususnya dalam hal penyelenggaraan reklame sesuai dengan penataan ruang serta pembangunan fisik kota yang tertib, teratur, terarah, edukatif, dan indah, Pemerintah Kota Bogor telah menetapkan Peraturan Walikota Bogor Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pola Penyebaran Peletakan titik Reklame;
  - b. bahwa setelah dilaksanakan evaluasi dan kajian secara teknis terhadap Peraturan Walikota Bogor sebagaimana dimaksud pada huruf a, maka terhadap Peraturan Walikota dimaksud perlu diganti dan ditetapkan kembali;
  - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan huruf b perlu menetapkan Peraturan Walikota;

- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum Tata Cara Perpajakan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3262) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 62, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4999);
  2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1997 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 40, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3684);
  3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa (Lembaran Negara tahun 1997 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3686) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3987);
  4. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);

5. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1999 tentang Penyelenggara Negara yang Bersih dan Bebas dari Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 75, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3851);
6. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 27, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4189);
7. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
8. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049);
9. Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 1999 tentang Tata Cara Pelaksanaan Peran Serta Masyarakat dalam Penyelenggaraan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 129, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3866);

10. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4578);
11. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2005 tentang Pedoman Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4593);
12. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 21 Tahun 2011 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah;
13. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 1999 tentang Pedoman Cara Penghitungan Nilai Sewa Reklame;
14. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 4 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Reklame (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2005 Nomor 2 Seri E);
15. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 12 Tahun 2007 tentang Penyidik Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2007 Nomor 6 Seri E);
16. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 13 Tahun 2007 tentang Pokok-pokok Pengelolaan Keuangan Daerah (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2007 Nomor 7 Seri E);

17. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 3 Tahun 2008 tentang Urusan Pemerintahan Kota Bogor (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2008 Nomor 2 Seri E);
18. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 3 Tahun 2010 tentang Organisasi Perangkat Daerah (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2010 Nomor 1 Seri D);
19. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pajak Reklame (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2011 Nomor 3 Seri B);
20. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 21 Tahun 2011 tentang Ketentuan Umum Pajak Daerah (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2011 Nomor 9 Seri E);

**MEMUTUSKAN:**

**Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG POLA PENYEBARAN PELETAKAN REKLAME.**

**BAB I  
KEENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Bogor.
2. Pemerintah Daerah adalah Walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
3. Walikota adalah Walikota Bogor.
4. Dinas adalah Dinas Pendapatan Daerah Kota Bogor.
5. Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, yang dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan

atau memujikan suatu barang, jasa atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah.

6. Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat IPR adalah izin yang diterbitkan Walikota atau pejabat yang ditunjuk dalam penyelenggaraan reklame.
7. Pembatasan penyebaran peletakan titik reklame adalah upaya untuk membatasi penyelenggaraan penyebaran peletakan titik reklame berdasarkan pertimbangan fungsi ruang publik dan fungsi ruas-ruas jalan tertentu.
8. Peletakan reklame adalah tempat tertentu di mana titik reklame ditempatkan atau ditempekan.
9. Titik reklame adalah tempat di mana bidang reklame didirikan, ditempelkan, atau digantung.
10. Bidang reklame adalah bagian atau muka reklame yang dimanfaatkan guna tempat penyajian gambar atau naskah dan/atau kata dari pesan-pesan penyelenggaraan reklame.
11. Ruang Terbuka Hijau adalah ruang yang diperuntukan sebagai daerah penanaman di kota atau wilayah atau halaman yang berfungsi untuk kepentingan ekologis, sosial, ekonomi, maupun estetika yang meliputi jalur hijau, taman kota, dan taman pulau jalan.
12. Ruang publik adalah ruang-ruang yang dipergunakan dan ditempatkan untuk kepentingan masyarakat.
13. Pola penyebaran peletakan titik reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk peletakan titik reklame.
14. Di dalam sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang dikuasai oleh pemerintah dan penggunaannya untuk kepentingan umum sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana kota.
15. Di luar sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang status kepemilikannya perseorangan atau badan pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam dalam rencana tata ruang.

