

**LEMBARAN DAERAH KOTA BOGOR**



**SALINAN**

**TAHUN 2005 NOMOR 2 SERI E  
PERATURAN DAERAH KOTA BOGOR  
NOMOR 4 TAHUN 2005**

**TENTANG**

**PENYELENGGARAAN REKLAME**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**WALIKOTA BOGOR,**

- Menimbang : a. bahwa salah satu upaya untuk menciptakan keindahan kota khususnya dalam hal penyelenggaraan reklame sesuai dengan penataan ruang serta pembangunan fisik kota yang tertib, teratur, terarah, edukatif, dan indah, maka diperlukan pengaturan penyelenggaraan reklame di Kota Bogor;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Penyelenggaraan Reklame;

- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kota Besar dalam Lingkungan Propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan dalam Daerah Istimewa Yogyakarta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1954 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1954 Nomor 40, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 551);
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1981 Nomor 76, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3215 );
3. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 246, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4048);

4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3694);
  
5. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821);
  
6. 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);
  
7. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 53, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4389);
  
8. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan

Daerah (Lembaran Negara  
Republik Indonesia Tahun 2004  
Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara  
Republik Indonesia Nomor 4437);

9. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4444);
10. 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);
11. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 118, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4138);
12. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 tentang Retribusi Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 119, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4139);
13. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok bagi Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 36, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4267);
14. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 43 Tahun 1999 tentang Sistem dan Prosedur

Administrasi Pajak Daerah, Retribusi Daerah,  
dan Penerimaan Pendapatan Lain-lain;

15. Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 152 Tahun 2004 tentang Pedoman Pengelolaan Barang Daerah;
16. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor Nomor 1 Tahun 1990 tentang Ketentuan Umum Kebersihan, Keindahan, dan Ketertiban dalam Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor (Lembaran Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bogor Tahun 1990 Nomor 1 Seri C);
17. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 5 Tahun 2000 tentang Penyidik Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2000 Nomor 5 Seri D);
18. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 1 Tahun 2001 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2001 Nomor 1 Seri C);
19. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 2 Tahun 2001 tentang Retribusi Pemakaian Kekayaan Daerah (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2001 Nomor 1 Seri B);
20. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 2 Tahun 2002 tentang Penataan Bangunan (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2002 Nomor 1 Seri C);
21. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 3 Tahun 2002 tentang Penyelenggaraan Lalu Lintas dan Jalan (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2002 Nomor 2 Seri C);

22. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 10 Tahun 2002 tentang Retribusi Izin Mendirikan Bangunan (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2002 Nomor 1 Seri B);
23. Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 13 Tahun 2004 tentang Organisasi Perangkat Daerah (Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2004 Nomor 4 Seri D);

**Dengan Persetujuan Bersama  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA BOGOR dan  
WALIKOTA BOGOR**

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : **PERATURAN DAERAH TENTANG  
PENYELENGGARAAN REKLAME.**

**BAB I**

**KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Daerah 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. **Kas daerah** adalah kas daerah Kota Bogor.

5. **Instansi teknis** adalah instansi teknis di lingkungan Pemerintah Daerah yang terkait dengan penyelenggaraan reklame.
6. **Badan** adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik, atau organisasi yang sejenis, lembaga, bentuk usaha tetap, dan bentuk badan lainnya.
7. **Wilayah** adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administratif dan/atau aspek fungsional.
8. **Ruang** adalah wilayah yang meliputi ruang daratan dan ruang udara sebagai satu kesatuan wilayah tempat manusia dan makhluk lainnya hidup dan melakukan kegiatan serta memelihara kelangsungan hidupnya.
9. **Tata ruang** adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang baik direncanakan maupun tidak.
10. **Penataan ruang** adalah proses perencanaan tata ruang, pemanfaatan ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang.
11. **Rencana tata ruang** adalah hasil perencanaan tata ruang.
12. **Ornamen kota** adalah bangunan dan/atau bangun-bangunan arsitektur yang mempunyai fungsi memperindah dan mempercantik kota.
13. **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.

14. **Penyelenggaraan reklame** adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan, jenis, perizinan, penyelenggara, pengawasan, pengendalian, dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi.
15. **Reklame bando** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan besi dan sejenisnya, kayu, kertas, plastik, *fibre glass*, kaca, batu, logam, alat penyinar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan, melintang/berseberangan di atas jalan di dalam sarana dan prasarana kota.
16. **Reklame megatron, videotron, large electronic display (LED), video wall, dan dynamics wall** adalah reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram, dan difungsikan dengan tenaga listrik.
17. **Reklame papan (billboard)** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kayu, kertas, plastik, *fibre glass*, kaca, batu, logam, alat penyinar atau alat lain yang bersinar yang dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) atau dengan cara digantungkan atau ditempelkan.
18. **Reklame baliho** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kayu, plastik, dan sejenisnya dengan jangka waktu paling lama 1 (satu) bulan.
19. **Reklame umbul-umbul/banner/spanduk** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, plastik, dan sejenisnya dengan jangka waktu paling lama 1 (satu) minggu.
20. **Reklame poster** atau **tempelan/stiker** adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara



disebarkan, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, digantungkan pada suatu tempat.

