



SALINAN

WALIKOTA SORONG
PROVINSI PAPUA BARAT
PERATURAN DAERAH KOTA SORONG

NOMOR 9 TAHUN 2019

TENTANG

TATA LETAK PENEMPATAN REKLAME

DENCAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA SORONG,

- Menimbang: a. bahwa perkembangan dunia usaha dan perkembangan masyarakat Kota Sorong memberikan dampak terhadap semakin banyaknya pemasangan reklame sebagai suatu bentuk pendekatan dari produsen ke konsumen;
- b. bahwa penempatan titik-titik reklame membutuhkan kesesuaian dengan tata ruang wilayah, keselamatan, keamanan dan kenyamanan masyarakat, keindahan kota dan efektivitas reklame bagi pencapaian tujuan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat dan peningkatan pendapatan asli daerah;
- c. bahwa penyelenggaraan reklame membutuhkan pengaturan dan pengelolaan yang sejalan dengan kepentingan pembangunan dan kepentingan masyarakat;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Daerah tentang Tata Letak Penempatan Reklame.

- Mengingat: 1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1981 No. 75, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3209);
3. Undang-Undang Nomor 45 Tahun 1999 tentang Pembentukan Provinsi Irian Jaya Tengah, Provinsi Irian Jaya Barat, Kabupaten Paniai, Kabupaten Mimika, Kabupaten Puncak Jaya dan Kota Sorong (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 173, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3894) Sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2000 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 45 Tahun 1999 Tentang Pembentukan Provinsi Irian Jaya Tengah, Provinsi Irian Jaya Barat, Kabupaten Paniai, Kabupaten Mimika, Kabupaten Puncak Jaya dan Kota Sorong (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 72, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3960) Sesuai Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia nomor 018/PUU-I/2003;

4. Undang-undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286);
5. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 126, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4438);
6. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4444);
7. Undang-undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725);
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. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 5234 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 183, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6398);
10. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5679
11. Peraturan Pemerintah Nomor 34 Tahun 2006 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 86, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4655);
12. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 21, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5103);
13. Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2010 tentang Bentuk dan Tata Cara Peran Masyarakat dalam Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 130, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5049);

118, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5160);

14. Peraturan Presiden Nomor 87 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang - Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang - Undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 199);
15. Peraturan Menteri PU No 20/ PRT/M/ 2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-bagian Jalan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010);
16. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 13 Tahun 2006 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Daerah, sebagaimana telah diubah beberapa kali, 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 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 310);
17. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 2036), sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 120 Tahun 2018 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 80 Tahun 2015 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah;

Dengan Persetujuan Bersama

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT DAERAH KOTA SORONG

dan

WALIKOTA SORONG

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: PERATURAN DAERAH TENTANG TATA LETAK PENEMPATAN REKLAME.

BAB 1

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Daerah ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota sorong.
2. Pemerintah Daerah adalah Walikota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Walikota adalah Walikota Sorong.
4. Dewan Perwakilan Rakyat Daerah yang selanjutnya disingkat DPRD adalah DPRD Kota Sorong.
5. Badan adalah suatu badan usaha meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Daerah

dengan nama dan dalam bentuk apapun, persekutuan, perkumpulan, firma, kongsi, koperasi, yayasan atau organisasi yang sejenis, lembaga dana pensiun, bentuk badan usaha lainnya.

6. Penyelenggaraan reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan, jenis, perizinan, penyelenggara, pengendalian, pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi.
7. Tata ruang adalah wujud struktural dan pola pemanfaatan ruang, baik direncanakan maupun tidak.
8. Penataan ruang adalah perencanaan tata ruang, pemanfaatan ruang dan pengendalian pemanfaatan ruang.
9. Rencana kota adalah rencana tata ruang kota Sorong.
10. Bangunan Reklame adalah reklame yang terdiri dari bidang reklame berikut komponen struktur yang memikinya.
11. Reklame adalah benda, alat atau media yang menurut bentuk, susunan dan/ atau corak ragamnya untuk tujuan komersil, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa, seseorang atau badan yang diselenggarakan/ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca dan/ atau didengar dari suatu tempat Oleh umum kecuali yang dilakukan Oleh Pemerintah.
12. Reklame billboard adalah reklame yang terbuat dari kayu, logam, plastik, atau segala bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman, di atas bangunan.
13. Reklame Megatron/Videotron/Large Elektronik Display (LED) 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.
14. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
15. Reklame melekat (stiker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasangkan pada suatu benda.
16. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
17. Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa Oleh orang.
18. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
19. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan di luar ruangan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
20. Reklame slide atau reklame film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-

bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/ atau dipancarkan pada layar atau benda lain di dalam ruangan.

21. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
22. Reklame Insidental adalah media reklame ini digunakan pada suatu waktu tertentu sementara atau yang berjangka waktu beberapa hari atau bulan dan tidak lebih dari 1 (satu) tahun.
23. Reklame Permanen adalah reklame yang bersifat tetap atau yang berjangka waktu 1 (satu) tahun atau lebih.
24. Reklame dengan menggunakan konstruksi adalah penyelenggaraan reklame yang memiliki atau memerlukan rangka besi, baja, beton atau bahan lainnya yang sejenis dan hanya digunakan sebagai penopang atau penyangga bidang reklame.
25. Baliho adalah media promosi luar ruang yang digunakan untuk memberikan informasi/promosi jangka pendek mengenai acara (event) tertentu dan produk baru atau kegiatan yang bersifat insidental dengan konstruksi yang semi permanen.
26. Midi billboard adalah reklame yang terbuat dari kayu, logam, plastik, atau segala bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman, di atas bangunan dengan ukuran lebih kecil dari billboard.
27. Roadsign adalah adalah reklame yang terbuat dari kayu, logam, plastik, atau segala bahan lain yang sejenis dipasang sebagai penunjuk jalan.
28. Shop sign adalah papan reklame yang terbuat dari kayu, logam, plastik, atau segala bahan lain yang sejenis dipasang sebagai penunjuk suatu tempat usaha.
29. Tripsign adalah reklame yang terbuat dari kayu, logam, plastik, atau segala bahan lain yang sejenis dipasang sebagai penunjuk arah perjalanan.
30. Neonbox adalah mediareklame yang dibuat dari bahan acrylic/colibrite/ultralon dan di bagian dalamnya diberi lampu.
31. Phylonsign adalah media reklame yang dibuat dari bahan acrylic/colibrite/ultralon yang di dalamnya diberi lampu dengan ukuran yang lebih besar dari neonbox.
32. Lebar bidang reklame adalah ukuran vertikal media/ papan reklame.
33. Panjang bidang reklame adalah ukuran horizontal media/ papan reklame.
34. Luas bidang reklame adalah nilai yang didapat dari perkalian antara lebar dan panjang bidang reklame.
35. Materi reklame adalah naskah, tulisan, gambar, logo dan warna yang terdapat dalam bidang reklame.
36. Kawasan adalah wilayah tertentu sesuai dengan pemanfaatan wilayah tersebut yang dapat digunakan untuk pemasangan reklame.
37. 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.
38. Pola Penyebaran perletakan reklame adalah konfigurasi perletakan reklame yang tercermin dalam peta sebagai acuan dan arahan dalam penyelenggaraan reklame.

39. Perletakan reklame adalah tempat titik reklame ditempatkan atau diletakkan.
40. Titik reklame adalah tempat bidang reklame didirikan atau ditempatkan.
41. Sewa titik reklame adalah sewa lahan dan nilai strategis reklame atas penyelenggaraan reklame didalam sarana dan prasarana kota yang dimiliki dan atau dikuasai Pemerintah Daerah.
42. Nilai strategis titik reklame adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam satuan rupiah berdasarkan atas perletakan titik reklame pada kelas jalan/zona, ketinggian dan luas bidang reklame.
43. Bidang reklame adalah bagian atau muka reklame yang dimanfaatkan untuk tempat penyajian pesan-pesan berupa gambar, logo dan atau kata-kata oleh penyelenggara reklame.
44. Jalan umum adalah suatu sarana perhubungan darat dalam bentuk apapun, meliputi segala bagian jalan termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum.
45. Penunjang kelengkapan kota adalah keseluruhan ornamen sarana dan prasarana daerah.
46. Di luar sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang status pemilikannya perorangan dan/atau badan yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana tata ruang.
47. Persil adalah sebidang tanah yang di atasnya tidak terdapat bangunan atau terdapat bangunan sebagai tempat tinggal/ atau tempat kegiatan lainnya milik pribadi atau Badan termasuk parit, selokan, pagar, dan lain sebagainya.
48. Persil Kantor adalah sebidang tanah yang di atasnya tidak terdapat bangunan atau terdapat bangunan sebagai tempat tinggal/atau tempat kegiatan lainnya milik pribadi atau Badan termasuk parit, selokan, pagar, dan lain sebagainya yang berada dalam wilayah perkantoran baik itu milik Pemerintah maupun Swasta.
49. Pemilik reklame/produk adalah orang pribadi dan/atau badan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas namanya sendiri.
50. Perusahaan jasa periklanan atau biro reklame adalah badan yang bergerak dibidang jasa periklanan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
51. Izin Penyelenggaraan Reklame adalah izin penyelenggaraan reklame yang dikeluarkan oleh Organisasi Perangkat Daerah yang membidangi perizinan.
52. Surat Permohonan Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat SPPR adalah formulir permohonan untuk pemasangan reklame.
53. Ketinggian reklame adalah jarak tegak lurus imajiner antara ambang paling atas bidang reklame dengan permukaan tanah dimana reklame tersebut berdiri.
54. Garis Sempadan Bangunan yang selanjutnya disingkat GSB adalah garis sempadan yang di atasnya atau sejajar dibelakangnya dapat didirikan bangunan.
55. Garis Sempadan Pagar yang selanjutnya disingkat GSP adalah garis sempadan yang di atasnya dan/ atau sejajar dibelakangnya dapat didirikan pagar.

56. Tanda Pengesahan adalah bentuk izin penyelenggaraan reklame yang diberikan bagi reklame insidental, jenis kain, selebaran dan melekat yang dilengkapi cap/ stempel.
57. Kelas jalan reklame adalah klasifikasi jalan menurut tingkat strategis dan komersial untuk penyelenggaraan reklame yang ditetapkan oleh Kepala Daerah.
58. Biaya Jaminan Bongkar adalah biaya yang dibayarkan oleh penyelenggara reklame kepada Pemerintah Daerah yang dipergunakan oleh Pemerintah Daerah untuk membongkar reklame dan untuk pemulihan/ perbaikan kembali lokasi/tempat bekas diselenggarakannya reklame.

BAB II

PRINSIP TATA LETAK REKLAME

Pasal 2

- (1) Penyelenggaraan media reklame harus mengutamakan prinsip kepribadian dan budaya bangsa serta tidak bertentangan dengan norma agama, keindahan, kesopanan, ketertiban umum, kesehatan, kesusilaan, keamanan dan lingkungan.
- (2) Penyelenggaraan bangun-bangunan reklame harus memenuhi aspek keindahan, keserasian, ketertiban dan keselamatan masyarakat serta harus sesuai dengan rencana tata ruang.

