



WALIKOTA PALEMBANG

PROVINSI SUMATERA SELATAN

PERATURAN WALIKOTA PALEMBANG

NOMOR **13** TAHUN 2019

TENTANG

PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA PALEMBANG,

Menimbang

- a. bahwa dalam upaya untuk menciptakan keindahan kota khususnya dalam hal penyelenggaraan media Reklame sesuai dengan penataan ruang serta pembangunan fisik kota yang tertib, teratur, terarah, edukatif dan indah, perlu mengatur penyelenggaraan media Reklame;
- b. bahwa Penyelenggaraan Reklame yang tertib, teratur, rapi dan indah serta tidak bertentangan dengan norma beragama, kesopanan, kesusilaan, kesehatan dan ketentraman serta ketertiban umum akan menciptakan kenyamanan bagi masyarakat yang tinggal di daerah tersebut;
- c. bahwa Peraturan Walikota Palembang Nomor 50 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Media Reklame perlu diganti karena sudah tidak sesuai dengan perkembangan keadaan;
- d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Walikota Palembang tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame;

Mengingat

- 1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II dan Kotapraja di Sumatera Selatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1959 Nomor 73, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 1821);
- 2. 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,

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);

3. Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 7 Tahun 2010 tentang Izin Penyelenggaraan Reklame (Lembaran Daerah Kota Palembang Tahun 2010 Nomor 7);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan :

1. Kota adalah Kota Palembang.
2. Pemerintah Kota adalah Pemerintah Kota Palembang.
3. Walikota adalah Walikota Palembang.
4. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota Palembang.
5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang selanjutnya disingkat DPMPTSP adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palembang.
6. Perangkat Daerah adalah Perangkat Daerah di Lingkungan Pemerintah Kota Palembang.
7. Reklame adalah benda, alat perbuatan atau media yang menurut bentuk dan corak ragamnya dimaksudkan untuk tujuan komersial, dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa seseorang atau badan yang diselenggarakan/ditempatkan atau dapat dilihat, dibaca atau didengar dari suatu tempat oleh umum, kecuali yang dilakukan oleh pemerintah.
8. Pajak Reklame yang selanjutnya disingkat Pajak adalah pungutan daerah atas Penyelenggaraan Reklame.
9. Reklame Tetap adalah Reklame dalam wujud permanen berbentuk Reklame papan/Billboard/Videotron/Megatron atau sejenisnya.
10. Billboard adalah media Reklame dengan ukuran 36 m² keatas.
11. Media Reklame adalah tempat untuk pemasangan Reklame.
12. Media Luar Ruang adalah semua media yang diselenggarakan di luar ruang (luar bangunan) baik bersifat komersil maupun non komersil.

13. Titik.....

13. Titik Reklame adalah tempat dimana bidang Reklame didirikan/ditempelkan/digantung.
14. Rekomendasi Penyelenggaraan Media Reklame adalah rekomendasi yang dikeluarkan oleh Tim Reklame terhadap titik lokasi media/rangka, ukuran, bentuk, jenis dan jumlah Reklame serta papan/media nama took/usaha/jasa. sebagai bahan persetujuan Ketua Tim, untuk kemudian menjadi pertimbangan pemberian Izin Penyelenggaraan Reklame oleh Walikota melalui Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.
15. Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah yang selanjutnya disingkat BPKAD adalah Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Palembang.
16. Badan Pengelolaan Pajak Daerah adalah Badan Pengelolaan Pajak Daerah Kota Palembang.
17. Satuan Polisi Pamong Praja yang selanjutnya disingkat Sat Pol PP adalah Satuan Polisi Pamong Praja Kota Palembang.
18. Badan Usaha Milik Negara yang selanjutnya disingkat BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan.
19. Badan Usaha Milik Daerah yang selanjutnya disingkat BUMD adalah badan usaha yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah yang seluruh atau sebagian modalnya dimiliki oleh Daerah melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Daerah yang dipisahkan.
20. Rencana Kota adalah rencana tata Ruang Kota Palembang.
21. Ruang Kota adalah wilayah yang meliputi ruang daratan, ruang lautan dan ruang udara sebagai satu kesatuan wilayah di Daerah, tempat manusia dan makhluk lainnya hidup dan melakukan kegiatan serta memelihara kelangsungan hidupnya.
22. Kawasan adalah ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek fungsional serta memiliki ciri tertentu.
23. Kawasan Tanpa Penyelenggaraan Reklame adalah kawasan yang tidak diperkenankan untuk Penyelenggaraan Reklame, hanya semata-mata nama pengenal usaha atau nama profesi, nama gedung atau identitas perusahaan termasuk logo yang beraktivitas di dalamnya dan Reklame komersial yang perletakkannya pada halte/ shelter.
24. Kawasan Kendali Ketat adalah kawasan untuk Penyelenggaraan Reklame yang titik-titik lokasi, dan ukuran media atau bidang Reklame dikendalikan dengan batasan jumlah titik, bentuk maupun ukurannya.
25. Kawasan Kendali Sedang adalah kawasan untuk Penyelenggaraan Reklame yang titik lokasi, bentuk dan ukuran media atau bidang Reklame disesuaikan dengan penataan Ruang Kota.
26. Kawasan Kendali Rendah adalah kawasan untuk Penyelenggaraan Reklame yang titik lokasi, bentuk dan ukuran media atau bidang Reklame dikendalikan dengan rendah dan disesuaikan dengan penataan Ruang Kota;
27. Kawasan Khusus adalah kawasan untuk Penyelenggaraan Reklame pada areal Pemerintah dan Pemerintah Kota yang dikerjasamakan dengan pihak ketiga, dengan jumlah titik, bentuk dan ukuran media atau bidang Reklame disesuaikan dengan penataan Ruang Kota.

28. Kawasan.....

28. Kawasan Ruang *Interchange* adalah suatu kawasan ruang bebas, yang berada di dalam lingkup suatu interchange, dengan batasan jumlah titik, bentuk dan ukuran media atau bidang Reklame disesuaikan dengan penataan Ruang Kota.
29. Pola Persebaran Perletakan Reklame adalah konfigurasi perletakan Reklame di dalam dan di luar sarana dan prasarana kota yang tercermin dalam peta yang dijadikan sebagai pedoman atau acuan dan arahan untuk Penyelenggaraan Reklame.
30. Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari Ruang Kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh Kota yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam Rencana Kota.
31. Di luar Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari Ruang Kota yang dimiliki oleh perorangan atau badan yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam Rencana Kota.
32. Bangunan Reklame adalah struktur bangunan yang diperuntukkan untuk Penyelenggaraan Reklame yang meliputi konstruksi berikut media atau bidang Reklame yang dipikulnya dan segala sesuatu yang terinstalasi pada bangunan tersebut.
33. Konstruksi Reklame adalah satu kesatuan struktur yang dibuat dari jenis bahan tertentu yang dimaksudkan untuk membangun Bangunan Reklame dalam suatu pengikat sebagai pemikul media atau bidang Reklame.
34. Konstruksi Tunggal Reklame adalah konstruksi yang dibangun dengan satu konstruksi di atas permukaan tanah dan di atap bangunan gedung untuk memikul media atau bidang Reklame.
35. Reklame pada Dinding Bangunan adalah Reklame yang konstruksinya menempel dan/atau menyatu pada dinding bangunan.
36. Reklame di Atas Bangunan adalah Reklame yang konstruksinya terletak dan/ atau menyatu pada atap bangunan.
37. Reklame Panggung adalah beberapa Titik Reklame pada berada di dalam dan di luar dibatasi oleh jarak minimal bidang Reklame suatu konfigurasi perletakan suatu Ruang Kota tertentu yang sarana dan prasarana Kota yang 3 (tiga) meter antar media atau bidang reklame.
38. Bahu Jalan adalah suatu ruang jalan yang berada antara tepi konstruksi jalan dengan batas kepemilikan pada ruang milik jalan.
39. Median Jalan adalah suatu ruang terbuka dengan lebar kurang dari 6 (enam) meter yang berada di antara dua ruas jalan.
40. Halte adalah tempat pemberhentian Kendaraan Bermotor Umum untuk menaikkan dan menurunkan penumpang.
41. Papan Informasi Kota adalah tempat penyampaian informasi kota yang berada di sisi kanan dan/atau kiri halte yang terdiri dari 2 (dua) sisi, satu sisi berisi informasi Kota dan sisi lainnya dapat berisi Reklame.
42. Penunjang Kelengkapan Kota adalah keseluruhan ornamen sarana dan prasarana Kota.
43. Ornamen Kota adalah komponen produk seni yang ditambahkan atau sengaja dibuat untuk tujuan sebagai hiasan kota, dan/atau kebutuhan kota lainnya sebagai pendukung kelengkapan kota.
44. Perletakan Reklame adalah tempat Titik Reklame ditempatkan atau diletakkan.