16. Rencana tata ruang adalah hasil perencanaan tata ruang.
17. Ruang kota adalah wilayah yang meliputi ruang daratan dan ruang udara sebagai satu kesatuan wilayah daerah tempat manusia dan makhluk lainnya hidup dan melakukan kegiatan serta memelihara kelangsungan hidupnya.
18. Wilayah adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif dan atau aspek fungsional.
19. Pengawasan dan penertiban adalah upaya atau tindakan yang dilakukan terhadap reklame-reklame, baik reklame luar ruang ataupun reklame dalam ruang yang menyimpang dari ketentuan yang berlaku.
20. Ruas Jalan Bagian Kebun Raya adalah area/kawasan yang mengitari wilayah Kebun Raya Bogor dan Istana Bogor.
21. Median jalan adalah jalur pemisah arus yang dilengkapi dengan pembatas dan berfungsi untuk membagi jalan dalam masing-masing arah.

## **BAB II**

### **POLA PENYEBARAN DAN PELETAKAN REKLAME**

#### **Bagian Kesatu**

#### **Umum**

#### **Pasal 2**

- (1) Pola penyebaran dan peletakan reklame di daerah harus memperhatikan estetika, serta keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana tata ruang kota.
- (2) Pola penyebaran peletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diletakan sepanjang jalur jalan tertentu dan meliputi titik-titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota dan di luar sarana dan prasarana kota.
- (3) Peletakan titik-titik reklame dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang ditempatkan pada:

- a. sisi luar trotoar atau bahu jalan;
  - b. median jalan;
  - c. *shelter*;
  - d. jembatan atau terowongan penyeberangan orang;
  - e. Ruang Terbuka Hijau;
  - f. ornamen kota;
  - g. terminal dan pangkalan angkutan;
  - h. stasiun kereta api;
  - i. gelanggang olah raga;
  - j. pasar moderen ataupun pasar tradisional.
- (4) Peletakan titik-titik reklame di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditempatkan pada:
- a. di atas bangunan;
  - b. menempel pada bangunan;
  - c. di halaman;
  - d. di areal terbuka.
- (5) Khusus untuk reklame di dalam sarana dan prasarana kota yang belum terpasang di depan gedung atau toko dan bertujuan untuk menunjukkan identitas gedung atau toko tersebut dapat menyelenggarakan reklame dengan ukuran yang ditentukan oleh hasil kajian teknis yang dilaksanakan instansi terkait.
- (6) Penyebaran peletakan sepanjang jalur jalan dalam sarana dan prasarana kota serta kode dan ukuran reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tercantum dalam Lampiran I Peraturan Walikota ini.
- (7) Pola penyebaran peletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (6) tercantum dalam Lampiran II Peraturan Walikota ini.
- (8) Untuk peletakan reklame yang belum tercantum sebagaimana dimaksud dalam Lampiran I dan Lampiran II Peraturan Walikota ini dapat diselenggarakan atas persetujuan Walikota berdasarkan hasil kajian teknis dari dinas.



## **Bagian Kedua Larangan Peletakan Reklame**

### **Pasal 3**

- (1) Dilarang meletakkan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (4) meliputi:
  - a. trotoar dan saluran;
  - b. ruas-ruas jalan bagian dalam yang mengitari kawasan Kebun Raya Bogor dan Istana Bogor;
  - c. Jalan Ir.H. Djuanda mulai dari depan gedung Kejaksaan Negeri Bogor sampai dengan simpang Jalan Pengadilan;
  - d. sebelah barat Jalan Jenderal Sudirman mulai persimpangan Jalan Abesin sampai dengan simpang Jalan L.L.R.E. Martadinata.
- (2) Pelarangan peletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebagaimana tercantum dalam Lampiran III Peraturan Walikota ini.
- (3) Dilarang meletakkan reklame yang bersifat komersial pada area:
  - a. kantor pemerintah;
  - b. sarana ibadah;
  - c. sarana pendidikan formal.