BAB III

TUJUAN PENATAAN LETAK REKLAME

Pasal 3

Tata letak reklame bertujuan untuk mewujudkan penataan ruang kota yang terarah dan terkendali, volume/kualitas dalam lingkungan yang tidak berlebihan, lokasi yang sesuai dengan tata ruang kota, dimensi skala atau besaran ruang dan massa bangunan dalam lingkungan yang proporsional, penataan yang mempengaruhi penampilan lingkungan kota serta penentuan bentuk visual yang mempengaruhi keteraturan lingkungan.

BAB IV

PENYELENGGARAAN REKLAME

Bagian Kesatu Penyelenggara

Pasal 4

- (1) Penyelenggara reklame adalah:
 - a. pemilik reklame/produk; dan
 - b. perusahaan jasa periklanan atau biro reklame.
- (2) Pemilik reklame/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 badan yang bergerak dibidang jasa periklanan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
- (4) Perusahaan jasa periklanan/biro reklame untuk menyelenggarakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3), harus terdaftar pada Organisasi Perangkat Daerah yang ditunjuk.

Bagian Kedua
Kewajiban Penyelenggara

Pasal 5

- (1) Penyelenggaraan reklame harus memenuhi persyaratan keindahan, kepribadian dan budaya bangsa serta tidak boleh bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan, kesehatan, serta harus sesuai dengan rencana tata ruang kota.
- (2) Penyelenggara reklame wajib memperbaiki kembali taman, ruang terbuka hijau, bangunan dan lingkungan disekitar tempat pemasangan reklame, apabila ternyata pemasangan reklame dimaksud mengakibatkan kerusakan.
- (3) Penyelenggara reklame berkewajiban:
 - a. menempelkan penning atau stiker atau tanda lain yang ditetapkan oleh walikota atau masa berlaku yang dibubuhkan oleh petugas pada reklame yang dipasang;
 - b. memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk reklame agar selalu dalam kondisi baik;
 - c. memenuhi persyaratan administratif mengenai status tanah yang digunakan untuk pemasangan reklame;
 - d. memenuhi persyaratan teknis sesuai dengan fungsi bangunan media reklame yang meliputi persyaratan tata bangunan dan persyaratan keandalan bangunan sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundang-undangan tentang bangunan;
 - e. membongkar reklame beserta bangunan konstruksi segera setelah berakhir izin atau setelah izin dicabut;
 - f. menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan reklame sehingga menimbulkan kerugian pada pihak lain.

Pasal 6

- (1) Penyelenggara reklame dilarang menyelenggarakan reklame:
 - a. pada persil-persil kantor milik instansi Pernerintah kecuali untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh Pernerintah Daerah setelah mendapat persetujuan walikota;
 - b. di sekitar tempat pendidikan/ sarana pendidikan dan tempat ibadah dan/ atau tempat-tempat tertentu pada jarak tertentu kecuali berkaitan langsung dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh pengelola tempat dimaksud;

- c. di atas jalan umum yang dapat mengganggu keamanan lalu lintas dan keindahan kota dan/ atau lingkungan yaitu:
 1. memasang reklame di depan rambu-rambu lalu lintas, sampai dengan tempat yang dimaksudkan oleh rambu-rambu tersebut dan lebih dari 1 (satu) meter dari garis sepadan jalan diukur secara horisontal;
 2. memasang reklame di depan lampu lalu lintas isyarat jalan (trafficlight) sampai dengan radius 25 (dua puluh lima) meter;
 3. memasang reklame di depan rambu-rambu lalu lintas kurang dari 25 (dua puluh lima) meter dari rambu-rambu tersebut;
 4. memasang reklame spanduk yang melintang di jalan utama kota;
 5. pemasangan reklame wall painting, dan peletakan reklame di pohon, tiang listrik, dan fasilitas umum lainnya.
- (2) Penyelenggara reklame dilarang menyelenggarakan reklame rokok pada kawasan selektif yaitu kawasan yang hanya diperbolehkan bagi reklamereklame tertentu.
- (3) Untuk penyelenggaraan reklame makanan/minuman beralkohol hanya dapat diselenggarakan pada tempat-tempat tertentu yang diizinkan menjual makanan/ minuman beralkohol.

Bagian Ketiga Jenis-jenis Reklame

Pasal 7

Jenis Reklame yang diatur dalam Peraturan Daerah ini meliputi:

- a. Reklame papan/billboard yaitu reklame yang terbuat dari papan kayu, calli brete, vinyle termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang atau digantungkan atau dipasang pada bangunan, halaman, di atas bangunan.
- b. Reklame megatron/videotron/electronic display 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.
- c. Reklame kain adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
- d. Reklame melekat (stiker) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta untuk ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.
- e. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
- f. Reklame berjalan adalah reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.

- g. Reklame udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
- h. Reklame suara adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantaraan alat.
- i. Reklame film/slide adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan yang sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan/atau dipancarkan pada layar atau benda lain di dalam ruangan.
- j. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

BAB V

PENGELOLAAN TATA LETAK REKLAME

Bagian Kesatu

Konsep Pengelolaan Tata Letak Reklame

Pasal 8

- (1) Tata Letak reklame diselenggarakan dengan mengacu pada konsep aman, konsep tertib, konsep teratur, konsep patuh, konsep desain, konsep penentuan, dan konsep titik.
- (2) Konsep aman adalah suatu tindakan dari sekelompok orang meliputi perilaku yang bebas dari masalah dan gangguan, merasa tenteram, tidak merasa khawatir atau tidak beresiko.
- (3) Konsep Tertib adalah suatu tindakan yang teratur, rapi, sopan, peraturan yang baik.
- (4) Konsep Patuh adalah suatu proses kegiatan yang taat pada aturan, mengikuti perintah dan berdisiplin.
- (5) Konsep Desain adalah suatu kerangka bentuk dasar berupa motif, corak, perancangan yang terstruktur secara rapi.
- (6) Konsep Penentuan adalah proses kegiatan meliputi pembuatan keputusan, cara penentuan, penetapan lokasi, batasan-batasan suatu wilayah.
- (7) Konsep Titik adalah suatu bentuk penentuan lokasi meliputi ruang/bidang/ garis/tanda baca/nokta secara umum.