45. Titik.....

45. Titik Reklame adalah tempat konstruksi bidang Reklame ditempatkan, diletakkan dan/atau didirikan.
46. Media atau Bidang Reklame adalah bagian dari konstruksi yang digunakan sebagai tempat penyajian Reklame.
47. Tinggi Reklame tunggal adalah ketinggian Reklame dari permukaan tanah terhadap ambang bawah bidang Reklame.
48. Ketinggian Reklame adalah tinggi Reklame dari permukaan tanah sampai ambang atas bidang Reklame.
49. Penyelenggaraan Reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan, jenis, bentuk pemanfaatan, perizinan, penyelenggara, pengendalian, pengawasan dan penertiban Reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan Ruang Kota yang serasi.
50. Penyelenggara Reklame adalah orang atau badan yang telah memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dari Pemerintah Kota untuk melakukan Penyelenggaraan Reklame.
51. Sewa Titik Reklame adalah pemanfaatan barang/aset milik Pemerintah Daerah/perorangan berupa Titik Reklame pada sarana dan prasarana kota oleh pihak Penyelenggara Reklame dalam jangka waktu tertentu dengan membayarkan harga sewa kepada Pemerintah Kota berdasarkan perjanjian sewa menyewa Titik Reklame antara Pemerintah Kota dengan Penyelenggara Reklame.
52. Harga Sewa Titik Reklame adalah harga sewa yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota untuk setiap Titik Reklame.
53. Perjanjian Sewa Titik Reklame adalah perjanjian sewa menyewa untuk pemanfaatan Titik Reklame yang dibuat dan ditandatangani oleh Pemerintah Kota dengan Penyelenggara Reklame untuk jangka waktu tertentu dan dengan harga sewa yang ditetapkan Pemerintah Kota.
54. Izin Mendirikan Bangunan Reklame yang selanjutnya disingkat IMB-R adalah perizinan berisi arahan teknis pembangunan konstruksi Reklame.
55. Gambar Tata Letak Bangunan Reklame yang selanjutnya disingkat TLB-R adalah gambar rencana perletakan Reklame bagi pemasangan Reklame yang memerlukan konstruksi.
56. Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat IPR adalah perizinan untuk Penyelenggaraan Reklame yang berisi antara lain teks Reklame atau gambar Reklame atau logo Reklame, jenis Reklame, lokasi Titik Reklame, jangka waktu dan ukuran media atau bidang Reklame.
57. Reklame Elektronik/Digital adalah Reklame yang menggunakan layar monitor yang digerakan secara terprogram melalui sistem yang menyajikan program Reklame atau visual baik berupa film dan/atau gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah dan/atau bergerak serta difungsikan dengan tenaga listrik dan/atau sumber tenaga lainnya.
58. Reklame Megatron/Videotron/Large Electronic Display adalah Reklame Elektronik/Digital yang menggunakan layar monitor besar.
59. Reklame Running Text adalah Reklame Elektronik/Digital yang menampilkan tulisan/gambar bergerak atau berjalan yang terdiri dari susunan *Light Emitting Dioda (LED)* dengan teknik elektronik yang dapat dirubah melalui PC, laptop atau remote.

60. Reklame.....

60. Reklame Papan/Billboard adalah Reklame yang terbuat dari bahan metal, vinyl termasuk seng atau bahan lain yang sejenis dipasang pada bangunan/konstruksi Reklame yang secara khusus dibangun dan diperuntukkan bagi pemasangan dan penayangan Reklame.
61. Reklame Pylon adalah Reklame yang terbuat dari bahan metal, acrylic, vinyl, plastic dengan metode pencahayaan dari dalam (back lighting) atau media elektronik/digital yang hanya semata-mata nama pengenal usaha atau nama profesi, nama gedung atau identitas perusahaan termasuk logo, yang beraktivitas di dalamnya.
61. Reklame Udara adalah Reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan gas, laser, pesawat atau alat lain yang sejenis.
62. Reklame Peragaan adalah Reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
63. Reklame Berjalan pada Kendaraan adalah Reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan bermotor, kereta api ringan, atau transportasi darat lainnya atau dengan cara dibawa berjalan oleh orang.
64. Reklame Laser adalah Reklame yang diselenggarakan melalui alat yang memancarkan radiasi elektromagnetik, baik dalam bentuk cahaya maupun bentuk lainnya yang sejenis yang dapat dilihat oleh umum.
65. Reklame Apung adalah Reklame yang diselenggarakan dengan cara terapung di permukaan air.
66. Reklame Elektronik/Digital Berjalan pada Kendaraan adalah Reklame yang menggunakan layar monitor yang digerakkan secara terprogram melalui sistem yang menyajikan program Reklame atau visual baik berupa film dan/atau gambar dan/atau tulisan yang dapat berubah-ubah dan/atau bergerak serta difungsikan dengan tenaga listrik yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan bermotor, kereta api ringan, atau transportasi darat lainnya.
67. Kompensasi adalah imbalan yang diberikan oleh Pemerintah Kota kepada Penyelenggara Reklame yang membiayai pembangunan/renovasi sarana prasarana kota dan penunjang kelengkapan kota dalam bentuk Penyelenggaraan Reklame sesuai dengan Perjanjian Kerja Sama antara Pemerintah Kota dengan Penyelenggara Reklame.

BAB II

MAKSUD DAN TUJUAN

Pasal 2

- (1) Peraturan Walikota ini dimaksudkan sebagai pedoman atau acuan untuk pengendalian Penyelenggaraan Reklame yang berlandaskan keselamatan, keamanan, kesehatan, ketertiban umum, kemanfaatan, keagamaan, kesusilaan, kesopanan, keindahan lingkungan, kepatuhan dan kepastian hukum serta menjaga Ruang Kota tetap berkualitas sesuai dengan Rencana Kota.
- (2) Peraturan Walikota ini bertujuan untuk:
 - a. mewujudkan ketertiban dan keindahan Ruang Kota;
 - b. mengoptimalkan penerimaan daerah; dan
 - c. menjamin adanya kepastian hukum dalam Penyelenggaraan Reklame.

Pasal 3

- (1) Dalam rangka mewujudkan tujuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2), pelayanan Penyelenggaraan Reklame didasarkan pada prinsip sebagai berikut:
 - a. transparansi;
 - b. akuntabel;
 - c. seimbang;
 - d. keamanan dan keselamatan; dan
 - e. kepastian hukum.
- (2) Transparansi, sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 huruf a mengandung arti bahwa Penyelenggaraan Reklame dilaksanakan secara terbuka kepada masyarakat untuk memperoleh data dan informasi yang benar, jelas dan jujur.
- (3) Akuntabel, sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 huruf b mengandung arti bahwa Penyelenggaraan Reklame harus dapat dipertanggungjawabkan.
- (4) Seimbang, sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 huruf c mengandung arti bahwa Penyelenggaraan Reklame dilaksanakan atas dasar keseimbangan antara kualitas Ruang Kota dengan penerimaan daerah.
- (5) Keamanan dan keselamatan, sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 huruf d mengandung arti bahwa setiap Penyelenggara Reklame harus memberikan jaminan keamanan dan keselamatan kepada masyarakat.
- (6) Kepastian hukum, sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 huruf e mengandung arti bahwa pelayanan dalam Penyelenggaraan Reklame harus mentaati ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB III

ETIKA PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 4

- (1) Setiap Penyelenggaraan Reklame dalam sarana dan prasarana kota, harus mematuhi ketentuan dalam Peraturan Walikota ini, termasuk:
 - a. pola.....

- a. pola persebaran dan batasan teknis yang ditetapkan;
 - b. norma keagamaan, etika, kesopanan, kesusilaan, estetika dan keindahan, ketertiban umum, keamanan, kesehatan, dan lingkungan; dan
 - c. penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar pada Reklame.
- (2) Setiap Penyelenggaraan Reklame baru dapat diselenggarakan atau dipasang setelah memiliki perizinan dan membayar kewajiban pajak daerah, retribusi daerah dan penerimaan lain-lain yang sah sebagaimana diatur dalam Peraturan Walikota ini.

BAB IV

JENIS REKLAME

Pasal 5

- (1) Jenis Reklame meliputi:
- a. Reklame Papan/Billboard, termasuk Neon Box, Neon Sign, Reklame Deret dan sejenisnya;
 - b. Reklame Elektronik/Digital, meliputi Reklame Megatron, Videotron, Large Electronic Display, Running-Text, termasuk Reklame dengan menggunakan teknologi modern yang dapat menghasilkan cahaya dengan intensitas pencahayaan tertentu;
 - c. Reklame Elektronik/Digital Berjalan pada Kendaraan; dan
 - d. jenis Reklame lainnya sesuai perkembangan teknologi periklanan luar ruang dalam industri periklanan luar ruang.
- (2) Rancang bangun Reklame meliputi ukuran (dimensi), konstruksi dan penyajian.

Pasal 6

Ruang Kota untuk penyelenggaraan jenis Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1), sepenuhnya menjadi kewenangan dan pemanfaatannya diatur oleh Pemerintah Kota.

BAB V

PERENCANAAN

Bagian Kesatu Kawasan Persebaran Perletakan Titik Reklame

Pasal 7

- Kawasan Persebaran Perletakan Titik Reklame meliputi:
- a. Kawasan Penyelenggaraan Reklame; dan
 - b. Kawasan Tanpa Penyelenggaraan Reklame.

Pasal 8

- (1) Kawasan Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf a, terdiri dari:
- a. Kawasan Kendali Ketat;
 - b. Kawasan Kendali Sedang;
 - c. Kawasan.....

- c. Kawasan Kendali Rendah; dan
 - d. Kawasan Khusus.
- (2) Kawasan Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam lampiran Keputusan Walikota ini.