21. **Reklame selebaran** atau **brosur** adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara menyebarkan selebaran/brosur/pamflet.
22. **Reklame berjalan** adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara membawa reklame berkeliling oleh orang yang berjalan kaki, kendaraan bermotor atau tidak bermotor.
23. **Reklame udara** adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenisnya.
24. **Reklame suara** adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh peralatan atau visualisasi apapun.
25. **Reklame film** atau **slide** adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, dan barang-barang lain sejenisnya sebagai alat untuk diproyeksikan pada layar atau benda lain.
26. **Reklame peragaan** adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
27. **Reklame rombongan** adalah reklame yang menggunakan bahan kayu, kertas, plastik, *fiber glass*, kaca, batu, logam, alat yang bersinar yang dipasang pada kios sebagai media reklame yang diselenggarakan di luar sarana dan prasarana kota milik orang pribadi atau badan.
28. **Pola penyebaran reklame** adalah peletakan reklame yang tercermin dalam peta sebagai acuan dan arahan penyelenggaraan reklame.
29. **Nilai strategis** adalah ukuran atau standar nilai yang ditetapkan berdasarkan nilai strategis dan komersial.

30. **Titik reklame** adalah tempat di mana bidang reklame didirikan atau ditempelkan.
31. **Nilai sewa reklame** adalah nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.
32. **Bidang reklame** adalah bagian atau muka reklame yang dimanfaatkan guna tempat penyajian gambar, naskah, dan/atau kata dari pesan-pesan penyelenggaraan reklame.
  
33. **Rancang bangun reklame** adalah rekayasa struktur yang akan digunakan untuk menempatkan reklame dan dapat dipertanggungjawabkan kekuatannya, mutu material yang digunakan dan estetika serta memenuhi persyaratan teknis struktur.
34. **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 tata ruang.
35. **Di luar sarana dan prasarana kota** adalah bagian dari ruang kota yang status kepemilikannya perseorangan atau badan yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang.
36. **Di atas bangunan** adalah reklame yang ditempatkan di atas bangunan atau gedung.
37. **Menempel pada bangunan** adalah reklame yang menempel/menyatu pada bangunan, baik menggunakan konstruksi ataupun tidak.
38. **Tinggi reklame** adalah jarak antara ambang paling bawah bidang reklame ke permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar atau plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan kaki konstruksi reklame.

39. **Ketinggian reklame** adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame ke permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar atau plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan kaki konstruksi reklame.
40. **Panggung reklame** adalah sarana atau tempat pemasangan 1 (satu) atau beberapa bidang reklame berupa spanduk yang diatur secara terpadu dengan baik dalam suatu komposisi yang estetik, baik dari segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang kota beserta lingkungan sekitarnya.
41. **Standar reklame** adalah ukuran luas, ketinggian, bentuk dan konstruksi bangunan reklame termasuk ornamen-ornamennya yang dapat dipasang di masing-masing titik reklame.
42. **Gambar Tata Letak Bangunan** yang selanjutnya disebut gambar TLB adalah gambar rencana reklame *megatron, videotron, large electronic display (LED), video wall, dynamics wall, billboard*, bando jalan termasuk jenis reklame lainnya yang pemasangannya memerlukan konstruksi serta menjelaskan identitas reklame secara teknis mengenai peletakan ukuran bentuk ketinggian, estetika, dan serasi dengan lingkungan sekitar.
43. **Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame** yang selanjutnya disebut SPPR adalah surat yang digunakan oleh orang pribadi atau badan untuk mengajukan permohonan penyelenggaraan reklame, dan mendaftarkan identitas pemilik data reklame sebagai dasar perhitungan pajak yang terutang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan.
44. **Izin Penyelenggaraan Reklame** yang selanjutnya disebut IPR adalah izin yang diterbitkan Walikota dalam penyelenggaraan reklame.
45. **Izin Mendirikan Bangun-bangunan Reklame** yang selanjutnya disebut IMB-BR adalah izin yang diterbitkan untuk melakukan kegiatan membangun bangun-bangunan reklame.

46. **Izin Pemakaian Tanah** adalah izin yang diterbitkan untuk memanfaatkan tanah/lahan di dalam sarana dan prasarana kota dalam penyelenggaraan reklame.
47. **Surat Izin Bekerja Perencana** yang selanjutnya disebut SIBP adalah surat izin yang diberikan kepada seorang ahli untuk dapat melakukan pekerjaan sebagai peneliti tanah, perancang atau perencana, pengawas, pengkaji teknis, dan pemelihara bangunan di Daerah sesuai dengan keahliannya.
48. **Surat Izin Usaha Jasa Konstruksi** yang selanjutnya disebut SIUJK adalah surat izin untuk melakukan usaha di bidang jasa konstruksi yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah atau pejabat yang ditunjuk.
49. **Pajak daerah** yang selanjutnya disebut pajak adalah iuran wajib yang dilakukan oleh orang pribadi atau badan kepada daerah tanpa imbalan langsung yang seimbang, yang dapat dipaksakan berdasarkan peraturan perundang-undangan, yang digunakan untuk membiayai penyelenggaraan Pemerintah Daerah dan pembangunan daerah.
50. **Retribusi daerah** yang selanjutnya disebut retribusi adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan orang pribadi atau badan.
51. **Bahu jalan** adalah ruang sepanjang dan terletak bersebelahan dengan tepi luar perkerasan jalan atau jalur lalu lintas yang berfungsi sebagai ambang pengaman jalan.
52. **Surat Ketetapan Retribusi Daerah** yang selanjutnya disebut SKRD adalah surat keputusan yang menentukan besarnya jumlah retribusi yang terutang.
53. **Pengawasan dan penertiban** adalah upaya atau tindakan yang dilakukan terhadap reklame yang menyimpang dari ketentuan peraturan perundang-undangan.

54. **Penyidik Pegawai Negeri Sipil** yang selanjutnya disebut PPNS adalah pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan Pemerintah Daerah yang diberi wewenang khusus oleh Undang-Undang untuk melakukan penyidikan terhadap pelanggaran Peraturan Daerah.

