SALINAN

WALI KOTA BANDUNG

PROVINSI JAWA BARAT
PERATURAN WALI KOTA BANDUNG
NOMOR 10 TAHUN 2026
TENTANG
PENATAAN DAN PERIZINAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALI KOTA BANDUNG,

Menimbang :

a. bahwa penyelenggaraan reklame di Kota Bandung memiliki peran strategis dalam mendukung kegiatan ekonomi, penyampaian informasi, serta pembentukan citra dan kualitas visual kota, sehingga perlu ditata secara tertib, aman, dan selaras dengan karakter kawasan serta kepentingan masyarakat;

b. bahwa untuk menjamin keselamatan publik, ketertiban umum, keindahan kota, serta perlindungan terhadap nilai budaya dan lingkungan perkotaan, diperlukan penataan kembali reklame yang terkendali, terukur, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika sosial;

c. bahwa dengan telah ditetapkannya Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Reklame, perlu adanya pengaturan tentang penataan dan perizinan reklame;

d. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b dan huruf c, perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Penataan dan Perizinan Reklame;

Mengingat :

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 134, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4247) sebagaimana telah beberapa kali diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);

2. Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 132, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4444) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 38 Tahun 2004 tentang Jalan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 12, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6760);
3. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 68, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4725) sebagaimana telah beberapa kali diubah dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 41 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
4. 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 beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 238, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6856);
5. Undang-Undang Nomor 104 Tahun 2024 tentang Kota Bandung di Provinsi Jawa Barat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 290, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 7041);
6. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 2021 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 26, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6628);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 31, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6633);
8. Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010 tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor);
9. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 4 Tahun 2021 tentang Kawasan Tanpa Rokok (Lembaran Daerah Kota Bandung Tahun 2021 Nomor 4, Tambahan Lembaran Daerah Kota Bandung Nomor 4);
10. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2022 tentang Rencana tata Ruang Wilayah Kota Bandung Tahun 2022-2042 (Lembaran Daerah Kota Bandung Tahun 2022 Nomor 5 Tambahan Lembaran Daerah Kota Bandung Nomor 5);

11. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 6 Tahun 2023 tentang Bangunan Gedung (Lembaran Daerah Kota Bandung Tahun 2023 Nomor 6, Tambahan Lembaran Daerah Kota Bandung Nomor 6);
12. Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 5 Tahun 2025 Tentang Penyelenggaraan Reklame (Lembaran Daerah Kota Bandung Tahun 2025 Nomor 5, Tambahan Lembaran Daerah Kota Bandung Nomor 5);
13. Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 29 Tahun 2024 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota Bandung Tahun 2024-2044 (Berita Daerah Kota Bandung Tahun 2024 Nomor 29);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALI KOTA TENTANG PENATAAN DAN PERIZINAN REKLAME.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Bagian Kesatu
Pengertian

Pasal 1

Dalam Peraturan Wali Kota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah Kota yang selanjutnya disebut Daerah adalah Daerah Kota Bandung.
2. Pemerintah Daerah adalah Wali Kota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
3. Wali Kota adalah Wali Kota Bandung
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Wali Kota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
5. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk, corak, ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau menarik perhatian umum terhadap sesuatu.
6. Reklame Permanen adalah Reklame yang bersifat tetap yang memiliki konstruksi bangunan yang berdiri sendiri pada lahan/aset atau menempel pada bangunan yang memenuhi kelayakan konstruksi Reklame atau diletakkan atau dipasang pada kendaraan yang dapat bertahan untuk jangka waktu 1 (satu) tahun atau lebih.
7. Reklame Insidental adalah Reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan konstruksi kayu atau material tidak permanen, bersifat sementara, dan memiliki jangka waktu penayangan paling lama 30 (tiga puluh) hari.
8. Penyelenggaraan Reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan meliputi perencanaan jenis, bentuk, pemanfaatan perizinan dan penyelenggaraan pengendalian pengawasan dan penertiban Reklame dalam mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi.
9. Penyelenggara Reklame adalah orang atau Badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan/atas namanya sendiri dan/atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