Pasal 9

Kawasan Kendali Ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf a, merupakan Kawasan dengan kriteria:

- a. perletakan Titik Reklame hanya pada dinding bangunan dan di atas bangunan dengan ketentuan:
 - 1. jenis Reklame yang diizinkan pada dinding bangunan dan di atas bangunan berupa: elektronik/digital, papan/billboard, neon box dan neon sign.
 - 2. apabila Reklame sebagaimana dimaksud pada angka 1 menggunakan lampu maka harus menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*);
 - 3. Penyelenggaraan Reklame Papan/Billboard, neon box atau neon sign, hanya menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi, dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud; dan
 - 4. Penyelenggaraan Reklame Elektronik/Digital selain menyajikan Reklame nama gedung, pengenal usaha, profesi, identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud, dapat menyelenggarakan Reklame komersial lainnya sesuai batasan teknis.
- b. jenis Reklame yang diizinkan di halaman berupa: media pylon sign atau sejenisnya, harus terbuat dari neon box dan/atau neon sign menggunakan pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dan hanya menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi, dan identitas/logo yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;
- c. Penyelenggaraan Reklame pada halte/*shelter*, *fly over*, tiang kereta api ringan ringan dan *underpass*, menggunakan Reklame Elektronik/digital dan/atau Reklame Papan/*Billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*);
- d. Penyelenggaraan Reklame pada bangunan Jembatan Penyeberangan Orang dengan konstruksi beton berupa: Reklame Elektronik/Digital dan/atau Reklame Papan/*Billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dengan ketentuan:
 - 1. bangunan Reklame dipasang pada gelagar Jembatan Penyeberangan Orang, batas maksimum ketinggian Bangunan Reklame adalah setinggi gelagar lantai Jembatan Penyeberangan Orang dan bagian bawah Bangunan Reklame tidak boleh melebihi sisi paling bawah gelagar Jembatan Penyeberangan Orang.
 - 2. pihak Penyelenggara Reklame/pemilik wajib mencantumkan dengan jelas batas waktu berakhirnya Reklame/Bangunan Reklame yang dipasang di Jembatan Penyeberangan Orang.

3. konten.....

3. konten iklan dan/atau struktur Bangunan Reklame yang sudah habis masa tayangnya harus segera dibongkar dan dikembalikan ke kondisi semula oleh Penyelenggara Reklame/pemilik.
4. tingkat Pencahayaan Reklame tidak mengganggu pandangan pengguna jalan/pengendara dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- e. Penyelenggaraan Reklame pada Pos Polisi diatur sesuai dengan batasan teknis dan tidak diperbolehkan berada pada jalur hijau.

Pasal 10

Kawasan Kendali Sedang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf b, merupakan kawasan dengan kriteria:

- a. Perletakan Titik Reklame pada dinding bangunan dan di atas bangunan dengan ketentuan:
 1. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/digital, papan/*billboard*, *neonbox* dan *neon sign* jika menggunakan lampu, harus menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*); dan
 2. Penyelenggaraan Reklame Elektronik/Digital selain menyajikan Reklame nama gedung, pengenal usaha, profesi, identitas/logo yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud, dapat menyelenggarakan Reklame komersial lainnya sesuai batasan teknis.
- b. Penyelenggaraan Reklame di halaman dengan ketentuan:
 1. Penyelenggaraan Reklame Papan/Billboard dan Reklame Elektronik/Digital dapat dilakukan di halaman dengan ukuran luas maksimal bidang Reklame sebesar 16 m² menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi, dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud; dan
 2. media *pylon* atau sejenisnya dapat diselenggarakan di halaman, harus terbuat dari *neon box* dan/atau *neon sign* menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dan hanya menyajikan nama gedung, pengenal usaha, profesi dan identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud.
- c. Penyelenggaraan Reklame pada bangunan halte/*shelter*, *fly over*, tiang kereta api ringan dan *underpass*, menggunakan Reklame elektronik/digital dan/atau Reklame papan/*billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*);
- d. Penyelenggaraan Reklame pada bangunan Jembatan Penyeberangan Orang dengan konstruksi beton berupa Reklame Elektronik/Digital dan/atau Reklame Papan/*Billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dengan ketentuan:

1. apabila.....

1. apabila Bangunan Reklame dipasang pada gelagar Jembatan Penyeberangan Orang, batas maksimum ketinggian Bangunan Reklame adalah setinggi gelagar lantai Jembatan Penyeberangan Orang dan bagian bawah Bangunan Reklame tidak boleh melebihi sisi paling bawah gelagar Jembatan Penyeberangan Orang;
 2. pihak Penyelenggara Reklame/pemilik wajib mencantumkan dengan jelas batas waktu berakhirnya Reklame/Bangunan Reklame yang dipasang di Jembatan Penyeberangan Orang dan wajib melakukan perawatan berkala terhadap Jembatan Penyeberangan Orang yang ditempatkan Bangunan Reklame;
 3. konten iklan dan/atau struktur Bangunan Reklame yang sudah habis masa tayangnya harus segera dibongkar dan dikembalikan ke kondisi semula oleh Penyelenggara Reklame/pemilik; dan
 4. tingkat Pencahayaan Reklame tidak mengganggu pandangan pengguna jalan/pengendara dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- e. Penyelenggaraan Reklame pada Pos Polisi diatur sesuai dengan batasan teknis dan tidak diperbolehkan berada pada jalur hijau.

Pasal 11

Kawasan Kendali Rendah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf c, merupakan kawasan dengan kriteria:

- a. perletakan Titik Reklame di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan;
- b. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/digital, *billboard*, *neonbox* dan *neonsign* dapat menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dan depan (*front lighting*);
- c. Penyelenggaraan Reklame elektronik/digital selain menyajikan Reklame nama gedung, pengenalan usaha, profesi, identitas/logo, yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud, dapat menyelenggarakan Reklame Komersial lainnya;
- d. Penyelenggaraan Reklame pada bangunan halte/*shelter*, *fly over* dan *underpass*, menggunakan Reklame Elektronik/Digital dan/atau Reklame billboard dengan metode pencahayaan jenis *back lighting* / *front lighting*;
- e. Penyelenggaraan Reklame pada bangunan Jembatan Penyeberangan Orang dengan konstruksi beton berupa: Reklame Elektronik/Digital dan/atau Reklame *Billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*) dengan ketentuan:
 1. apabila Bangunan Reklame dipasang pada gelagar Jembatan Penyeberangan Orang, batas maksimum ketinggian Bangunan Reklame adalah setinggi gelagar lantai Jembatan Penyeberangan Orang dan bagian bawah Bangunan Reklame tidak boleh melebihi sisi paling bawah gelagar Jembatan Penyeberangan Orang;

2. pihak.....

2. pihak Penyelenggara Reklame/pemilik wajib mencantumkan dengan jelas batas waktu berakhirnya Reklame/Bangunan Reklame yang dipasang di Jembatan Penyeberangan Orang dan wajib melakukan perawatan berkala terhadap Jembatan Penyeberangan Orang yang ditempatkan Bangunan Reklame;
 3. konten iklan dan/atau struktur Bangunan Reklame yang sudah habis masa tayangnya harus segera dibongkar dan dikembalikan ke kondisi semula oleh Penyelenggara Reklame/pemilik; dan
 4. tingkat pencahayaan Reklame tidak mengganggu pandangan pengguna jalan/pengendara dan sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
- f. Penyelenggaraan Reklame pada Pos Polisi diatur sesuai dengan batasan teknis dan tidak diperbolehkan berada pada jalur hijau.

Pasal 12

Kawasan Khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf d, merupakan kawasan dengan kriteria:

- a. perletakan Titik Reklame diatur oleh pengelola kawasan khusus setelah dikoordinasikan dengan Pemerintah Kota;
- b. jenis Reklame yang diizinkan berupa elektronik/digital, *billboard*, *neonbox* dan *neonsign* jika menggunakan lampu, harus menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*back lighting*); dan
- c. batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sesuai dengan batasan teknis yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota.

Bagian Kedua Persebaran Titik Reklame

Pasal 13

Persebaran Titik Reklame pada kawasan Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf a, terdiri dari :

- a. di dalam sarana dan prasarana Kota; dan
- b. di luar sarana dan prasarana Kota.

Pasal 14

- (1) Perletakan Reklame di dalam sarana dan prasarana Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 huruf a, ditempatkan pada:
 - a. *underpass*;
 - b. *fly over*;
 - c. tiang dan stasiun kereta api ringan;
 - d. taman;
 - e. bahu jalan;
 - f. *halte/shelter*;
 - g. pos polisi;
 - h. transportasi publik dan kendaraan bermotor; dan
 - i. mesin terminal parkir elektronik.

(2) Perletakan.....

- (2) Perletakan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sesuai dengan batasan teknis.