## **BAB II**

### **PERENCANAAN**

#### **Bagian Pertama Pola Penyebaran Peletakan Reklame**

##### **Pasal 2**

- (1) Setiap penyebaran peletakan reklame di daerah harus memperhatikan estetika, edukasi, dan lingkungan sesuai dengan rencana tata ruang.
- (2) Pola penyebaran peletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi titik-titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota serta di luar sarana dan prasarana kota yang diatur oleh Walikota.
- (3) Penyebaran titik-titik reklame dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi :
  - 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) Penyebaran titik-titik reklame di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi : a. di atas bangunan;  
b. menempel pada bangunan;  
c. di halaman;  
d. di areal terbuka.
- (5) Penyelenggaraan reklame khusus produk rokok dilaksanakan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (6) Evaluasi terhadap penyebaran titik-titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur oleh Walikota.

### **Pasal 3**

- (1) Titik-titik reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3) dan ayat (4) dikenakan nilai sewa reklame yang besaran dan cara perhitungannya diatur oleh Walikota.
- (2) Bagi penyelenggaraan reklame sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 ayat (3) diterbitkan Izin Pemakaian Tanah dan dikenakan retribusi yang besarnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Rincian perhitungan retribusi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) diterbitkan oleh instansi teknis terkait yang dituangkan dalam SKRD.
- (4) Bagi penyelenggaraan reklame yang mendirikan bangunbangunan reklame yang disyaratkan memiliki IMB-BR dikenakan retribusi IMB-BR yang besarnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (5) Rincian perhitungan retribusi IMB-BR sebagaimana dimaksud pada ayat (4) diterbitkan oleh instansi teknis terkait yang dituangkan dalam SKRD.

### **Bagian Kedua**

#### **Pelarangan dan Pembatasan Penyebaran Peletakan Titik Reklame**

**Paragraf 1**  
**Pelarangan Penyebaran Peletakan Titik Reklame**

**Pasal 4**

- (1) Dilarang melakukan peletakan reklame yang bersifat komersial pada :
  - a. kantor pemerintah;
  - b. sarana ibadah;
  - c. sarana pendidikan.
- (2) Pelarangan meletakan titik-titik reklame dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3) meliputi :
  - a. trotoar;
  - b. ruas-ruas jalan bagian dalam yang mengitari kawasan Kebun Raya dan Istana Bogor.

**Paragraf 2**  
**Pembatasan Penyebaran Peletakan Titik Reklame**

**Pasal 5**

- (1) Terhadap peletakan titik-titik reklame dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3) ditetapkan pembatasan berdasarkan :
  - a. fungsi ruang publik (*public space*);
  - b. fungsi ruas-ruas jalan tertentu (*striking*).
- (2) Pembatasan terhadap titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a ditetapkan terhadap penyelenggaraan reklame pada bahu jalan yang belum terbangun trotoar di atasnya.
- (3) Pembatasan terhadap titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dan ayat (2) ditetapkan berdasarkan kajian teknis instansi terkait dengan memperhatikan analisis administrasi, teknis, serta klasifikasi dan kondisi jalan.

- (4) Kajian teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (3) didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut :
- a. memperhatikan estetika;
  - b. memperhatikan keserasian bangunan;
  - c. memperhatikan lingkungan ekologis sekitar;
  - d. memperhatikan rencana tata ruang;
  - e. memperhatikan ketentuan teknis lalu lintas, jalan, serta konstruksi jalan.

#### **Pasal 6**

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

- a. tidak mengganggu lalu lintas jalan dan pejalan kaki;
- b. tidak mengganggu jarak pandang pengemudi kendaraan;
- c. tidak mengganggu fungsi Penerangan Jalan Umum (PJU) dan lingkungan ekologis sekitar;
- 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 dan/atau tempat berdirinya reklame yang dihitung oleh tenaga ahli.

#### **Bagian Ketiga Rancang Bangun Reklame**

#### **Pasal 7**

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame *megatron*, *videotron*, *large electronic display (LED)*, *dynamics board* dan reklame papan (*billboard*) atau bando jalan harus memperhatikan rancang bangun reklame yang meliputi bentuk, ukuran, konstruksi, dan penyajian dengan ketentuan sebagai berikut :
- a. ukuran dengan klasifikasi sebagai berikut :
    - 1) jenis reklame dengan ukuran luas bidang reklame sampai dengan  $6 \text{ m}^2$  (enam meter persegi);
    - 2) jenis reklame dengan ukuran luas bidang reklame di atas  $6 \text{ m}^2$  (enam meter persegi);



- 3) batas tinggi dan ketinggian reklame ditetapkan dalam batasan teknis tersendiri.
- b. konstruksi dengan klasifikasi sebagai berikut :
- 1) konstruksi kaki tunggal (*single pole*) adalah reklame yang menggunakan sistem kaki konstruksi hanya dengan 1 (satu) tiang;
  - 2) konstruksi kaki ganda (*double pole*) adalah reklame yang menggunakan sistem kaki konstruksi yang terdiri dari atas 2 (dua) tiang;
  - 3) konstruksi rangka adalah reklame yang menggunakan sistem kaki konstruksi berbentuk rangka;
  - 4) konstruksi menempel adalah reklame yang konstruksinya menyatu pada bagian bangunan dengan memakai konstruksi tambahan yang menyatu dengan konstruksi bangunan tersebut.
- c. penyajian dengan ketentuan sebagai berikut :
- 1) tidak boleh menggunakan cahaya yang menyilaukan (*flashing*) dan/atau bahan yang menyilaukan;
  - 2) menggunakan bahasa Indonesia, bahasa daerah, dan bahasa asing;
  - 3) mempertimbangkan aspek keindahan, keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, dan kesehatan.
- (2) Setiap penyelenggaraan reklame kain harus memperhatikan bentuk, ukuran, konstruksi, waktu penayangan dan penyajian.