10. Izin adalah persetujuan Pemerintah Pusat atau Pemerintah Daerah untuk pelaksanaan kegiatan usaha yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha sebelum melaksanakan kegiatan usahanya.
11. Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, badan usaha milik negara, atau badan usaha milik daerah dengan nama dan bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi masa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.
12. Kawasan Tanpa Rokok yang selanjutnya disingkat KTR adalah ruangan atau area yang dinyatakan dilarang untuk kegiatan merokok atau kegiatan memproduksi, menjual, mengiklankan dan/atau mempromosikan produk tembakau.
13. Titik Reklame adalah tempat di mana bidang reklame didirikan dan/atau ditempatkan.
14. Peletakan Reklame adalah tempat tertentu di mana titik reklame ditempatkan baik di dalam maupun di luar ruangan.
15. Pola Penyebaran Peletakan Reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk Peletakan Reklame
16. Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah, yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
17. Di Luar Sarana dan Prasarana Kota adalah bagian dari ruang kota yang status kepemilikannya perseorangan atau Badan yang pemanfaatannya sesuai dengan ketentuan pemanfaatan ruang yang ditetapkan dalam rencana kota.
18. Di atas Bangunan adalah titik Reklame yang ditempatkan di atas bangunan/gedung.
19. Menempel pada Bangunan Gedung/Prasarana dan Sarana Bangunan Gedung adalah titik Reklame yang menempel/menyatu pada bangunan, baik mempergunakan konstruksi maupun tidak.
20. Bangunan Gedung adalah wujud fisik hasil pekerjaan konstruksi yang menyatu dengan tempat kedudukannya, sebagian atau seluruhnya berada di atas dan/atau di dalam tanah dan/atau air, yang berfungsi sebagai tempat manusia melakukan kegiatannya, baik hunian atau tempat tinggal, kegiatan keagamaan, kegiatan usaha, kegiatan sosial, budaya maupun kegiatan khusus.
21. Prasarana dan Sarana Bangunan Gedung adalah fasilitas kelengkapan di dalam dan di luar Bangunan Gedung yang mendukung pemenuhan terselenggaranya fungsi Bangunan Gedung.
22. Bangunan Gedung Cagar Budaya yang selanjutnya disingkat BGCB adalah Bangunan Gedung yang sudah ditetapkan statusnya sebagai bangunan cagar budaya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan tentang cagar budaya.
23. Persetujuan Bangunan Gedung yang selanjutnya disingkat PBG adalah perizinan yang diberikan kepada pemilik Bangunan Gedung untuk membangun baru, mengubah, memperluas, mengurangi, dan/atau merawat Bangunan Gedung sesuai dengan standar teknis Bangunan Gedung.

24. Halaman adalah bagian ruang terbuka yang terdapat dalam persil.
25. Persil adalah sebidang tanah dengan ukuran tertentu yang dapat difungsikan untuk perkebunan atau perumahan.
26. Reklame Tidak Berjalan adalah adalah reklame yang diselenggarakan pada lokasi tetap dan tidak mengalami perpindahan tempat selama masa penayangannya, baik yang dipasang pada tanah, bangunan gedung, maupun prasarana lainnya.
27. Reklame Berjalan adalah jenis Reklame yang ditempatkan atau ditempelkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan mempergunakan kendaraan bermotor, kereta api, atau transportasi darat lainnya.
28. Kelompok Kerja adalah tim yang beranggotakan Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Daerah yang bertugas memberikan pertimbangan kepada Wali Kota atas permohonan izin Penyelenggaraan Reklame.
29. Sumbangan Pihak Ketiga adalah pemberian kepada Pemerintah Daerah secara sukarela, tidak mengikat dan yang perolehannya oleh pihak ketiga tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
30. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat, untuk berperan serta dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna menciptakan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.
31. Panggung Reklame adalah sarana atau tempat pemasangan satu atau beberapa bidang reklame yang diatur dengan baik dalam suatu komposisi yang estetis, baik dari segi kepentingan penyelenggara, masyarakat yang melihat maupun keserasiannya dengan pemanfaatan ruang kota beserta lingkungan sekitarnya.
32. Ruang Manfaat Jalan adalah suatu ruang yang dimanfaatkan untuk konstruksi jalan dan terdiri atas badan jalan, saluran tepi jalan, serta ambang pengamannya.
33. Ruang Milik Jalan adalah sejalur tanah tertentu di luar ruang manfaat jalan yang masih menjadi bagian dari ruang milik jalan yang dibatasi oleh tanda batas ruang milik jalan yang dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan keluasan keamanan penggunaan jalan antara lain untuk keperluan pelebaran ruang manfaat jalan pada masa yang akan datang.
34. Ruang Pengawasan Jalan adalah ruang tertentu yang terletak di luar ruang milik jalan yang penggunaannya diawasi oleh penyelenggara jalan agar tidak mengganggu pandangan pengemudi, konstruksi bangunan jalan apabila ruang milik jalan tidak cukup luas, dan tidak mengganggu fungsi jalan.
35. Izin Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat menjadi IPR adalah izin yang diberikan oleh Pemerintah Daerah kepada pihak tertentu untuk menyelenggarakan kegiatan penayangan reklame dalam bentuk dan media tertentu, pada lokasi dan dalam jangka waktu tertentu, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
36. Jembatan Penyeberangan Orang yang selanjutnya disingkat JPO adalah bangunan jembatan yang diperuntukkan bagi pejalan kaki, menghubungkan satu sisi jalan ke sisi lainnya.

37. Konstruksi Bangunan Reklame adalah bangunan reklame yang didirikan dengan menggunakan elemen struktural berupa tiang, rangka, pondasi, atau bagian lain yang berfungsi sebagai penopang utama, baik berdiri sendiri di atas tanah, di atas bangunan gedung, maupun menempel pada bangunan gedung.

Bagian Kedua
Maksud dan Tujuan

Pasal 2

(1) Peraturan Wali Kota ini dimaksudkan sebagai pedoman atau panduan untuk penyelenggaraan Reklame yang tertata, mengutamakan keindahan, kenyamanan, keamanan, keselamatan, mendorong perekonomian, dan memajukan kesejahteraan masyarakat serta menampung kearifan lokal.
(2) Peraturan Wali Kota ini bertujuan:
    a. mewujudkan tata ruang kota yang tertib dan berkelanjutan; dan
    b. menjamin adanya kepastian hukum dalam penyelenggaraan reklame.