Bagian Ketiga

Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame di Dalam Sarana dan Prasarana Kota

Pasal 15

- (1) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf a, huruf b dan huruf c, sebagai berikut:
- a. menggunakan Reklame *Billboard Backlight* atau Reklame Elektronik/Digital, jika diselenggarakan pada kawasan kendali rendah dapat menggunakan metode pencahayaan *front lighting*;
 - b. diselenggarakan menyatu/terintegrasi dengan rancang bangun bangunan tersebut; dan
 - c. seluruh bidang rangka harus tertutup.
- (2) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf c, sebagai berikut:
- a. tayangan Reklame dengan syarat pesan atau informasi disampaikan terkait dengan program pemerintah dan/atau pemberdayaan masyarakat atau tidak bersifat komersial;
 - b. penempatan Reklame penghargaan Pemerintah Kota berupa pemasangan Reklame nama dan/atau logo perusahaan jenis Reklame *Billboard* dan sejenisnya dengan luas bidang tidak melebihi 2 m² (dua meter persegi), ketinggian paling banyak 15 (lima belas) meter dengan jumlah Reklame terpasang tidak lebih dari 2 (dua) buah terkait keikutsertaan perusahaan dalam program Pemerintah Kota;
 - c. menggunakan Reklame *Billboard Backlight* atau Reklame Elektronik/Digital atau prasasti; dan
 - d. seluruh bidang rangka harus tertutup.
- (3) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf d sebagai berikut: Penyelenggaraan Reklame tidak diperbolehkan pada trotoar, jalur pejalan kaki (*pedestrian*) dan/atau median jalan kecuali Penyelenggaraan Reklame pada aset/barang milik Kota antara lain: halte/*shelter*, mesin Terminal Parkir Elektronik, dan media lainnya milik Kota sesuai dengan batasan teknis.
- (4) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf e, sebagai berikut:
- a. perletakan Bidang Reklame di dalam halte; dan
 - b. perletakan Bidang Reklame pada halte/*shelter* hanya ditempatkan pada bagian dinding halte/*shelter*.
- (5) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf f, sebagai berikut :
- a. Reklame di atas pos polisi dalam bentuk *billboard backlight* atau Reklame Elektronik/Digital;
 - b. perletakan.....

- b. perletakkan Bidang Reklame pada seluruh sisi atap Pos Polisi;
 - c. tinggi Bidang Reklame maksimal 2 m (dua meter); dan
 - d. sisi panjang atau lebar Reklame sejajar atap bangunan dan tidak melebihi panjang atau lebar bangunan gedung.
- (6) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf h, akan diatur dalam Keputusan Walikota.
- (7) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1) huruf i, ditempatkan pada bagian dinding, bagian depan dan/atau belakang dan/atau kiri dan/atau kanan mesin yang merupakan satu kesatuan dengan informasi lain terkait dengan petunjuk/metode pembayaran parkir.

Bagian Keempat

Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame di Luar Sarana dan Prasarana Kota

Pasal 16

Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame pada Kawasan Kendali Ketat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf a, diatur sebagai berikut:

- a. Penyelenggaraan Reklame Papan/*Billboard*, dengan ketentuan:
1. Penyajian Reklame hanya semata-mata memuat nama pengenal usaha atau profesi, nama gedung, termasuk identitas/logo dari nama pengenal usaha atau nama gedung yang beraktivitas di dalamnya;
 2. Metoda pencahayaan dari dalam (*backlighting*), kecuali jenis lain yang menempel pada pagar bangunan;
 3. Seluruh sisi bidang rangka yang terbuka selain bidang tempat penyajian Reklame, harus dibungkus/ditutup;
 4. Dapat diselenggarakan di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan;
 5. Diselenggarakan di halaman hanya berbentuk Reklame pylon dan Reklame jenis lain yang menempel pada pagar bangunan;
 6. Diselenggarakan pada dinding bangunan, dimensi Reklame diserasikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi dan tidak menutupi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela) jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame transparan (*see through/perforated*).
 7. Diselenggarakan di atas bangunan, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan dan penempatannya sejajar sisi panjang atau sisi lebar bangunan;

b) ketinggian.....

- b) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan; dan
 - c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan/atau tulisan.
- b. Penyelenggaraan Reklame Elektronik/Digital dengan ketentuan:
1. penyajian Reklame memuat nama pengenalan usaha atau profesi, nama gedung termasuk identitas/logo dan/atau Reklame komersial lainnya;
 2. dapat diselenggarakan di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan;
 3. diselenggarakan di halaman hanya berbentuk Reklame Pylon;
 4. diselenggarakan pada dinding bangunan dan dimensi Reklame diserasikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung, dengan ketentuan :
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela), jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame Elektronik/Digital Transparan (*see through display/perforated*).
 5. diselenggarakan di atas bangunan, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame maksimal 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan; dan
 - c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan/atau tulisan.

Pasal 17

Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame pada kawasan kendali sedang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf b, diatur sebagai berikut:

- a. Penyelenggaraan Reklame Papan/*Billboard* dan Elektronik/Digital, dengan ketentuan:
 1. dapat diselenggarakan di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan;
 2. Reklame Papan/*Billboard* menggunakan metode pencahayaan dari dalam (*backlighting*), kecuali jenis lain yang menempel pada pagar bangunan;
 3. seluruh sisi bidang rangka yang terbuka selain bidang tempat penyajian Reklame, harus dibungkus/ditutup;
 4. diselenggarakan di halaman dilakukan dengan ketentuan :
 - a) penyajian Reklame hanya semata-mata memuat nama pengenalan usaha atau profesi, nama gedung, termasuk identitas/logo dari nama pengenalan usaha atau nama gedung yang beraktifitas di dalamnya;
 - b) ukuran.....

- b) ukuran luas per bidang Reklame maksimal 16 m² (enam belas meter persegi) dengan maksimal 4 (empat) bidang Reklame; dan
 - c) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter).
5. diselenggarakan pada dinding bangunan dengan dimensi Reklame diserasikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung, dengan ketentuan:
- a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/ atau jendela) jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame Transparan (*see through/perforated*).
6. diselenggarakan di atas bangunan, dengan ketentuan:
- a) ukuran bidang Reklame, tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan; dan
 - c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan atau tulisan.

Pasal 18

Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame di kawasan kendali rendah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf c, diatur sebagai berikut:

- A. Penyelenggaraan Reklame Papan/*Billboard*, dengan ketentuan:
- 1. dapat diselenggarakan di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan gedung.
 - 2. metoda pencahayaan dari dalam (*backlighting*) atau pencahayaan dari depan (*frontlighting*), kecuali jenis lain yang menempel pada pagar bangunan.
 - 3. seluruh sisi bidang rangka yang terbuka selain bidang tempat penyajian Reklame, harus dibungkus/ditutup.
 - 4. khusus bagi Reklame yang diselenggarakan di halaman dengan luas per bidang Reklame paling banyak 200 m² (dua ratus meter persegi) dengan paling banyak 2 (dua) bidang Reklame berlaku ketentuan sebagai berikut:
 - a) jarak paling sedikit 200 m (dua ratus meter) yang diukur dari tepi terluar bidang Reklame pada satu sisi jalan garis lurus;
 - b) bentuk Reklame vertikal atau horizontal yang disesuaikan dengan pola perletakan bidang Reklame pada koridor jalan yang sama;
 - c) tinggi tiang paling tinggi 7 m (tujuh meter) dan tambahan tinggi paling tinggi 3 m (tiga meter) jika berada di sisi jalan tol layang; dan
 - d) berada pada sisi jalan tol lingkar luar kota dan/atau kelas jalan kendali rendah.
 - 5. diselenggarakan pada dinding bangunan dengan dimensi Reklame diserasikan secara proporsional dengan ketinggian bangunan gedung, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan

b) tidak.....

- b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela) jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame transparan (*see through/perforated*).
6. diselenggarakan di atas bangunan gedung, dengan ketentuan:
- a) ukuran bidang Reklame, tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan; dan
 - c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan atau tulisan.
- B. Penyelenggaraan Reklame Elektronik/digital, dengan ketentuan:
1. penyajian Reklame memuat nama pengenalan usaha atau profesi, nama gedung termasuk identitas/logo dan/atau Reklame komersial lainnya;
 2. dapat diselenggarakan di halaman, pada dinding bangunan dan di atas bangunan;
 3. diselenggarakan di halaman dilakukan dengan ketentuan:
 - a) bentuk bidang Reklame : vertikal atau horizontal;
 - b) ukuran luas media atau bidang Reklame maksimal 10 m x 20 m atau 200 m² (dua ratus meter persegi) untuk 1 (satu) muka dan 400 m² (empat ratus meter persegi) untuk 2 (dua) muka; dan
 - c) jarak Penyelenggaraan Reklame dibatasi satu dengan lainnya paling sedikit 100 m (seratus meter) pada jalan dalam Kota yang diukur dari tepi terluar bidang Reklame pada satu sisi jalan garis lurus.
 4. diselenggarakan pada dinding bangunan dengan dimensi Reklame disesuaikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela), jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame Elektronik/Digital Transparan (*see through display/perforated*).
 5. diselenggarakan di atas bangunan, dengan ketentuan:
 - a) ukuran luas media atau bidang Reklame, tidak melebihi panjang atau lebar bangunan, dan penempatannya sejajar dengan sisi panjang atau lebar Reklame atap bangunan;
 - b) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan;

c) Reklame.....

- c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan/atau tulisan.