### **BAB III**

#### **PENYELENGGARAAN**

##### **Bagian Pertama Klasifikasi Reklame**

##### **Pasal 8**

Penyelenggaraan reklame dibedakan menurut tempat, jenis, ukuran, konstruksi, jalur jalan, dan kontribusi dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. penyelenggaraan reklame menurut tempat adalah penyelenggaraan reklame pada titik-titik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (3) dan ayat (4).
- b. penyelenggaraan reklame menurut jenis terdiri dari :
  - 1) reklame bando;
  - 2) reklame *megatron*, *videotron*, *large electric display (LED)*, *video wall*, dan *dynamics wall*;
  - 3) reklame papan (*billboard*);
  - 4) reklame baliho;
  - 5) reklame kain;
  - 6) reklame poster atau tempelan/stiker;
  - 7) reklame selebaran atau brosur;
  - 8) reklame berjalan;
  - 9) reklame udara;
  - 10) reklame suara;
  - 11) reklame film atau slide;
  - 12) reklame peragaan (permanen/tidak permanen); 13) reklame rombong.
- c. penyelenggaraan reklame menurut ukuran adalah penyelenggaraan reklame yang berdasarkan ukuran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf a;
- d. penyelenggaraan reklame menurut konstruksi adalah penyelenggaraan reklame yang berdasarkan konstruksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf b;
- e. penyelenggaraan reklame menurut jalur jalan adalah penyelenggaraan reklame yang diletakkan pada sepanjang jalur jalan tertentu yang diatur oleh Walikota meliputi :
  - 1) jalur jalan Khusus;
  - 2) jalur jalan Utama;
  - 3) jalur jalan I;
  - 4) jalur jalan II; 5) jalur jalan III;
- f. penyelenggara reklame yang memberikan kontribusi untuk kepentingan daerah dapat diberikan hak pengelolaan penyelenggaraan reklame pada titik reklame tertentu dalam jangka waktu paling lama 5 (lima) tahun.

## **Bagian Kedua**

## Penyelenggara Reklame

### Pasal 9

- (1) Penyelenggara reklame terdiri dari :
  - a. pemilik produk;
  - b. perusahaan jasa periklanan atau biro reklame.
  
- (2) Pemilik produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas namanya sendiri.
  
- (3) Perusahaan jasa periklanan atau biro reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b adalah orang pribadi atau badan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang memenuhi persyaratan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

### Pasal 10

- (1) Penyelenggara reklame pemilik produk sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (2) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :
  - a. bagi penyelenggara reklame orang pribadi :
    - 1) memiliki identitas diri (Kartu Tanda Penduduk/KTP);
    - 2) memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
    - 3) menggunakan tenaga ahli pemegang SIBP sebagai perencana konstruksi untuk pelaksana penyelenggaraan reklame yang menggunakan ukuran dan konstruksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf a angka 2 dan huruf b.
  - b. bagi penyelenggara reklame badan :
    - 1) akta perusahaan terakhir;
    - 2) memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP);
    - 3) memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
    - 4) menggunakan tenaga ahli pemegang SIBP untuk perencana konstruksi dan Surat Izin Usaha Jasa Konstruksi (SIUJK) untuk pelaksana penyelenggaraan reklame yang menggunakan ukuran dan konstruksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf a angka 2 dan huruf b.
  
- (2) Untuk perusahaan jasa periklanan atau biro reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (3) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. memiliki identitas diri (Kartu Tanda Penduduk/KTP);
- b. akta perusahaan terakhir;
  
- c. memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP);
- d. memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP);
- e. mempunyai penanggung jawab langsung yang memiliki SIBP bidang konstruksi dan SIUJK;
- f. memiliki studio perencana dan bengkel kerja (*workshop*);
- g. memiliki sarana dan prasarana pekerjaan, seperti alat-alat las, *genset*, alat penyambung listrik, tenaga ahli poster, ahli gambar, dan ahli konstruksi.

## **BAB IV**

### **MEKANISME IZIN**

#### **Bagian Pertama Perizinan**

##### **Pasal 11**

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame harus terlebih dahulu mendapat IPR dari Walikota.
- (2) IPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan sesuai dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame.

##### **Pasal 12**

Dikecualikan dari kewajiban memperoleh IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 adalah terhadap penyelenggaraan reklame :

- a. oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah;
- b. melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan, dan jaringan internet;
- c. semata-mata memuat nama tempat ibadah dengan ketentuan luas bidang reklamennya tidak melebihi 4 m<sup>2</sup> (empat meter persegi);
- d. semata-mata memuat nama lembaga sosial atau lembaga pendidikan formal dengan ketentuan luas bidang reklamennya tidak melebihi 4 m<sup>2</sup> (empat meter persegi);

- e. semata-mata memuat nama organisasi kemasyarakatan dan organisasi sosial politik dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi 2 m<sup>2</sup> (dua meter persegi);
- f. semata-mata memuat nama pekerjaan atau profesi dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi ½ m<sup>2</sup> (satu perdua meter persegi);
- g. semata-mata mengenai kepemilikan atau peruntukan tanah dengan ketentuan luas bidang reklamenya tidak melebihi ¼ m<sup>2</sup> (satu per empat meter persegi) dan diselenggarakan di atas tanah tersebut;
- h. diselenggarakan oleh perwakilan diplomatik, perwakilan konsulat, perwakilan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), serta badan-badan atau lembaga organisasi internasional pada lokasi badan-badan dimaksud.