Bagian Kedua

Pola Penyebaran Tata Letak Reklame

Pasal 9

- (1) Pemerintah Daerah dalam rangka menunjang keindahan kota, keamanan dan keselamatan masyarakat berwenang mengendalikan dan menata reklame serta mengatur setiap penyelenggaraan atau peletakan reklame dalam suatu komposisi yang tertib dan rapi pada titik lokasi, panggung reklame atau sarana lain.

- (2) Penyebaran perletakan reklame di Kota Sorong harus memperhatikan etika, estetika, keserasian bangunan dan lingkungan sesuai dengan rencana detail tata ruang kota terutama pada titik reklame di jalan arteri dan jalan lokal.
- (3) Pola penyebaran perletakan reklame didasarkan pada kawasan (zoning) terdiri dari:
 - a. kawasan umum adalah kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik reklame;
 - b. kawasan selektif adalah kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame untuk jenis reklame dengan bentuk, ukuran dan jenis reklame tertentu;
 - c. kawasan khusus adalah kawasan dengan karakter/ciri tertentu, dengan memperbolehkan kegiatan reklame dengan menempatkan pada bagian bangunan;
 - d. Kawasan white area adalah kawasan yang sama sekali tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan reklame, meliputi lokasi pemerintahan, lokasi pendidikan, tempat ibadah, rumah sakit, lokasi militer kecuali yang sematamata hanya memuat identitas gedung bersangkutan.
- (4) Kawasan selektif dan kawasan umum terdiri dari:
 - a. Titik - titik reklame di dalam sarana dan prasarana Kota;
 - b. Titik - titik reklame di luar sarana dan prasarana Kota.
- (5) Titik titik reklame di dalam Sarana dan Prasarana Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (4) huruf a terdiri dari:
 - a. shelter bus;
 - b. pos jaga polisi, Pos pengawas;
 - c. terminal dan Pangkalan angkutan;
 - d. gelanggang olahraga; atau
 - e. pasar modern ataupun pasar tradisional;
 - f. tempat hiburan dan rekreasi yang dikelola dan/atau milik Pemerintah Daerah;
 - g. gerbang kota;
 - h. jembatan penyeberangan orang (JPO).
- (6) Titik titik reklame di luar Sarana dan Prasarana Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (4) huruf b terdiri dari:
 - a. di atas bangunan;
 - b. menempel/menggantung pada bangunan;
 - c. di halaman atau persil tanah pribadi, swasta dan fasilitas umum;
 - d. di kendaraan, gerobak/kios dan ruang udara.
- (7) Pola penyebaran peletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun sekali dilakukan evaluasi oleh Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.

- (8) Dalam hal terdapat kendala teknis pada saat penetapan reklame di lapangan, maka terhadap titik reklame tersebut dapat digeser pada titik lain sepanjang tidak bertentangan dengan batasan teknis.
- (9) Rincian Pola penyebaran perletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan dengan Peraturan Walikota.

Bagian Ketiga
Penempatan Titik Letak dan Lokasi Reklame

Pasal 10

- (1) Perletakan reklame dirinci menjadi titik-titik reklame.
- (2) Titik lokasi tempat pemasangan reklame dikelompokkan berdasarkan nilai strategis.
- (3) Nilai strategis lokasi tempat pemasangan reklame diklasifikasikan menjadi:
 - a. klasifikasi A;
 - b. klasifikasi B;
 - c. klasifikasi C;
- (4) Lokasi tempat pemasangan reklame yang ditetapkan sebagai Klasifikasi A sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a, bernilai strategis tinggi.
- (5) Nilai strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (4), dengan kriteria:
 - a. berlokasi di sekitar pertigaan/perempatan (persimpangan jalan) dalam radius mulai 50 M (lima puluh meter) sampai dengan radius 100 M (seratus meter);
 - b. berlokasi di perbatasan kota;
 - c. berlokasi pusat kota, perdagangan/perbelanjaan;
 - d. ditempatkan pada lokasi dengan tingkat mobilitas masyarakat tinggi dan lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi padat;
 - e. peminat pemasang reklame banyak;
 - f. mudah dilihat dan diketahui masyarakat umum.
- (6) Lokasi tempat pemasangan reklame yang ditetapkan sebagai Klasifikasi B sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf b, bernilai strategis sedang.
- (7) Nilai strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (6), dengan kriteria:
 - a. lokasi dekat pusat kota, perdagangan atau perbelanjaan;
 - b. tingkat mobilitas masyarakat cukup tinggi dan lalu lintas kendaraan umum maupun pribadi padat;
 - c. peminat pemasang reklame cukup banyak;
- (8) Lokasi tempat pemasangan reklame yang ditetapkan sebagai Klasifikasi C sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf c, bernilai strategis rendah.
- (9) Nilai strategis sebagaimana dimaksud pada ayat (8), adalah kriteria yang tidak termasuk klasifikasi A, dan klasifikasi B.
- (10) Penempatan kawasan atau lokasi tempat pemasangan reklame sesuai masing-masing Klasifikasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diatur lebih lanjut dengan Peraturan Walikota.