Pasal 19

- (1) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame di kawasan khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) huruf d, diatur sebagai berikut:
- a. Penyelenggaraan Reklame Papan/*Billboard*, dengan ketentuan:
1. Reklame Papan/*Billboard* dengan metoda pencahayaan dari dalam (*backlighting*), kecuali jenis lain yang menempel pada pagar bangunan;
 2. bentuk bidang Reklame *vertical*;
 3. Seluruh sisi bidang rangka yang terbuka selain bidang tempat penyajian Reklame, harus dibungkus/ditutup;
 4. diselenggarakan di halaman:
 - a) ukuran luas media atau bidang Reklame paling banyak 6 m x 12 m atau 72 m² (tujuh puluh dua meter persegi) untuk 1 (satu) muka dan 144 m² (seratus empat puluh empat meter persegi) untuk 2 (dua) muka; dan
 - b) tinggi tiang paling tinggi 7 m (tujuh meter).
 5. diselenggarakan pada dinding bangunan dimensi Reklame diserasikan secara proporsional dengan ketinggian bangunan gedung, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela) jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame Transparan (*see through/perforated*).
 6. diselenggarakan di atas bangunan gedung, dengan ketentuan:
 - a) ukuran luas media atau bidang Reklame, tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan; dan
 - c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan atau tulisan.
- b. Penyelenggaraan Reklame Elektronik/Digital, dengan ketentuan:
1. bentuk bidang Reklame : vertikal atau horizontal.
 2. diselenggarakan di halaman, dengan ketentuan:
 - a) ukuran luas media atau bidang Reklame paling banyak 6 m x 12 m atau 72 m² (tujuh puluh dua meter persegi) untuk 1 (satu) muka dan 144 m² (seratus empat puluh empat meter persegi) untuk 2 (dua) muka;
 - b) tinggi.....

- b) tinggi tiang paling tinggi 7 m (tujuh meter).
- 3. diselenggarakan pada dinding bangunan dengan dimensi Reklame diserasikan secara proporsional terhadap dimensi dinding bangunan gedung, dengan ketentuan:
 - a) ukuran bidang Reklame tidak melebihi panjang atau lebar bangunan; dan
 - b) tidak mengganggu fungsi bukaan bangunan (pintu dan/atau jendela), jika menutupi bukaan bangunan, maka harus menggunakan jenis Reklame elektronik/digital transparan (*see through display/ perforated*).
- 4. diselenggarakan di atas bangunan, dengan ketentuan:
 - a) ukuran luas media atau bidang Reklame, tidak melebihi panjang atau lebar bangunan;
 - b) ketinggian Reklame paling tinggi 10 m (sepuluh meter) dari alas atap bangunan; dan
 - c) Reklame yang berada di atas bangunan dengan ketinggian lebih dari 8 (delapan) lantai terbatas hanya identitas bangunan dalam bentuk logo dan/atau tulisan.
- (2) Penyelenggaraan Reklame di kawasan khusus yang bersinggungan dengan Kawasan Kendali Ketat harus mengikuti batasan teknis Penyelenggaraan Reklame pada Kawasan Kendali Ketat.
- (3) Penyelenggaraan Reklame di Kawasan Kendali Rendah yang terletak di dalam Kawasan Khusus harus mengikuti batasan teknis Penyelenggaraan Reklame pada Kawasan Khusus.

Pasal 20

- (1) Kawasan tanpa Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf b, merupakan kawasan yang tidak diperkenankan untuk Penyelenggaraan Reklame, kecuali:
 - a. penyelenggaraan yang semata-mata hanya memuat nama atau logo perusahaan sebagai identitas perusahaan atau gedung yang beraktivitas di gedung tersebut dan identitas Anjungan Tunai Mandiri;
 - b. Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud huruf a, yang diselenggarakan di halaman dengan menggunakan konstruksi maksimal luas bidang Reklamennya 4 m² (empat meter persegi); dan
 - c. Penyelenggaraan Reklame pada halte/*shelter*/mesin tempat parkir elektronik sesuai dengan batasan teknis.
- (2) Penyelenggaraan Reklame di Kawasan Kendali Ketat, Kendali Sedang, Kendali Rendah dan Kawasan Khusus yang terletak di dalam kawasan tanpa Penyelenggaraan Reklame harus mengikuti batasan teknis Penyelenggaraan Reklame pada kawasan tanpa Penyelenggaraan Reklame.

(3) Batasan.....

- (3) Batasan teknis Penyelenggaraan Reklame di dalam dan di luar sarana dan prasarana ditetapkan dengan Keputusan Walikota.

Bagian Kelima

Rancang Bangun Reklame

Pasal 21

- (1) Setiap Penyelenggaraan Reklame Papan/*Billboard* dan Reklame Elektronik/Digital harus memperhatikan Rancang Bangun Reklame, meliputi :
 - a. ukuran (dimensi);
 - b. konstruksi;
 - c. kriteria konstruksi;
 - d. penyajian; dan
 - e. keamanan pengendara (*road safety*).
- (2) Rancang Bangun Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib memenuhi estetika dan peraturan teknis yang berlaku.
- (3) Rancang Bangun Reklame Elektronik/Digital berjalan pada kendaraan harus mendapatkan rekomendasi dari Dinas Perhubungan.

BAB VI

PEMANFAATAN TITIK REKLAME

Bagian Kesatu

Pemanfaatan Titik Reklame di Dalam Sarana dan

Prasarana Kota

Paragraf 1

Pelelangan Pemanfaatan Titik Reklame

Pasal 22

- (1) Setiap pemanfaatan Titik Reklame di dalam sarana dan prasarana Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1), diperoleh melalui pelelangan.
- (2) Titik-Titik Reklame di dalam sarana dan prasarana Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
- (3) Pelaksanaan pelelangan pemanfaatan Titik Reklame pada tanah/aset milik Pemerintah Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilaksanakan oleh Perangkat Daerah terkait yang membidangi aset.

(4) Pemanfaatan.....

- (4) Pemanfaatan Titik Reklame melalui pelelangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dikenakan sewa Titik Reklame.

Pasal 23

- (1) Jangka waktu pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22, paling lama 2 (dua) tahun.
- (2) Jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan jangka waktu sewa Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (4).
- (3) Jangka waktu paling lama 2 (dua) tahun sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terhitung sejak tanggal diterbitkan IMB-R.
- (4) Setelah jangka waktu pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berakhir, pemanfaatan kembali Titik Reklame tersebut harus dilakukan melalui pelelangan.

Pasal 24

- (1) Tata cara dan persyaratan pelelangan pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (1), diatur dengan Keputusan Walikota.
- (2) Harga sewa Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat (4), mempedomani ketentuan peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Dikecualikan dari ketentuan Pasal 22 ayat (1) adalah jenis Reklame kain seperti umbul-umbul dan spanduk.

Paragraf 2

Kerja Sama Pemanfaatan Titik Reklame Dengan Kompensasi

Pasal 25

- (1) Setiap pemanfaatan Titik Reklame di dalam sarana dan prasarana Kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1), dapat diperoleh melalui kerja sama.
- (2) Kerja sama pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan dalam bentuk kompensasi Penyelenggaraan Reklame untuk membiayai pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan Kota atau bidang transportasi publik atau kegiatan pembangunan lain yang diizinkan oleh Pemerintah Kota.

(3) Kerja.....

- (3) Kerja sama pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2), berdasarkan prinsip, sebagai berikut:
- a. tidak merugikan Pemerintah Kota;
 - b. pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan Kota atau bidang transportasi publik atau kegiatan pembangunan lain, dilakukan hanya untuk kepentingan umum; dan
 - c. kerja sama memenuhi prinsip-prinsip sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (4) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan melalui:
- a. penawaran dari Pemerintah Kota kepada Penyelenggara Reklame;
 - b. usulan kerja sama dari Penyelenggara Reklame.

Pasal 26

Dalam hal kerjasama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (4), di tuangkan dalam bentuk Perjanjian Kerjasama.

Pasal 27

- (1) Kerja sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (4) huruf b, dilakukan dengan mengajukan permohonan tertulis kepada Walikota yang dilengkapi dengan proposal kerja sama.
- (2) Walikota sebelum mengambil persetujuan permohonan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terlebih dahulu meminta pemohon untuk memaparkan proposal yang diajukan.
- (3) Walikota dapat menolak atau menyetujui permohonan kerja sama yang diajukan oleh pemohon.
- (4) Apabila permohonan pemohon ditolak, maka disampaikan penolakan secara tertulis dari Walikota atau Pejabat yang ditunjuk.

Pasal 28.....

Pasal 28

- (1) Terhadap permohonan yang disetujui, selanjutnya ditindaklanjuti pelaksanaan Perjanjian Kerja Sama Pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (4) huruf a dan Pasal 28 ayat (1), antara Walikota atau Pejabat yang ditunjuk dalam hal ini Kepala BPKAD dengan Pemohon.
- (2) Perjanjian Kerja Sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), paling sedikit memuat:
 - a. pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian;
 - b. nama dan lokasi kegiatan pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan Kota atau kegiatan pembangunan lain dari Pemerintah Daerah;
 - c. biaya dan jangka waktu pelaksanaan pembangunan sebagaimana dimaksud pada huruf b;
 - d. lokasi, jenis Reklame, jumlah Titik Reklame dan ukuran Reklame;
 - e. hak dan kewajiban para pihak yang terkait dalam perjanjian; dan
 - f. persyaratan lain yang dianggap perlu.
- (3) Pemberian Titik Reklame dalam rangka kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), minimal sebanding atau setara antara nilai sewa Titik Reklame dengan biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan Kota atau kegiatan pembangunan lain oleh Pihak Pemohon.
- (4) Penghitungan biaya pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan Kota atau kegiatan pembangunan lain, dapat dilakukan oleh akuntan publik yang ditunjuk oleh Pemerintah Kota dengan beban biaya ditanggung oleh pihak pemohon.