### **Pasal 13**

Selama jangka waktu IPR berjalan pemegang IPR dilarang mengubah bentuk, naskah, ukuran, jenis atau lokasi penyelenggaraan reklame tanpa persetujuan tertulis dari Walikota.

## **Bagian Kedua Permohonan IPR**

### **Pasal 14**

- (1) Setiap permohonan IPR harus diajukan secara tertulis kepada Walikota.
- (2) Permohonan IPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menggunakan formulir SPPR yang harus diisi dengan benar, jelas, dan lengkap, diberi tanggal, dan ditandatangani serta melampirkan persyaratan sesuai dengan peruntukannya.
- (3) Pemohon dalam pengisian formulir SPPR selain wajib melampirkan persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10, juga wajib melampirkan persyaratan sebagai berikut :
  - a. persyaratan umum meliputi :
    - 1) peta/gambar produk atau naskah/pesan yang akan disampaikan;

- 2) gambar produk atau naskah/pesan yang akan disampaikan tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, kesehatan, serta harus sesuai dengan perencanaan tata ruang kota;
  - 3) untuk permohonan perpanjangan IPR melampirkan foto kopi IPR sebelumnya;
  - 4) Surat Pernyataan dari penyelenggara reklame yang menyatakan kesanggupan untuk bertanggung jawab sepenuhnya terhadap segala akibat yang ditimbulkan dalam penyelenggaraan reklame.
- b. persyaratan khusus berdasarkan ukuran luas bidang reklame meliputi :
- 1) untuk reklame dengan ukuran luas bidang reklame sampai dengan 6 m<sup>2</sup> (enam meter persegi), melampirkan persyaratan permohonan yang dibuat dalam rangkap 1 (satu) sebagai berikut :
    - a) foto terbaru rencana lokasi penempatan reklame dengan ketentuan :
      - 1) dibuat paling lama 14 (empat belas) hari kerja sebelum tanggal permohonan;
      - 2) pemotretan diambil dari 3 (tiga) arah dengan jarak 10 (sepuluh) meter yang menjelaskan kondisi atau gambaran tempat peletakan reklame yang dimohon.
    - b) penyelenggaraan reklame di luar sarana dan prasarana kota harus melampirkan surat kesepakatan dengan pemilik persil atau bangunan;
    - c) surat kuasa bermaterai cukup dari pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk memproses permohonan izin.
  - 2) untuk reklame dengan ukuran luas bidang reklame lebih dari 6 m<sup>2</sup> (enam meter persegi), melampirkan persyaratan permohonan yang dibuat dalam rangkap 2 (dua) sebagai berikut :
    - a) foto terbaru rencana lokasi penempatan reklame dengan ketentuan :

1) dibuat paling lama 14 (empat belas) hari kerja sebelum tanggal permohonan;

2) pemotretan diambil dari 3 (tiga) arah dengan jarak 10 (sepuluh) meter yang menjelaskan kondisi atau gambaran tempat peletakan reklame yang dimohon.

- b) penyelenggaraan reklame di luar sarana dan prasarana kota harus melampirkan surat kesepakatan dengan pemilik persil atau bangunan;
- c) surat kuasa bermaterai cukup dari pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk memproses permohonan izin penyelenggaraan reklame;
- d) gambar arsitektur, gambar konstruksi, dan Rencana Anggaran Biaya (RAB) bangun-bangunan dari penanggung jawab perencana pemegang SIBP dan SIUJK;
- e) bagi penyelenggara reklame di atas bangunan gedung melampirkan foto kopi IMB bangunan induk.

c. persyaratan khusus berdasarkan jenis reklame meliputi :

- 1) untuk reklame jenis kain, baliho, poster atau tempelan, selebaran atau brosur, suara, film atau slide, dan peragaan (permanen atau tidak permanen) melampirkan persyaratan permohonan sebagaimana dimaksud pada huruf a;
- 2) untuk reklame jenis bando, *megatron*, *videotron*, *large electronic display (LED)*, *video wall*, dan *dynamics wall*, *billboard* melampirkan persyaratan permohonan sebagaimana dimaksud pada huruf b.
- 3) untuk reklame berjalan pada kendaraan pribadi melampirkan persyaratan permohonan yang dibuat dalam rangkap 1 (satu) sebagai berikut :
  - a) foto kendaraan dengan memperlihatkan bidang yang akan dipasang reklame;
  - b) foto kopi Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) yang masih berlaku;
  - c) surat perjanjian dengan pemilik kendaraan apabila kendaraan yang bersangkutan bukan milik pemohon.
- 4) untuk reklame pada kendaraan umum dengan melampirkan persyaratan permohonan yang dibuat dalam rangkap 1 (satu) sebagai berikut :
  - a) foto kendaraan dengan memperlihatkan bidang yang akan dipasang reklame;

- b) foto kopi Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) yang masih berlaku;
  - c) surat perjanjian dengan pemilik kendaraan apabila kendaraan yang bersangkutan bukan milik pemohon;
  - d) foto kopi izin trayek.
- 5) untuk reklame jenis udara melampirkan persyaratan permohonan sebagaimana dimaksud pada huruf a ditambah dengan melampirkan foto terbaru rencana lokasi penempatan reklame dengan ketentuan :
- a) dibuat paling lama 14 (empat belas) hari kerja sebelum tanggal permohonan;
  - b) pemotretan diambil dari 3 (tiga) arah dengan jarak 10 (sepuluh) meter yang menjelaskan kondisi atau gambaran tempat peletakan reklame yang dimohon.