Bagian Keempat
Pemanfaatan Titik Reklame

Pasal 11

- (1) Setiap pemanfaatan titik reklame pada sarana dan prasarana kota dikenakan sewa titik reklame dan besarnya diatur dengan Peraturan Daerah tersendiri.
- (2) Penerimaan sewa titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pasal 12

- (1) Jangka waktu pemanfaatan titik reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) paling lama 1 (satu) tahun terhitung sejak diterbitkan izin penyelenggaraan reklame.
- (2) Setelah berakhirnya masa pemanfaatan titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pemanfaatan kembali titik reklame tersebut dilakukan melalui pelelangan yang tata caranya diatur dengan Peraturan Walikota.

BAB VI

RANCANG BANGUN REKLAME

Bagian Kesatu
Bentuk dan Ukuran Reklame

Pasal 13

Setiap penyelenggaraan reklame harus memperhatikan rancang bangun reklame yang meliputi Bentuk dan ukuran (dimensi), konstruksi, dan penyajian.

Pasal 14

- (1) Bentuk dan ukuran reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 memperhatikan ketersediaan ruang media reklame serta kesesuaian dengan karakteristik lanskap/lingkungan serta faktor keselamatan.
- (2) Bentuk dan ukuran reklame ditentukan dalam dimensi yang teratur penempatannya, tidak saling menutup, harmonis dengan lingkungan baik bentuk, tinggi maupun penempatannya yang tidak mengganggu/menutupi objek lainnya, tidak mengganggu aktivitas pejalan kaki dan pengendara, aman/tidak membahayakan bagi lingkungan di sekitar media reklame itu berada, mudah dilihat atau dibaca.
- (3) Media reklame permanen maupun temporer, ukuran disesuaikan dengan ruang yang tersedia bagi media reklame.
- (4) Bentuk reklame harus mengambil bentuk yang mudah dikenali.

- (5) Ukuran bangunan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (4) ditetapkan oleh Walikota atau menunjuk satu dinas yang berkompeten menetakannya.

Bagian Kedua
Penempatan Reklame

Pasal 15

- (1) Media Reklame yang dipasang menghadap arus kendaraan/ membentuk sudut tertentu terhadap jalan.
- (2) Media reklame yang dipasang menghadap jalan ukuran luasnya harus diperhitungkan supaya tidak menutupi arsitektur bangunan.
- (3) Penyelenggaraan reklame permanen harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. Konstruksi reklame dapat dipertanggungjawabkan menurut persyaratan teknis.
 - b. Lampu reklame yang dipasang diarahkan kebidang reklame sehingga tidak menyilaukan pandangan pemakai jalan;
 - c. Instalasi listrik yang dipasang harus memenuhi persyaratan teknis sehingga tidak membahayakan keselamatan umum.
- (4) Penyelenggaraan reklame pada sarana/ prasarana kota harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 - a. Tidak menutup/mengganggu pandangan pengguna jalan;
 - b. Tidak mengganggu fungsi atau merusak sarana dan prasarana kota serta tidak mengganggu pemeliharannya;
 - c. Kaki konstruksi tidak boleh berada di saluran air, sungai atau badan jalan dan trotoar;
 - d. Reklame yang menggunakan penerangan diijinkan dalam batas-batas yang tidak menyilaukan dan berintensitas konstan;
 - e. Penyelenggaraan reklame di luar sarana dan prasarana kota harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
 1. mendapat persetujuan tertulis dari pemilik;
 2. bidang reklame beserta konstruksinya, tidak diperbolehkan menembus atap bangunan;
 3. penyelenggaraan reklame di halaman, lebar bidang reklame tidak boleh melebihi 60% (enam puluh persen) dari lebar sisi halaman tempat reklame tersebut diselenggarakan.
 - f. Penyelenggaraan reklame insidental jenis baliho harus memenuhi ketentuan:
 1. Luas bidang reklame paling besar 50 M² (lima puluh meter meter persegi);
 2. Materi reklame yang mempromosikan suatu kegiatan atau event yang bersifat insidental.
 - g. Penyelenggaraan reklame insidental balon udara, titik jatuhnya tidak boleh berada pada ruang milik jalan.

Bagian Ketiga
Jumlah Reklame

Pasal 16

- (1) Jika jumlah media reklame sudah terlalu banyak dan mengurangi keindahan dan keefektifan penyampaian informasi, maka media reklame permanen maupun temporer yang dizinkan hanya yang berkaitan langsung dengan kegiatan di tempat tersebut.
- (2) Penentuan jumlah media reklame untuk setiap kawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ditetapkan oleh Walikota.

BAB VII
MATERI REKLAME

Pasal 17

- (1) Naskah reklame disusun dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. tidak bersifat pertentangan Suku, Agama dan Ras (SARA);
 - b. tidak bersifat pornografi;
 - c. tidak melanggar etika moral;
 - d. tidak melanggar ketertiban umum; dan
 - e. menggunakan bahasa yang santun dan tidak melawan hukum.
- (2) Papan nama, papan petunjuk, kain rentang dan materi reklame dapat memakai bahasa asing yang harus ditulis di bagian bawah Bahasa Indonesia dengan huruf latin yang kecil.
- (3) Bahasa asing yang dipakai sebagai nama perusahaan dan atau merek dagang yang merupakan cabang atau paten dari luar negeri masih dapat tetap dipakai.
- (4) Demi ketertiban umum materi reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dibatalkan oleh Walikota.