Pasal 29

- (1) Perjanjian Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28, paling lama 5 (lima) tahun sejak ditandatangani perjanjian.
- (2) Jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dihitung secara proporsional antara biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan atau renovasi dimaksud dengan harga sewa Titik Reklame.

(3) Jangka.....

- (3) Jangka waktu pemanfaatan Titik Reklame karena kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (2), terhitung sejak tanggal diterbitkannya IMB-R.
- (4) Setelah berakhirnya jangka waktu kerja sama pemanfaatan titik sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pemanfaatan kembali Titik Reklame dilakukan melalui pelelangan atau perpanjangan kerja sama pemanfaatan Titik Reklame.

Pasal 30

Perjanjian Kerja Sama Pemanfaatan Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27, Pasal 28 dan Pasal 29, tidak menghilangkan kewajiban Pajak Reklame dan Retribusi Reklame sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan terkait dengan pajak daerah dan retribusi daerah.

Paragraf 3

Kerja Sama Pemanfaatan Titik Reklame Dengan Kompensasi

Pasal 31

- (1) Pemerintah Kota dalam hal tertentu dapat melakukan kerja sama pemberian hak Penyelenggaraan Reklame pada titik-titik Penyelenggaraan Reklame dalam sarana dan prasarana Kota kepada Penyelenggara Reklame tanpa dikompensasikan dengan harga sewa Titik Reklame.
- (2) Kerja sama dengan pemberian hak Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dalam hal:
 - a. Penyelenggara Reklame membiayai pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan Kota atau sarana transportasi publik atau kegiatan pembangunan lain oleh Pemerintah Kota; dan
 - b. kegiatan yang dilakukan perusahaan atas keikutsertaan dalam program Pemerintah Kota melalui Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan tidak diberlakukan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Biaya pembangunan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a menjadi beban dan tanggung jawab Penyelenggara Reklame dan perusahaan.
- (4) Penghitungan biaya pembangunan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), dilakukan oleh Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) yang ditunjuk Kepala BPKAD dengan biaya ditanggung Penyelenggara Reklame.

(5) Kerja.....

- (5) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan melalui permohonan tertulis oleh Penyelenggara Reklame dengan dilengkapi proposal kerjasama kepada Walikota atau Pejabat yang ditunjuk dalam hal ini Kepala BPKAD.
- (6) Kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dituangkan dalam Perjanjian Kerja Sama antara Walikota atau Pejabat yang ditunjuk dalam hal ini Kepala BPKAD.
- (7) Perjanjian Kerja Sama sebagaimana dimaksud pada ayat (6), paling sedikit memuat :
 - a. pihak-pihak yang terkait dalam Perjanjian;
 - b. nama dan lokasi kegiatan pembangunan atau renovasi sarana dan prasarana atau penunjang kelengkapan daerah atau kegiatan pembangunan lain dari Pemerintah Kota;
 - c. biaya dan jangka waktu pelaksanaan pembangunan sebagaimana dimaksud pada huruf b;
 - d. lokasi, jenis Reklame, jumlah Titik Reklame dan ukuran Reklame;
 - e. hak dan kewajiban para pihak yang terkait dalam perjanjian; dan
 - f. persyaratan lain yang dianggap perlu.
- (8) Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama sebagaimana dimaksud pada ayat (5), dilakukan oleh Kepala BPKAD dengan pihak Penyelenggara Reklame.

Pasal 32

- (1) Perjanjian Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31, paling lama 5 (lima) tahun sejak ditandatangani Perjanjian.
- (2) Jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dihitung secara proporsional antara biaya yang dikeluarkan untuk pembangunan atau renovasi dimaksud dengan harga sewa Titik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 ayat (3) pada tiap Titik-Titik Reklame.
- (3) Jangka waktu pemanfaatan Titik Reklame karena kerja sama sebagaimana dimaksud pada ayat (2), terhitung sejak tanggal diterbitkannya IMB-R.
- (4) Setelah berakhirnya jangka waktu kerja sama, pemanfaatan kembali titik untuk Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan melalui pelelangan atau perpanjangan kerja sama Penyelenggaraan Reklame.

Pasal 33.....

Pasal 33

- (1) Dalam kerja sama Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32, Penyelenggara Reklame tetap berkewajiban membayar harga sewa Titik Reklame, Pajak Reklame dan kewajiban lainnya sesuai ketentuan perundang-undangan.
- (2) Dikecualikan dari ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan atas keikutsertaan dalam program Pemerintah Daerah melalui Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Dunia Usaha.
- (3) Kegiatan yang dilakukan perusahaan atas keikutsertaan dalam program Pemerintah Kota sebagaimana dimaksud pada ayat (2), diberikan penghargaan oleh Pemerintah Kota berupa pemasangan:
 - a. Reklame logo/papan nama identitas perusahaan pada lokasi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Dunia Usaha; dan
 - b. Reklame logo/papan nama identitas perusahaan pada obyek hibah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Dunia Usaha yang diserahterimakan menjadi Barang Milik Daerah.
- (4) Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah sebagai implementasi penghargaan kepada perusahaan paling lama 5 (lima) tahun sejak ditandatanganinya Perjanjian Kerja Sama dan selanjutnya dapat diperpanjang.

Pasal 34

- (1) Penyelenggaraan Reklame di luar sarana dan prasarana kota terlebih dahulu harus mendapat persetujuan atau perjanjian sewa menyewa lokasi dari pihak pemilik lahan/ bangunan gedung atau pihak pengelola kawasan khusus.
- (2) Persetujuan atau perjanjian sewa menyewa lokasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan persyaratan untuk pengajuan permohonan perizinan Penyelenggaraan Reklame.

BAB VII

REKLAME ELEKTRONIK/ DIGITAL

Bagian Kesatu Alokasi Tayangan Informasi Program Pemerintah/ Pemerintah Daerah

Pasal 35

- (1) Setiap Penyelenggara Reklame elektronik/digital dalam bentuk megatron/videotron/Large Electronic Display, wajib mengalokasikan tayangan untuk informasi program Pemerintah/Pemerintah Daerah sebesar 30% (tiga puluh persen) dari total tayangan per media Reklame.
- (2) Pengalokasian tayangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling banyak 30% (tiga puluh persen) dari total durasi waktu tayang perhari per media Reklame berdasarkan kesepakatan tertulis antara Pemerintah/Pemerintah Daerah dengan Penyelenggaraan Reklame elektronik/digital.

Bagian Kedua Waktu dan Bahan Materi Penayangan

Pasal 36

- (1) Penayangan informasi program Pemerintah/Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35, diatur sebagai berikut:
 - a. Bahan materi tayangan berupa visual dan/atau teks yang dibuat oleh Pemerintah/Pemerintah Daerah; dan
 - b. Waktu tayang informasi Pemerintah/Pemerintah Daerah ditetapkan pada pukul 06.00 sampai dengan pukul 21.00 WIB, dengan jumlah tayangan sebanyak 30% (tiga puluh persen) dari jumlah tayangan per media Reklame.
- (2) Bahan materi tayangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, dibuat oleh Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah/Pemerintah Kota.
- (3) Bahan materi tayangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), terlebih dahulu dikonsultasikan dengan Perangkat Daerah yang membidangi teknologi, komunikasi dan informasi.

(4) Bahan.....

- (4) Bahan materi tayangan yang telah siap ditayangkan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), disampaikan oleh Perangkat Daerah yang membidangi teknologi, komunikasi dan informasi.
- (5) Kepala Perangkat Daerah yang membidangi teknologi, komunikasi, dan informasi melakukan koordinasi dengan Penyelenggara Reklame untuk keperluan penayangan informasi program Pemerintah/Pemerintah Kota.
- (6) Setiap penyelenggara media Reklame elektronik/digital memberikan hak akses unggah/unduh materi tayangan informasi program Pemerintah/Pemerintah Kota kepada Perangkat Daerah yang membidangi teknologi, komunikasi dan informasi pada jam yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud pada huruf b.

BAB VIII

PENYELENGGARA REKLAME

Pasal 37

- (1) Penyelenggara Reklame meliputi:
 - a. Perusahaan jasa periklanan/biro Reklame; dan
 - b. Pemilik Reklame atau pemilik produk.
- (2) Perusahaan jasa periklanan/biro Reklame merupakan badan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang bertindak baik atas nama sendiri atau atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
- (3) Perusahaan jasa periklanan/biro Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2), harus terdaftar pada DPMPSTSP.
- (4) Tata cara penetapan dan pembatalan Perusahaan Jasa Periklanan/Biro Reklame Terdaftar diatur lebih lanjut dengan Keputusan Walikota.

Pasal 38

Pemilik Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 ayat (1) huruf b, merupakan orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan Reklame untuk dan atas namanya sendiri.

Pasal 39

Penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 ayat (1), berkewajiban:

1. menyajikan naskah Reklame dalam bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan ketentuan apabila dalam naskah Reklame mencantumkan bahasa asing maka pencantuman bahasa asing, diletakkan di bagian bawah pada naskah Reklame bahasa Indonesia.

2. menempelkan.....