### **Bagian Ketiga Penerbitan IPR**

#### **Pasal 15**

- (1) IPR diterbitkan setelah pemohon memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (3).
- (2) Terhadap permohonan IPR yang diterima secara lengkap sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan memenuhi kajian teknis, Walikota menerbitkan IPR paling lama 14 (empat belas) hari kerja.
- (3) Terhadap permohonan IPR yang ditolak, Walikota memberikan alasan yang jelas secara tertulis paling lama 14 (empat belas) hari kerja setelah pemohon mengajukan permohonan IPR.
- (4) Apabila dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (3) Walikota tidak memberikan jawaban atas permohonan IPR yang diajukan oleh pemohon, maka permohonan tersebut dianggap ditolak.



- (5) Bagi penerima IPR dalam jangka waktu paling lama 5 (lima) hari kerja diwajibkan :
- a. membayar Retribusi Izin Pemakaian Tanah bagi penyelenggaraan reklame didalam sarana dan prasarana kota;
  - b. membayar Retribusi IMB-BR bagi penyelenggaraan reklame yang memiliki rancang bangun dengan luas bidang reklame di atas 6 m<sup>2</sup> (enam meter persegi);
  - c. melampirkan tanda bukti lunas bayar biaya pemasangan dan beban listrik dari PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) bagi penyelenggaraan reklame yang menggunakan listrik;
  - d. membayar Pajak Reklame.

#### **Bagian Keempat Perpanjangan IPR**

##### **Pasal 16**

- (1) Setiap permohonan perpanjangan IPR harus diajukan secara tertulis kepada Walikota paling lambat 1 (satu) bulan sebelum berakhirnya masa IPR.
- (2) Permohonan perpanjangan IPR untuk reklame jenis kain, baliho, poster atau tempelan, selebaran atau brosur, suara, film atau slide, dan peragaan diajukan tertulis kepada Walikota paling lambat 2 (dua) hari kalender sebelum berakhirnya masa IPR.
- (3) Persetujuan perpanjangan IPR merupakan kewenangan Walikota.
- (4) Permohonan perpanjangan IPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1), disampaikan kepada Walikota dengan menggunakan SPPR.

#### **BAB V**

##### **PAJAK DAN RETRIBUSI**

##### **Pasal 17**

Pengenaan pajak dan retribusi dalam penyelenggaraan reklame dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## **BAB VI**

### **PENGENDALIAN**

#### **Pasal 18**

Pengendalian dilakukan oleh Walikota yang diarahkan kepada tertib administrasi dan akurasi teknis dalam lingkup kegiatan pengawasan, penertiban, dan pembinaan.

## **BAB VII**

### **PERAN SERTA MASYARAKAT**

#### **Pasal 19**

- (1) Masyarakat berhak menyampaikan saran dan pendapat secara bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan reklame.
- (2) Masyarakat berhak memperoleh informasi mengenai penyelenggaraan reklame.

## **BAB VIII**

### **SANKSI ADMINISTRASI**

#### **Bagian Pertama Pembatalan dan Pencabutan IPR**

#### **Pasal 20**

IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, dapat dibatalkan dan dicabut apabila :

- a. terdapat perubahan kebijakan Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah;
- b. perubahan rencana tata ruang;
- c. keinginan sendiri pemegang IPR;

- d. penyelenggara reklame tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 ayat (5);
- e. pada reklame tersebut terdapat perubahan antara lain ukuran, konstruksi, penyajian, dan pesan sehingga tidak sesuai lagi dengan IPR yang telah diterbitkan;
- f. terdapat pemindahtanganan secara sepihak kepada pihak lain yang bukan pemegang IPR;
- g. penyelenggara reklame tidak memelihara reklame dalam keadaan baik, sehingga dapat mengganggu keindahan dan keselamatan masyarakat.

#### **Pasal 21**

- (1) Terhadap pembatalan dan pencabutan IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf a dan huruf b, maka pajak yang sudah dibayar dapat dimohonkan pengembalian (restitusi) dari sisa waktu yang belum dimanfaatkan.
- (2) Terhadap pembatalan dan pencabutan IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf c, huruf d, huruf e, huruf f dan huruf g, maka pajak yang sudah dibayar tidak dapat dimintakan pengembalian (restitusi) dari sisa waktu yang belum dimanfaatkan.

#### **Bagian Kedua Denda Administratif**

#### **Pasal 22**

Setiap orang pribadi atau badan yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 dikenakan denda administratif sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### **Bagian Ketiga Sanksi Polisional**

#### **Pasal 23**

- (1) Walikota menertibkan penyelenggaraan reklame yang tidak memiliki IPR.

- (2) Penertiban reklame dilaksanakan oleh Walikota terhadap penyelenggaraan reklame yang IPR-nya dibatalkan dan dicabut sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20.
- (3) Pembongkaran reklame dilaksanakan oleh pemegang IPR terhadap penyelenggaraan reklame yang IPR-nya dibatalkan atau dicabut sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf c, huruf d, huruf e, huruf f dan huruf g dalam jangka waktu paling lama 7 (tujuh) hari kalender sejak tanggal pembatalan atau pencabutan IPR.
- (4) Bagi penyelenggara reklame yang telah berakhir masa pajaknya dan tidak mengajukan perpanjangan IPR dan atau mengajukan perpanjangan IPR, tetapi tidak mendapat persetujuan tertulis dari Walikota wajib membongkar sendiri reklamennya dalam jangka waktu paling lama 23 (dua puluh tiga) hari kalender sejak tanggal berakhirnya masa pajak.
- (5) Dalam jangka waktu 23 (dua puluh tiga) hari kalender sebagaimana dimaksud pada ayat (4), Walikota melakukan :
  - a. peringatan tertulis pertama disertai dengan penutupan sementara bidang reklame;
  - b. peringatan tertulis kedua;
  - c. peringatan tertulis ketiga.
- (6) Apabila penyelenggara reklame tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (3), ayat (4), dan ayat (5) akan dilakukan pembongkaran oleh Pemerintah Daerah dan reklamennya akan menjadi milik daerah.