## **Bagian Ketiga Pembatasan Penyebaran Peletakan Reklame**

### **Pasal 4**

- (1) Terhadap penyebaran peletakan reklame sepanjang jalur jalan dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3) ditetapkan pembatasan berdasarkan:
  - a. ukuran bidang reklame;
  - b. jarak antara titik reklame;
  - c. kondisi lingkungan yang akan dipasang reklame.

(2) Pembatasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan memperhatikan persyaratan administrasi dan kajian teknis serta klasifikasi jalan yang didasarkan pada pertimbangan:

- a. memperhatikan estetika;
- b. memperhatikan lingkungan ekologis sekitar;
- c. memperhatikan ketentuan teknis lalu lintas, jalan, serta konstruksi;
- d. memperhatikan kekuatan dan keamanan konstruksi antara lain beban sendiri, beban bangun-bangunan, dan beban angin dengan mempertimbangkan kondisi jalan dan atau tempat berdirinya reklame yang dihitung oleh tenaga ahli.

### **Pasal 5**

Terhadap titik-titik reklame sepanjang jalur jalan di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (4) ditetapkan pembatasan dengan ketentuan:

- a. memperhatikan estetika;
- b. memperhatikan lingkungan ekologis sekitar;
- c. tidak mengganggu lalu lintas jalan dan pejalan kaki serta menghalangi rambu lalu lintas;
- d. tidak mengganggu jarak pandang pengemudi kendaraan;
- e. tidak mengganggu fungsi Penerangan Jalan Umum (PJU);
- f. memperhatikan kekuatan dan keamanan konstruksi antara lain beban sendiri, beban bangun-bangunan, dan beban angin dengan mempertimbangkan kondisi jalan dan atau tempat berdirinya reklame yang dihitung oleh tenaga ahli.

## **BAB III KETENTUAN PELETAKAN REKLAME**

### **Bagian Kesatu Jalur Jalan Khusus**

### **Pasal 6**

Ketentuan peletakan reklame pada jalur jalan khusus:

- a. peletakan reklame yang ditanam, tiang ukuran bidang reklame disesuaikan dengan kondisi lingkungan ekologis sekitar;
- b. peletakan reklame bando/Jembatan Penyeberangan Orang/*fly over/shelter*, ukuran bidang reklame disesuaikan dengan kondisi eksisting bando/Jembatan Penyeberangan Orang/*fly over/shelter* tersebut;
- c. pemasangan umbul-umbul/spanduk/baligo/*banner* hanya di area tol Jakarta Bogor Ciawi (Jagorawi);
- d. pemasangan semua jenis reklame di jalur jalan ini dilakukan berdasarkan kajian tim teknis;
- e. pemasangan bidang reklame tidak melebihi bahu jalan.

## **Bagian Kedua Jalur Jalan Utama**

### **Pasal 7**

Ketentuan peletakan reklame pada jalur jalan utama:

- a. peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota:
  1. peletakan reklame yang ditanam, tiang ukuran maksimal bidang reklame adalah 8 m (delapan meter) x 16 m (enam belas meter) atau 128 m<sup>2</sup> (seratus dua puluh delapan meter persegi) dan minimal 2 m<sup>2</sup> (dua meter persegi);
  2. peletakan reklame di setiap simpang/simpul jalan yang ditanam/tiang ukuran maksimal bidang reklame adalah 5 m (lima meter) x 10 m (sepuluh meter) atau 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi) dan minimal 1 m (satu meter) x 2 m (dua meter) atau 2 m<sup>2</sup> (dua meter persegi);
  3. peletakan reklame setiap simpang/simpul jalan yang ditanam/tiang jarak antar reklame ditentukan sesuai kondisi lahan yang ada;
  4. peletakan reklame bando/Jembatan Penyeberangan Orang/*fly over/shelter* ukuran bidang reklame disesuaikan dengan kondisi eksisting bando/Jembatan Penyeberangan Orang/*fly over/shelter* tersebut;