2. menempelkan tanda lunas Pajak Reklame pada bidang Reklame atau sisi lain yang dapat dilihat oleh umum.
3. mencantumkan nama perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame apabila Reklame diselenggarakan oleh perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame yang diletakkan di bagian ambang bawah bidang Reklame.
4. mencantumkan masa berlaku izin yang diletakkan di bagian ambang bawah bidang Reklame baik yang diselenggarakan oleh perusahaan jasa periklanan atau biro Reklame maupun oleh Penyelenggara Reklame sendiri.
5. memastikan dan memberikan jaminan bahwa konstruksi dalam keadaan kuat dan kokoh.
6. memelihara secara berkala konstruksi Reklame, bidang Reklame dan instalasi listrik, agar selalu berada dalam keadaan baik yang disertai laporan hasil pemeriksaan dan/atau pemeliharaan rutin paling sedikit 6 (enam) bulan sekali yang dilaporkan kepada Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang dengan tembusan kepada Camat.
7. membongkar sendiri konstruksi Reklame dan bidang Reklame setelah berakhirnya izin atau setelah izin dicabut yang tidak lagi digunakan untuk Penyelenggaraan Reklame atau secara teknis usia konstruksi dan bidang Reklame tidak layak lagi.
8. menutup semua sisi samping kanan, kiri, sisi bawah dan atas serta di belakang bidang Reklame dengan bahan dan teknis tertentu penutupannya agar Reklame tidak roboh dan terjaga keindahannya.
9. mengasuransikan Bangunan Reklame jenis papan/ billboard dengan ukuran di atas 24 m² (dua puluh empat meter persegi) dan/atau Reklame jenis Large Electronic Display dengan ukuran luas di atas 10 m² (sepuluh meter persegi) dengan jenis asuransi *allrisk* yang mencakup perlindungan terhadap Penyelenggaraan Reklame dan pihak lain yang terkena akibat kecelakaan Penyelenggaraan Reklame.
10. bertanggung jawab dan menanggung segala resiko kepada pihak lain sebagai akibat kecelakaan Penyelenggaraan Reklame.
11. membayar Pajak Reklame dan Retribusi Daerah lainnya sesuai dengan ketentuan.
12. membayar harga sewa Titik Reklame untuk Reklame yang diselenggarakan di dalam sarana dan prasarana Kota.
13. membayar pungutan penerimaan lain-lain yang sah yang berasal dari sewa lahan/bangunan gedung untuk Penyelenggaraan Reklame di luar sarana dan prasarana Kota.

Pasal 40

Penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 ayat (1), dilarang:

1. menyelenggarakan Reklame rokok atau zat adiktif baik di dalam ruangan dan di luar ruangan, kecuali Reklame rokok di dalam ruangan pada tempat-tempat hiburan yang menerapkan pembatasan usia 18 tahun ke atas dan pemutaran film di dalam ruangan (indoor) yang tidak diperbolehkan ditonton pada tingkat usia bagi anak-anak.

2. menyelenggarakan.....

2. menyelenggarakan Reklame komersial pada zona atau sub zona pemerintahan (gedung atau halaman milik Pemerintah/Pemerintah Daerah/Tentara Nasional Indonesia/Kepolisian Negara Republik Indonesia), pendidikan dan peribadatan.
3. menyelenggarakan Reklame pada kawasan tanpa Reklame yang telah ditetapkan Walikota.
4. menyelenggarakan Reklame makanan/minuman beralkohol kecuali pada tempat-tempat tertentu yang diizinkan menjual makanan/minuman beralkohol.
5. menyelenggarakan Reklame yang bertentangan dengan prinsip sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan estetika dan norma sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2).
6. menyelenggarakan Reklame di dalam dan/atau bahu jalan, di dalam dan/atau di atas bantaran kali atau sungai, kecuali yang berada dan/atau menempel pada Jembatan Penyeberangan Orang di luar sarana dan prasarana kota dan jembatan jalan layang atau *fly over* serta *underpass*.
7. menyelenggarakan Reklame dengan konstruksi dan/atau bidang Reklame menembus atap dan/atau dinding bangunan rumah/gedung.
8. menyelenggarakan Reklame pada areal dan/atau di bawah Saluran Udara Tegangan Tinggi/ Saluran Udara Tegangan Ekstra Tinggi/ Saluran Kabel Tegangan Tinggi dan/atau berada dalam jarak kurang dari 25 m (dua puluh lima meter) dari garis proyeksi Saluran Kabel Tegangan Tinggi dimaksud.
9. menyelenggarakan Reklame pada tempat tertentu yang dapat menghalangi alat pemantauan (*Closed Circuit Television* atau jenis lainnya) yang ditujukan untuk keamanan Negara.
10. mengalihkan atau memindahtangankan IPR pada pihak lain.
11. menyelenggarakan Reklame pada konstruksi menara telekomunikasi.

BAB IX

PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Bagian Kesatu Perizinan

Pasal 41

- (1) Setiap Penyelenggaraan Reklame di dalam dan di luar sarana dan prasarana kota wajib mendapat IPR dari Walikota atau Pejabat yang ditunjuk dalam hal ini Kepala DPMPTSP.
- (2) Setiap Penyelenggaraan Reklame di dalam bangunan (indoor) tetap wajib mendapat IPR.
- (3) dikecualikan dari keharusan memperoleh IPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1), yaitu Penyelenggaraan Reklame:
 - a. oleh Pemerintah/Pemerintah Kota yang hanya memuat nama atau informasi Pemerintah/Pemerintah Kota;

b. memuat.....

- b. memuat nama tempat ibadah, tempat pendidikan, sarana olah raga, panti asuhan, dan yayasan sosial dengan ketentuan ukuran luas media atau bidang Reklame tidak melebihi 4 m² (empat meter persegi);
- c. memuat nama dan/atau pekerjaan atau perusahaan yang menempati tanah/bangunan dimana Reklame tersebut diselenggarakan dengan ketentuan ukuran luas media atau bidang Reklame tidak melebihi 10 m² (sepuluh meter persegi);
- d. oleh Perwakilan Diplomatik, Konsulat, berdasarkan azas perlakuan timbal balik dan Perwakilan Perserikatan Bangsa-Bangsa serta badan-badan khususnya badan-badan organisasi inter-nasional, yang ditetapkan dengan Peraturan Menteri Keuangan.

Pasal 42

- (1) Jangka waktu IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat (1), paling lama 1 (satu) tahun sejak tanggal diterbitkannya IPR.
- (2) IPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sudah termasuk TLB-R dan IMB-R.

Bagian Kedua Pembatalan Izin

Pasal 43

- (1) IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat (1), dibatalkan apabila:
 - a. terdapat perubahan kebijakan Pemerintah/Pemerintah Daerah;
 - b. atas keinginan sendiri Penyelenggara Reklame;
 - c. terdapat perubahan desain; atau
 - d. secara nyata menghalangi pandangan (view) obyek lain di lingkungan pemanfaatan Titik Reklame dengan dibuktikan berita acara dari Perangkat Daerah Teknis.
- (2) Terhadap pembatalan IPR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, Penyelenggara Reklame harus memindahkan ke lokasi lain dari sisa waktu yang belum dimanfaatkan dan biaya pemindahan dibebankan pada Penyelenggara Reklame.
- (3) Dalam hal pemindahan Penyelenggaraan Reklame ke lokasi lain sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang berakibat terdapat harga sewa Reklame dan/atau Pajak Reklame kurang dibayar, maka Penyelenggara Reklame wajib membayar kekurangannya tersebut untuk sisa waktu yang belum dimanfaatkannya akibat pemindahan lokasi Penyelenggaraan Reklame.

(4) Dalam.....

- (4) Dalam hal pemindahan Penyelenggaraan Reklame ke lokasi lain sebagaimana dimaksud pada ayat (2), yang berakibat terdapat lebih bayar harga sewa Titik Reklame dan/atau Pajak Reklame; maka kelebihan pembayaran tersebut tidak dapat dimintakan kembali oleh Penyelenggara Reklame.

BAB X

PENGENDALIAN, PENGAWASAN DAN PENERTIBAN REKLAME

Bagian Kesatu Pengendalian

Pasal 44

- (1) Pengendalian Penyelenggaraan Reklame, meliputi:
- aspek kesesuaian dengan pola perletakan Reklame dan batasan teknis;
 - aspek kesesuaian konstruksi;
 - aspek perizinan Penyelenggaraan Reklame;
 - aspek Pajak Reklame; dan
 - aspek kelayakan konstruksi.
- (2) Pengendalian pada aspek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b dan huruf c, dikoordinasikan oleh Kepala DPMPTSP.
- (3) Pengendalian pada aspek sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d, dikoordinasikan oleh Kepala Badan Pengelolaan Pajak Daerah.
- (4) Pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan dari perencanaan, pemenuhan kewajiban pembayaran pungutan daerah, dan penerbitan perizinan Penyelenggaraan Reklame serta kondisi eksisting di lapangan Reklame terselenggara.
- (5) Pengendalian Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), didasarkan atas evaluasi secara periodik setiap bulan.
- (6) Pengendalian pada aspek huruf e dikoordinasikan oleh Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang.
- (7) Hasil pelaksanaan pengendalian sebagaimana dimaksud pada ayat (5), dilaporkan setiap tanggal 15 pada bulan berikutnya oleh masing-masing koordinator kepada Ketua Tim Penertiban Terpadu Penyelenggaraan Reklame.

Bagian.....