## **BAB IX**

### **KETENTUAN PIDANA**

#### **Pasal 24**

- (1) Pelanggaran terhadap ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, Pasal 7, Pasal 11, dan Pasal 13 diancam dengan pidana kurungan paling lama 3 (tiga) bulan atau denda paling tinggi sebesar Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

- (2) Tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah pelanggaran.
- (3) Selain tindak pidana sebagaimana dimaksud pada ayat (1), baik berupa tindak pidana kejahatan dan/atau tindakan yang mengakibatkan kerugian bagi Pemerintah Daerah, orang pribadi/badan atau pihak lain diancam dengan hukuman pidana sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

## **BAB X**

### **PENYIDIKAN**

#### **Pasal 25**

- (1) Penyidikan terhadap pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 dilaksanakan oleh PPNS di lingkungan Pemerintah Daerah yang pengangkatannya ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (2) Wewenang PPNS sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah sebagai berikut :
  - a. menerima laporan atau pengaduan dari seseorang tentang adanya tindak pidana;
  - b. melakukan tindakan pertama pada saat itu di tempat kejadian dan melakukan pemeriksaan;
  - c. menyuruh berhenti seorang tersangka dan memeriksa tanda pengenal diri tersangka;
  - d. melakukan penyitaan benda dan/atau surat;
  - e. mengambil sidik jari dan memotret tersangka;
  - f. memanggil orang untuk didengar dan diperiksa sebagai saksi atau tersangka;
  - g. mendatangkan orang ahli yang diperlukan dalam hubungannya dengan pemeriksaan perkara;

- h. mengadakan penghentian penyidikan setelah mendapat petunjuk dari penyidik umum jika tidak terdapat cukup bukti atau peristiwa tersebut bukan merupakan tindak pidana dan selanjutnya melalui penyidik umum memberitahukan hal tersebut kepada penuntut umum, tersangka atau keluarganya;
  - i. mengadakan tindakan lain menurut hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.
- (3) PPNS sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dalam melaksanakan tugasnya sebagai penyidik berada di bawah koordinasi penyidik Kepolisian Negara Republik Indonesia sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Hukum Acara Pidana.
- (4) PPNS sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memberitahukan dimulainya penyidikan dan menyampaikan hasil penyidikannya kepada penuntut umum sesuai yang diatur dalam Hukum Acara Pidana.

## **BAB XI**

### **KETENTUAN PERALIHAN**

#### **Pasal 26**

- .
- (1) Dengan berlakunya Peraturan Daerah ini, maka IPR yang telah diterbitkan bagi penyelenggara reklame sebelum ditetapkan Peraturan Daerah ini masih tetap berlaku sampai dengan berakhirnya IPR tersebut.
  - (2) Seluruh instruksi, petunjuk, keputusan, peraturan, atau pedoman yang ada dan tidak bertentangan dengan Peraturan Daerah ini dinyatakan tetap berlaku.

## **BAB XII**

### **KETENTUAN PENUTUP**

#### **Pasal 27**

Hal-hal yang belum diatur dalam Peraturan Daerah ini mengenai pelaksanaannya ditetapkan dengan Peraturan Walikota paling lambat 1 (satu) tahun sejak diundangkannya Peraturan Daerah ini.

#### **Pasal 28**

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Bogor  
pada tanggal 12 September 2005

**WALIKOTA BOGOR,**  
t.t.d  
**DIANI BUDIARTO**

Diundangkan di Bogor  
pada tanggal 13 September 2005

**SEKRETARIS DAERAH KOTA BOGOR,**  
t.t.d  
**DODY ROSADI**

**LEMBARAN DAERAH KOTA BOGOR TAHUN  
2005 NOMOR 2 SERI E**

**SEKRETARIAT DAERAH KOTA BOGOR**  
Kepala Bagian Hukum,

**BORIS DERURASMAN**

**PENJELASAN**  
**ATAS**  
**PERATURAN DAERAH KOTA BOGOR**  
**NOMOR 4 TAHUN 2005**  
**TENTANG**  
**PENYELENGGARAAN REKLAME**

**I. PENJELASAN UMUM**

Berkenaan dengan meningkatnya permohonan penyelenggaraan reklame maka dipandang perlu untuk menetapkan Peraturan Daerah yang mengatur mengenai tata cara penyelenggaraan reklame agar memudahkan dan meningkatkan pelayanan serta memberikan kepastian hukum bagi penyelenggara reklame. Selain hal tersebut, penetapan Peraturan Daerah ini mempunyai tujuan untuk menciptakan penataan ruang yang terarah dan terkendali, mewujudkan penataan kota yang lebih baik, serta untuk mempersamakan persepsi tentang pengaturan penyelenggaraan reklame terhadap ketentuan perundangundangan yang pada akhirnya akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Untuk meningkatkan pendapatan daerah di bidang penyelenggaraan reklame dicapai dengan menetapkan nilai sewa reklame sebagai dasar pengenaan pajak reklame, sehingga penetapan nilai sewa dihitung berdasarkan biaya pemasangan reklame, biaya pemeliharaan reklame, jangka waktu pemasangan reklame, nilai strategis, serta jenis reklame.

**II. PENJELASAN PASAL DEMI PASAL**

**Pasal 1**

**Angka 1**

Cukup jelas.



Angka 2  
Cukup jelas.