5. pemasangan bidang reklame yang melebihi bahu jalan minimal tinggi tiang kosong 4,2 m (empat koma dua meter);
- b. peletakan reklame di luar sarana dan prasarana kota untuk ukuran dan jarak antar reklame ditentukan sebagai berikut:
  1. tidak mengganggu lalu lintas jalan dan pejalan kaki serta tidak menghalangi rambu lalu lintas;
  2. tidak mengganggu jarak pandang pengemudi kendaraan;
  3. tidak mengganggu fungsi Penerangan Jalan Umum (PJU);
  4. tidak adanya keberatan dari pemilik lahan/bangunan yang akan dipasang reklame;
  5. memperhatikan kekuatan dan keamanan konstruksi dengan memperhitungkan beban yang dipikul oleh konstruksi antara lain beban sendiri, beban bangun-bangunan, dan beban angin dengan mempertimbangkan kondisi jalan dan/atau tempat berdirinya reklame yang dihitung oleh tenaga ahli;
6. pemasangan bidang reklame yang melebihi bahu jalan minimal tinggi tiang kosong 4,2 m (empat koma dua meter).

**Bagian Ketiga**  
**Jalur Jalan I, Jalur Jalan II, dan Jalur Jalan III**

**Pasal 8**

Ketentuan penempatan peletakan reklame pada Jalur Jalan I, Jalur Jalan II, dan Jalur Jalan III adalah peletakan reklame pada dalam sarana dan prasarana kota dan di luar sarana dan prasarana kota ditentukan sebagai berikut:

- a. tidak mengganggu lalu lintas jalan dan pejalan kaki serta tidak menghalangi rambu lalu lintas;
- b. tidak mengganggu jarak pandang pengemudi kendaraan;
- c. tidak mengganggu fungsi Penerangan Jalan Umum (PJU);
- d. memperhatikan kekuatan dan keamanan konstruksi dengan memperhitungkan beban yang dipikul oleh konstruksi antara lain beban sendiri, beban bangun-bangunan, dan beban angin dengan mempertimbangkan kondisi jalan dan atau tempat berdirinya reklame yang dihitung oleh tenaga ahli;

- e. pemasangan bidang reklame yang melebihi bahu jalan minimal tinggi tiang kosong 4,2 m (empat koma dua meter).

## **BAB IV PENGENDALIAN**

### **Pasal 9**

- (1) Pola penyebaran dan peletakan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 dievaluasi paling lambat setiap 3 (tiga) tahun sekali oleh tim yang ditetapkan oleh Walikota.
- (2) Pelaksanaan pengendalian lakukan oleh instansi terkait yang ditetapkan oleh Walikota.

## **BAB V KETENTUAN PERALIHAN**

### **Pasal 10**

Reklame yang sudah memiliki IPR tetapi tidak sesuai dengan Peraturan Walikota ini masih tetap berlaku sampai dengan berakhirnya IPR.

## **BAB VI KETENTUAN PENUTUP**

### **Pasal 11**

Dengan ditetapkannya Peraturan Walikota ini, maka Peraturan Walikota Bogor Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pola Penyebaran Peletakan Titik Reklame dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

## **Pasal 12**

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Bogor.

Ditetapkan di Bogor  
pada tanggal 9 Juli 2012

**WALIKOTA BOGOR,**  
**ttd.**  
**DIANI BUDIARTO**

Diundangkan di Bogor  
pada tanggal 9 Juli 2012

**SEKRETARIS DAERAH KOTA BOGOR,**

**AIM HALIM HERMANA**

**BERITA DAERAH KOTA BOGOR**  
**TAHUN 2012 NOMOR 16 SERI E**

Salinan sesuai dengan aslinya  
**SEKRETARIAT DAERAH KOTA BOGOR**  
Kepala Bagian Hukum,

**BORIS DERURASMAN**