Bagian Kedua
Pengawasan

Pasal 45

- (1) Pengawasan dilakukan untuk menilai tingkat kepatuhan Penyelenggaraan Reklame terhadap kewajiban yang melekat dalam Penyelenggaraan Reklame, meliputi kepatuhan:
 - a. Penyelenggara Reklame dalam melaksanakan Peraturan Walikota ini;
 - b. pelaksanaan pelelangan dan kerja sama pemanfaatan Titik Reklame;
 - c. kewajiban pembayaran sewa Titik Reklame dan penerimaan lain-lain;
 - d. pembayaran retribusi IMB-R;
 - e. pembayaran Pajak Reklame;
 - f. izin Penyelenggaraan Reklame;
 - g. kondisi kelayakan konstruksi Reklame; atau
 - h. masa berlaku izin Reklame.
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dan huruf c, dikoordinasikan oleh Kepala BPKAD.
- (3) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf e, dikoordinasikan oleh Kepala Badan Pengelolaan Pajak Daerah.
- (4) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf d, huruf f dan huruf h, dikoordinasikan oleh Kepala DPMPSTP.
- (5) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf g, dikoordinasikan oleh Kepala Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang.

Bagian Ketiga
Penertiban

Pasal 46

- (1) Penertiban Reklame dilakukan terhadap Penyelenggaraan Reklame:
 - a. tanpa izin;
 - b. telah berakhir masa izin dan tidak diperpanjang;
 - c. tidak membayar sewa Titik Reklame dan pungutan penerimaan lain-lain yang sah;
 - d. tidak membayar Pajak Reklame;
 - e. terdapat perubahan dan tidak sesuai dengan izin yang telah diberikan;
 - f. perletakan, bentuk dan ukuran media atau bidang tidak sesuai TLB-R;
 - g. tidak sesuai IMB-R; dan
 - h. tidak terawat dengan baik.
- (2) Penertiban Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat berupa :
 - a. Penurunan Reklame tertayang; dan/atau
 - b. Pembongkaran.....

- b. Pembongkaran konstruksi Reklame beserta pondasinya.
- c. Pencabutan IPR; dan
- d. Pencabutan Keputusan Penetapan Perusahaan Jasa Periklanan/Biro Reklame Terdaftar.

Bagian Keempat
Tim Penertiban Terpadu

Pasal 47

- (1) Tim Penertiban Terpadu Penyelenggaraan Reklame ditetapkan dengan Keputusan Walikota.
- (2) Tim Penertiban Terpadu Penyelenggaraan Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1), mempunyai tugas dan wewenang, sebagai berikut:
 - a. pengendalian dan pengawasan Penyelenggaraan Reklame pada aspek perencanaan, pelaksanaan, kepatuhan kewajiban pembayaran sesuai ketentuan dan aspek perizinan Penyelenggaraan Reklame;
 - b. pengendalian dan pengawasan Penyelenggaraan Reklame terpasang;
 - c. mengevaluasi hasil laporan pengendalian dan pengawasan dari masing-masing koordinator;
 - d. melaksanakan penertiban Reklame;
 - e. mengusulkan penganggaran penertiban Reklame kepada Perangkat Daerah yang ditunjuk atau ditetapkan menganggarkan penertiban Reklame;
 - f. mengusulkan sanksi administrasi berupa pencabutan surat keputusan sebagai perusahaan jasa periklanan/biro Reklame terdaftar kepada Kepala Badan Pengelolaan Pajak Daerah;
 - g. mengusulkan kepada Walikota untuk perbaikan sistem dan mekanisme Penyelenggaraan Reklame;
 - h. membuat daftar data Reklame yang akan ditertibkan yang bersumber dari Perangkat Daerah terkait; dan
 - i. membuat laporan secara periodik kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah atas pelaksanaan tugas pengendalian, pengawasan dan penertiban Reklame.

Pasal 48

Pelaksanaan penertiban Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 dilaksanakan oleh Tim Penertiban Terpadu Penyelenggaraan Reklame berdasarkan laporan hasil pengendalian dan pengawasan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 dan Pasal 47.

Pasal 49

- (1) Penertiban Reklame dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. melakukan evaluasi laporan hasil pengendalian dan pengawasan dan calon Reklame yang akan ditertibkan, yang dibuat dalam daftar Reklame akan ditertibkan;
 - b. mengusulkan.....

- b. mengusulkan koordinator/Perangkat Daerah terkait untuk menerbitkan surat pemberitahuan atau surat peringatan penertiban/ pembongkaran Reklame sendiri dalam jangka waktu 3 X 24 jam sejak tanggal diterima oleh Penyelenggara Reklame;
 - c. penerbitan surat pemberitahuan atau surat peringatan sebagaimana dimaksud pada huruf b, diterbitkan dan disampaikan paling sedikit sebanyak 2 (dua) kali;
 - d. apabila setelah disampaikannya surat pemberitahuan atau surat peringatan sebagaimana tersebut pada huruf c, Penyelenggara Reklame tidak menertibkan/ membongkar sendiri Reklamennya, maka dilakukan penertiban dan pembongkaran;
 - e. hasil penertiban dan pembongkaran berupa konstruksi beserta rangka media atau bidang Reklame dan barang lainnya yang melekat dalam Penyelenggaraan Reklame tersebut menjadi aset Pemerintah Kota.
- (2) Tim Penertiban Terpadu Penyelenggaraan Reklame melaporkan hasil penertiban/pembongkaran kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah dalam jangka waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak penertiban Reklame.

BAB XI KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 50

- (1) Terhadap IPR dan Pajak Reklame yang telah diterbitkan sebelum berlakunya Peraturan Walikota ini, dinyatakan masih tetap berlaku sampai dengan berakhirnya masa IPR atau masa Pajak Reklame.
- (2) Terhadap IPR atau izin yang dipersamakan termasuk IMB-R dan/atau TLB-R dan Pajak Reklame yang telah diterbitkan sebelum berlakunya Peraturan Walikota ini, dinyatakan masih tetap berlaku sampai dengan berakhirnya masa IPR.
- (3) Untuk proses perizinan Reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan namun telah memiliki izin lama yang diterbitkan oleh DPMPSTSP diberikan masa transisi paling lama 1 (satu) tahun sejak ditetapkannya Peraturan Walikota ini.

BAB XII KETENTUAN PENUTUP

Pasal 51

Pada saat Peraturan Walikota ini mulai berlaku, Peraturan Walikota Palembang Nomor 50 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Media Reklame (Berita Daerah Kota Palembang Tahun 2015 Nomor 50) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 52.....

LAMPIRAN PERATURAN WALIKOTA PALEMBANG
NOMOR 13 TAHUN 2019
TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN
PENYELENGGARAAN REKLAME

KAWASAN PERSEBARAN PERLETAKAN TITIK REKLAME

I. Kawasan Penyelenggaraan Reklame:

a. Kawasan Kendali Ketat:

1. Jalan Jenderal Sudirman;
2. Jalan Akses Bandara;
3. Jalan Kapten A. Rivai;
4. Jalan Veteran (RK. Charitas s.d. Rajawali);
5. Jalan Gubernur H. A. Bastari (fly over s.d. Nyoman Ratu);
6. Jalan Ryacudu;
7. Jalan Kolonel Atmo (Cinde s.d. Letkol Iskandar);
8. Jalan Angkatan 45;
9. Jalan Simpang RK.Charitas, Simpang Kapten A. Rivai, Simpang Bandara, Simpang Tanjung Api-api, Simpang Bundaran Stadion Jakabaring, Simpang Angkatan 66 dan Simpang Underpass;
10. Jalan Demang Lebar Daun (Simpang Polda s.d. RS. Bunda);
11. Jalan Jalan POM IX;
12. Jalan Jalan Merdeka (Masjid Agung s.d. Kodim).

b. Kawasan Kendali Sedang:

Seluruh jalur jalan di luar Kawasan Tanpa Penyelenggaraan Reklame, Kawasan Khusus, Kelas Jalan Kendali Ketat dan Kelas Jalan Kendali Rendah.

c. Kawasan Kendali Rendah:

1. Jalan Soekarno - Hatta;
2. Jalan Alamsyah Ratu Prawiranegara;
3. Jalan Wachid Hasyim;
4. Jalan Yusuf Singadekane Sriwijaya Raya;
5. Jalan Radial;
6. Jalan Ki Merogan;
7. Jalan By pass Terminal;
8. Jalan ST. Mahmud Badaruddin II;

d. Kawasan Khusus:

1. Benteng Kuto Besak;
2. Jembatan Ampera;
3. Jembatan Musi II
4. Jembatan Musi IV;
5. Jembatan Musi VI;
6. Kolam Iwak Besak;
7. Taman Nusa Indah, Taman Kota dan Pulau Jalan;
8. Fly Over;
9. Jembatan Penyeberangan Orang (JPO);
10. Terminal/Station/Pelabuhan/Bandara;
11. Kawasan JSCC
12. Sempadan Sungai;
13. Kolam Retensi.


Pasal 52

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Palembang
pada tanggal 16 Januari 2019

WALIKOTA PALEMBANG,


HARNOJOYO

Diundangkan di Palembang
pada tanggal 16 Januari 2019

SEKRETARIS DAERAH KOTA PALEMBANG



HAROBIN MASTOFA

BERITA DAERAH KOTA PALEMBANG TAHUN 2019 NOMOR 13

II. Kawasan Tanpa Penyelenggaraan Reklame:

Median-median jalan, Kantor Pemerintah/Pemerintah Daerah, halaman sekolah milik Pemerintah/Pemerintah Daerah, tempat ibadah, Rumah Sakit, Pendestrian, Saluran Air dan Gawang (melintas jalan).

WALIKOTA PALEMBANG,



HARNOJOYO