Angka 3  
Cukup jelas.

Angka 4  
Cukup jelas.

Angka 5  
Cukup jelas.

Angka 6  
Cukup jelas.

Angka 7  
Cukup jelas.

Angka 8  
Cukup jelas.

Angka 9  
Cukup jelas.

Angka 10  
Cukup jelas.

Angka 11  
Cukup jelas.

Angka 12  
Termasuk di dalamnya jam kota.

Angka 13  
Termasuk dalam pengertian reklame adalah merk yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Angka 14  
Cukup jelas.

Angka 15  
Cukup jelas.

Angka 16  
Cukup jelas.

Angka 17  
Cukup jelas.

Angka 18  
Cukup jelas.

Angka 19  
Cukup jelas.

Angka 20  
Cukup jelas.

Angka 21  
Cukup Jelas.

Angka 22  
Termasuk dalam reklame berjalan adalah reklame yang ditempelkan atau dicat di kendaraan pribadi/umum.

Angka 23  
Yang dimaksud dengan “menggunakan gas” adalah reklame yang mengudara dengan menggunakan balon gas. Yang dimaksud dengan “menggunakan laser” adalah reklame yang ekspresinya menggunakan sarana penembakan cahaya. Yang dimaksud dengan “menggunakan pesawat” adalah reklame yang dipertunjukan dengan cara ditarik oleh pesawat

Angka 24  
Cukup Jelas.

Angka 25  
Cukup Jelas

Angka 26  
Cukup jelas.

Angka 27  
Cukup jelas.

Angka 28  
Cukup jelas.

Angka 29  
Cukup jelas.

Angka 30  
Cukup jelas.

Angka 31  
Cukup jelas.

Angka 32  
Cukup jelas.

Angka 33  
Cukup jelas.

Angka 34  
Cukup jelas.

Angka 35  
Cukup jelas.

Angka 36  
Cukup jelas.

Angka 37  
Cukup jelas.

Angka 38  
Cukup jelas.

Angka 39  
Cukup jelas.

Angka 40  
Cukup jelas.

Angka 41  
Cukup jelas.

Angka 42 Cukup  
jelas.

Angka 43 Cukup  
jelas.

Angka 44 Cukup  
jelas.

Angka 45 Cukup  
jelas.

Angka 46 Cukup  
jelas.

Angka 47 Cukup  
jelas.

Angka 48 Cukup  
jelas.

Angka 49 Cukup  
jelas.

Angka 50 Cukup  
jelas.

Angka 51  
Cukup jelas.

Angka 52  
Cukup jelas.

Angka 53  
Cukup jelas.

Angka 54  
Cukup jelas.

Pasal 2  
Cukup jelas.

Pasal 3  
Ayat (1) Cukup jelas  
Ayat (2) Cukup jelas  
Ayat (3) Besarnya nilai sewa reklame disesuaikan  
dengan kondisi Kota Bogor.

Pasal 4  
Cukup jelas

Pasal 5  
Cukup jelas

Pasal 6  
Cukup jelas

Pasal 7  
Cukup jelas

Pasal 8  
huruf a  
Cukup jelas huruf b  
Penyelenggaraan reklame rombong harus memperhatikan nilai estetika  
kota dan jarak antara reklame rombong yang satu dengan  
reklame rombong lainnya.

huruf c  
Cukup jelas

huruf d  
Cukup jelas

huruf e  
Yang dimaksud dengan jalur jalan adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang mempunyai nilai strategis untuk peletakan titik reklame

1. Jalur jalan khusus adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang mempunyai nilai strategis khusus untuk peletakan titik reklame
2. Jalur jalan Utama adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang mempunyai nilai strategis utama untuk peletakan titik reklame
3. Jalur Jalan I adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang mempunyai nilai strategis jalur kelas 1 (satu) untuk peletakan titik reklame
4. Jalur Jalan II adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang mempunyai nilai strategis jalur kelas 2 (dua) untuk peletakan titik reklame
5. Jalur jalan III adalah suatu prasarana perhubungan darat dalam bentuk apapun yang mempunyai nilai strategis jalur kelas 3 (tiga) untuk peletakan titik reklame

huruf f  
kontribusi yang diberikan oleh penyelenggara reklame kepada Pemerintah Kota Bogor dituangkan dalam bentuk perjanjian.

Pasal 9  
Cukup jelas

Pasal 10  
Cukup jelas

Pasal 11  
Ayat (1)  
Cukup jelas

Ayat (2)  
Yang dimaksud dengan jangka waktu penyelenggaraan reklame sesuai dengan masa pajak.

Pasal 12  
Cukup jelas

Pasal 13  
Cukup jelas

Pasal 14  
Cukup jelas

Pasal 15  
Cukup jelas

Pasal 16  
Cukup jelas

Pasal 17  
Cukup jelas.

Pasal 18  
Cukup jelas

Pasal 19  
Ayat (1)  
Saran dan pendapat dapat dilakukan antara lain melalui seminar, diskusi panel, dan lokakarya.

Ayat (2)  
Masyarakat yang memiliki kepentingan yang jelas berhak memperoleh dan mendapatkan informasi dari instansi terkait berkenaan dengan penyelenggaraan reklame.

Pasal 20  
Cukup jelas

Pasal 21  
Cukup jelas

Pasal 22  
Cukup jelas

Pasal 23  
Cukup jelas

Pasal 24  
Cukup jelas

Pasal 25  
Cukup jelas



Pasal 26  
Ayat (1)  
Cukup jelas  
Ayat (2) Cukup jelas  
Pasal 27  
Cukup jelas  
  
Pasal 28  
Cukup jelas