BAB VIII
PERIZINAN
Bagian Kesatu
Syarat Pemberian Izin

Pasal 18

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame harus terlebih dahulu mendapat izin tertulis penyelenggaraan reklame dari Walikota dengan menunjuk OPD yang berkompeten dengan dilengkapi:
 - a. Fotocopy Kartu Tanda Penduduk (KTP);

- b. Fotocopi Akta pendirian perusahaan yang dilegalisir bagi pernohon yang berbadan hukum;
 - c. Foto/gambar disain bangunan reklame yang akan dibangun;
 - d. Surat persetujuan dengan pemilik persil atau bangunan apabila bangunan reklame yang akan dibangun berada dilokasi tanah atau bangunan milik pribadi atau swasta;
 - e. Surat rekomendasi konsultan penanggungjawab perancang arsitektur, konstruksi dan instalasi bila ada;
 - f. Surat pernyataan kesediaan menyerahkan kepemilikan konstruksi serta bangunan reklame yang terletak dalam sarana dan prasarana kota apabila telah habis masa waktu izin yang diberikan dan tidak diperpanjang lagi oleh pemohon;
 - g. Peta lokasi atau gambar situasi yang menjelaskan titik bangunan reklarne; dan
 - h. membayar pajak reklame terutang sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari tarif pajak.
- (2) Kewajiban memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tidak berlaku terhadap penyelenggaraan reklame:
- a. oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang semata-mata hanya memuat nama atau informasi pemerintah/ penyuluhan;
 - b. melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan;
 - c. semata-mata memuat nama tempat ibadah, panti asuhan, yayasan sosial dengan ukuran luas tidak melebihi 4 (empat) m²;
 - d. semata-mata memuat nama dan atau pekerjaan orang atau perusahaan yang menempati tanah/bangunan di mana reklame tersebut diselenggarakan dengan ketentuan luas bidang tidak melebihi 1 (satu) m² dalam satu bidang/ bingkai;
 - e. diselenggarakan pada acara-acara formal atau seremonial Pemerintah Daerah, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat dengan ketentuan waktu penyelenggaraan reklame tidak melebihi waktu penyelenggaraan acara-acara formal atau seremonial dimaksud.
 - f. Surat persetujuan dengan pemilik persil atau bangunan apabila bangunan reklame yang akan dibangun berada dilokasi tanah atau bangunan milik pribadi atau swasta;
 - g. Surat rekomendasi konsultan penanggungjawab perancang arsitektur, konstruksi dan instalasi bila ada;
 - h. Surat pernyataan kesediaan menyerahkan kepemilikan konstruksi serta bangunan reklame yang terletak dalam sarana dan prasarana kota apabila telah habis masa waktu izin yang diberikan dan tidak diperpanjang lagi oleh pemohon;
 - i. Peta lokasi atau gambar situasi yang menjelaskan titik bangunan reklame;
 - j. membayar pajak reklame terutang sebesar 25% (dua puluh lima persen) dari tarif pajak.

Bagian Kedua
Izin Perpanjangan Lokasi Bangunan Reklame

- (1) Pemilik bangunan reklame yang sudah habis masa berlaku izinnya dapat mengajukan surat permohonan izin perpanjangan lokasi bangunan reklame kepada Walikota melalui OPD yang membidangi perizinan dengan melampirkan dokumen persyaratan.
- (2) Dokumen Persyaratan permohonan izin perpanjangan lokasi bangunan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut Peraturan Walikota.

Bagian Ketiga
Jangka waktu Pemberian Izin

Pasal 20

- (1) Setiap lokasi bangunan reklame wajib memperoleh izin tertulis dari Walikota.
- (2) Izin Penyelenggaraan Reklame Permanen diberikan dalam jangka waktu maksimal 3 (tiga) tahun terhadap bangunan serta membayar retribusi setiap tahun atau sampai dengan adanya pencabutan dan/ atau atas permintaan penyelenggara reklame diterbitkan atas penyelenggaraan reklame sebagai berikut:
 - a. Jenis megatron dan Display CD dengan luas lebih dari 8 M2 (delapan meter persegi);
 - b. Jenis reklame berjalan.
- (4) Izin Penyelenggaraan Reklame permanen diterbitkan atas penyelenggaraan reklame dengan jenis megatron dan jenis papan/ billboard yang diselenggarakan di luar dan di dalam sarana dan prasarana kota dengan jangka waktu 1 (satu) tahun dan dapat diperpanjang.
- (5) Izin Penyelenggaraan Reklame Insidental sebagaimana dimaksud pada Ayat (2), diterbitkan atas penyelenggaraan reklame dengan jenis baliho, kain/spanduk, melekat (stiker), selebaran, udara, suara, film/slide dengan ketentuan:
 - a. jenis baliho, dengan jangka waktu paling singkat 7 (tujuh) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
 - b. jenis reklame kain dengan jangka waktu paling singkat 1 (satu) hari dan paling lama 30 (tiga puluh) hari;
 - c. izin Penyelenggaraan Reklame Insidental tidak dapat diperpanjang.
- (6) Izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diperpanjang kembali dengan mengajukan permohonan izin secara tertulis kepada walikota paling lambat 30 (tiga puluh) hari kalender sebelum izin berakhir.
- (7) Perpanjangan izin dapat diberikan apabila pemegang izin telah memenuhi ketentuan dan persyaratan perpanjangan perizinan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19.
- (8) Apabila sampai batas waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (6) tidak dipenuhi, maka dianggap tidak berminat untuk memperpanjang izin dan titik yang bersangkutan dapat diberikan kepada penyelenggara lain.

Bagian Keempat
Koordinasi Pemberian Izin

Pasal 21

Dalam hal pemberian izin reklame pada bangunan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (5) huruf h yang dibangun di jalan negara atau jalan provinsi yang menjadi kewenangan provinsi sebelum izin dikeluarkan terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pernerintah provinsi.

Bagian Kelima
Pembatalan Izin

Pasal 22

- (1) Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18, Pasal 19, dan Pasal 20 dapat dibatalkan apabila:
 - a. terdapat perubahan kebijakan Pemerintah Pusat dan/atau Pernerintah Daerah.
 - b. atas keinginan sendiri penyelenggara reklame.
- (2) Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18, Pasal 19 dan Pasal 20 dapat dicabut apabila:
 - a. pada reklame terdapat perubahan antara lain ukuran, konstruksi, penyajian, dan pesan sehingga tidak sesuai lagi dengan izin yang telah diterbitkan;
 - b. pada saat penyelenggaraan reklame tidak sesuai lagi dengan syarat-syarat tentang yang disebutkan dalam Pasal 2 dan Pasal 17 ayat (1).
 - c. penyelenggara reklame tidak memelihara reklame dalam keadaan baik, sehingga dapat mengganggu keindahan kota dan keselamatan masyarakat.
 - d. Penyelenggara reklame tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pasal 23

- (1) Terhadap pembatalan izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1) huruf a, maka terhadap penyelenggaraan reklame yang terpasang harus dipindahkan ke lokasi lain dari sisa waktu yang belum dimanfaatkan dan biaya perindahan dibebankan pada penyelenggara reklame.
- (2) Terhadap pembatalan izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1) huruf b kewajiban yang telah dipenuhi dalam perizinan tidak dapat dimintakan kembali.

BAB IX

PENGENDALIAN, PENGAWASAN DAN PENERTIBAN REKLAME

Bagian Kesatu
Pengendalian

Pasal 24

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame dilakukan pengendalian berdasarkan aspek tata ruang, lingkungan hidup, estetika kota dan kelayakan konstruksi.
- (2) Pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan oleh Walikota .
- (3) Tata cara pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditetapkan dengan Peraturan Walikota.

Bagian Kedua
Pengawasan

Pasal 25

- (1) Pengawasan atas kepatuhan untuk memenuhi kewajiban dalam penyelenggaraan reklame dilakukan oleh Walikota.
- (2) Tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditetapkan dengan Peraturan Walikota.

Bagian Ketiga
Penertiban Reklame

Pasal 26

- (1) Penertiban reklame dilakukan terhadap setiap penyelenggaraan reklame apabila:
 - a. tanpa izin;
 - b. telah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang sesuai ketentuan yang berlaku;
 - c. tanpa tanda pelunasan pajak dan retribusi;
 - d. terdapat perubahan, sehingga tidak sesuai lagi dengan izin yang telah diberikan;
 - e. perletakkannya tidak sesuai pada titik reklame yang telah ditetapkan dalam gambar tata letak bangunan (TLB);
 - f. tidak sesuai lagi dengan rekomendasi konstruksi;
 - g. tidak terawat dengan baik.
- (2) Dalam hal penyelenggaraan reklame tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), maka penyelenggara reklame wajib

membongkar dan menyingkirkan reklame beserta bangun bangunan reklame dalam batas waktu 3 x 24 jam.

- (3) Dalam hal penyelenggara reklame membongkar sendiri bangun bangunan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2), maka uang jaminan bongkar dikembalikan oleh Pemerintah Daerah kepada penyelenggara reklame (pending).
- (4) Penyelenggara reklame yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Walikota berwenang membongkar dan menyingkirkan reklame beserta bangun bangunan reklame atas biaya penyelenggara reklame.
- (5) Bangun bangunan reklame yang dibongkar sebagaimana dimaksud pada ayat (4), keamanannya menjadi tanggung jawab penyelenggara reklame dan harus diambil oleh penyelenggara reklame selambat-lambatnya dalam jangka waktu 3 x 24 jam sejak tanggal pembongkaran.
- (6) Apabila batas waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (5), telah terlampaui maka bangun bangunan reklame tersebut serta uang jaminan bongkar menjadi milik Pemerintah Daerah.

Pasal 27

- (1) Pelaksanaan penertiban penyelenggaraan reklame dalam bentuk pembongkaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 ayat (4), dilakukan oleh Tim Penertiban Terpadu yang dibentuk dengan Peraturan Walikota.
- (2) Tata cara penertiban reklame ditetapkan dengan Peraturan Walikota.

BAB X

KETENTUAN PIDANA

Pasal 28

- (1) Pelanggaran terhadap ketentuan dalam Pasal 9 ayat (1) dan Pasal 18 diancam dengan pidana kurungan paling lama 6 (enam) bulan atau denda paling banyak RP. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).
- (2) Selain dikenakan sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terhadap pelanggaran dapat dibebankan biaya paksaan penegakan hukum seluruhnya atau sebagian.
- (3) Besarnya biaya paksaan penegakan hukum sebagaimana dimaksud pada ayat (2), ditetapkan dengan Peraturan Walikota.

BAB XI

SANKSI ADMINISTRASI

Pasal 29

Selain dikenakan sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 dan terhadap pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (2) dikenakan sanksi administrasi berupa tidak diperkenankan mengajukan izin penyelenggaraan reklame baru dan/atau mengikuti pelelangan titik reklame masing-masing untuk jangka waktu 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal pencabutan.

BAB XII

PENYIDIKAN

Pasal 30

- (1) Penyidikan. atas pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Daerah ini dilakukan oleh Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) di lingkungan Pemerintah Daerah yang pengangkatannya ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Dalam melaksanakan tugas penyidikan, Penyidik Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1), berwenang melakukan tindakan yang perlu untuk kelancaran penyidikan pidana menurut hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.
- (3) Dalam melaksanakan tugasnya, penyidik tidak berwenang melakukan penangkapan, penahanan dan atau pengeledahan.

BAB XIII

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 31

- (1) Izin reklame yang belum berakhir pada saat Peraturan Daerah ini ditetapkan, masih tetap berlaku sampai dengan masa berlaku izin reklame yang bersangkutan berakhir.
- (2) Untuk jenis reklame yang sebelumnya diberikan izin dan telah dilarang berdasarkan Peraturan Daerah ini, diberikan waktu paling lambat 1 (satu) tahun untuk menyesuaikan dengan Peraturan Daerah ini kecuali jenis reklame Billboard diberikan waktu paling lambat 2 (dua) tahun dan jenis Megatron/Videotron/Large Elektronik Display (LED) diberikan waktu paling lambat 3 (tiga) tahun sejak diberlakukannya Peraturan Daerah ini.

BAB XIV
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 32

Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Sorong,
pada tanggal 27-11-2019
WALIKOTA SORONG,
CAP/TTD
LAMBERTHUS JITMAU

Diundangkan di Sorong

pada tanggal 27-11-2019

SEKRETARIS DAERAH KOTA SORONG,
CAP/TTD
WELLY TYGTYGWERIA

LEMBARAN DAERAH KOTA SORONG TAHUN 2019 NOMOR 9.

NOREG PERATURAN DAERAH KOTA SORONG PROVINSI PAPUA BARAT
NOMOR : (66/11/2019)

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BAGIAN HUKUM

YOHANIS SALLE
Pembina Tk. I (IV/b)
NIP.19621213 198903 1 013

PENJELASAN
ATAS
PERATURAN DAERAH KOTA SORONG
NOMOR 9 TAHUN 2019
TENTANG
TATA LETAK PENEMPATAN REKLAME

I. PENJELASAN UMUM

Reklame merupakan salah satu alat komunikasi visual dalam lingkungan perkotaan dengan menggunakan tanda-tanda atau signage. Pemasangan reklame, selain pada bangunan juga pada ruang terbuka. Pemasangan reklame pada berbagai lokasi dilakukan oleh berbagai pihak dengan tujuan mempromosikan sesuatu. Bentuknya mulai dari papan tanda, umbul-umbul, logo, dan simbol-simbol lainnya yang menunjukkan kepemilikan, status, kelompok persatuan, barang dan jasa, sopan-santun dan syarat-syarat lainnya.

Reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang menurut bentuk susunan dan corak ragamnya untuk tujuan komersial, 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. Dengan semakin pesatnya perkembangan perekonomian dewasa ini, maka setiap orang atau badan yang mempunyai suatu usaha, akan sangat membutuhkan keberadaan media reklame untuk memperkenalkan barang atau usahanya.

Keberadaan media reklame sebagai salah satu alat promosi suatu produk perlu diatur penyelenggaraannya, agar tertata sesuai dengan tata ruang, estetika (keindahan), kepribadian dan budaya bangsa serta tidak bertentangan dengan norma keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan dan kesehatan.

Pengaturan penyelenggaraan reklame dalam Peraturan Daerah ini, lebih dititikberatkan pada penyelenggara, penataan, jenis dan naskah reklame, kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi, nilai sewa serta pengelolaan titik lokasi reklame yang pada akhirnya mengatur mengenai pembongkaran reklame. Akhirnya dengan adanya Peraturan Daerah yang mengatur secara tegas hak dan kewajiban, penyidikan, sanksi dan ketentuan pidana terhadap penyelenggaraan reklame di Kota Sorong, maka suasana kondusif dalam iklim usaha, keindahan, kenyamanan masyarakat dan ketertiban umum dapat terwujud.

II. PENJELASAN PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas

Pasal 2

Cukup Jelas

Pasal 3

Cukup Jelas

Pasal 4

Cukup Jelas

Pasal 5

Cukup Jelas

Pasal 6

Cukup Jelas

Pasal 7

Cukup Jelas

Pasal 8

Cukup Jelas

Pasal 9

Kawasan selektif yang dimaksud dalam pasal ini adalah kawasan yang mengizinkan pemasangan reklame dengan ukuran, bentuk dan jenis tertentu antara lain pada tempat-tempat wisata, tempat-tempat hiburan.

Kawasan khusus yang dimaksud dalam pasal ini antara lain pusat perbelanjaan seperti mall, plaza, pasar-pasar modern dan tradisional.

Pasal 10

Cukup Jelas

Pasal 11

Cukup Jelas

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

Cukup Jelas

Pasal 20

Cukup Jelas

Pasal 21

Cukup Jelas

Pasal 22

(2) ketentuan dalam huruf a yang menyebutkan mengenai perubahan penyajian dan pesan tidak berlaku untuk reklame permanen.

Pasal 23

Cukup Jelas

Pasal 24

Cukup Jelas

Pasal 25

Cukup Jelas

Pasal 26

Cukup Jelas

Pasal 27

Cukup Jelas

Pasal 28

Cukup Jelas

Pasal 29

Cukup Jelas

Pasal 30

Cukup Jelas

Pašal 31

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Beberapa reklame yang dimaksud bertentangan dengan Peraturan Daerah ini adalah reklame yang dipasang di atas jalan, trotoar, bando jalan, reklame wall painting, reklame di daerah-daerah yang merupakan kawasan white area serta pemasangan reklame umum di daerah-daerah selektif.

Pasal 32

Cukup Jelas

Pasal 33

Cukup Jelas

TAMBAHAN LEMBARAN DAERAH KOTA SORONG NOMOR 9.