BAB II
BENTUK DAN JENIS REKLAME

Pasal 3

(1) Bentuk Reklame meliputi:
    a. Reklame Permanen; dan
    b. Reklame Insidental.
(2) Reklame Permanen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, terdiri atas:
    a. Reklame Tidak Berjalan, yaitu:
        1) Reklame papan, yaitu *billboard/ videotron/ megatron/minitron*,
        2) Reklame *neon box*;
        3) Reklame *pylon/totem*;
        4) Reklame huruf timbul;
        5) Reklame *graffiti*/mural; dan
        6) bentuk lainnya yang memenuhi unsur sebagai Reklame Tidak Berjalan.
    b. Reklame Berjalan, yaitu:
        1) Videotron mobile;
        2) Digital *banner* bergerak dengan sistem *slide* otomatis pada kendaraan;
        3) Stiker penuh atau sebagain pada kendaraan;
        4) Reklame *graffiti*/mural pada kendaraan; dan
        5) Bentuk lainnya yang memenuhi unsur sebagai Reklame Berjalan.
(3) Reklame Insidental sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, dapat berupa:
    a. Reklame kain;
    b. Reklame melekat/stiker;
    c. Reklame selebaran;
    d. Reklame udara;
    e. Reklame apung;

f. Reklame *film/slide*;
g. Reklame peragaan;
h. Reklame *drone*;
i. Reklame *hologram*;
j. Reklame *mapping projector*; dan
k. bentuk lainnya yang memenuhi unsur sebagai Reklame Insidental.

BAB III
PERENCANAAN REKLAME PERMANEN

Bagian Kesatu
Perencanaan Reklame Tidak Berjalan

Paragraf 1
Perencanaan Peletakan Reklame

Pasal 4

Setiap Perencanaan Peletakan Reklame Tidak Berjalan, harus:
a. mematuhi etika dan norma keagamaan, kesopanan, kesusilaan;
b. memperhatikan estetika dan keindahan bangunan Reklame; dan
c. memperhatikan keserasian bangunan Reklame dengan bangunan dan lingkungan.

Paragraf 2
Pola Penyebaran Peletakan Reklame

Pasal 5

(1) Kawasan peletakan Konstruksi Bangunan Reklame meliputi:
   a. kawasan khusus;
   b. kawasan selektif; dan
   c. kawasan umum.
(2) Lingkup pengaturan kawasan peletakan Konstruksi Bangunan Reklame meliputi:
   a. peletakan titik Reklame Permanen di ruang luar yang bukan merupakan Reklame Berjalan; dan
   b. batasan/kriteria teknis bangunan/konstruksi reklame permanen.
(3) Peta kawasan penyelenggaraan reklame pada kawasan khusus sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari peraturan Wali Kota ini.
(4) Panduan teknis yang meliputi ukuran, jarak, konstruksi dan pencahayaan reklame tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
(5) Evaluasi pola penyebaran dan peletakan titik Reklame dilaksanakan paling lambat setiap 3 (tiga) tahun sekali, dengan mempertimbangkan aspek estetika kota, ketertiban umum, keamanan dan rencana detail tata ruang kota.

Pasal 6

(1) Penyelenggaraan Reklame pada Kawasan Khusus sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf a, memenuhi ketentuan:
   a. tidak diperbolehkan diselenggarakan reklame selain nama pengenal usaha atau profesi dan identitas atau logo yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;
   b. peletakan konstruksi reklame nama pengenal usaha atau profesi diizinkan untuk konstruksi bangunan reklame yang pondasinya berdiri sendiri di halaman, menempel dan atau menggantung pada bangunan gedung; dan/atau
   c. tidak diperkenankan reklame di dalam sarana dan prasarana kota.

(2) Panduan teknis Reklame pada Kawasan khusus tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari peraturan Wali kota ini.

Pasal 7

(1) Penyelenggaraan Reklame pada Kawasan Selektif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf b, terdiri dari:
   a. KTR; dan
   b. Kawasan Selektif lainnya yang ditetapkan dengan keputusan Wali Kota.

(2) Pembatasan penyelenggaraan Reklame pada KTR sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dimaksudkan untuk mendukung terwujudnya kota yang layak, menurunkan prevalensi perokok usia muda, dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat kota melalui pembatasan iklan produk tembakau dan sejenisnya di ruang publik.

Pasal 8

(1) Setiap orang dilarang memasang, menayangkan, menempatkan, atau menyebarkan reklame yang memuat informasi, logo, merek dagang, gambar, warna atau bentuk lainnya yang mengandung promosi produk tembakau pada KTR.

(2) Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi Reklame pada media konstruksi bangunan reklame permanen pada area sesuai ketentuan batasan KTR, media cetak, dan bentuk media lainnya yang digunakan untuk tujuan promosi.

(3) Materi Reklame yang dilarang pada KTR termasuk yang menampilkan:
   a. logo, nama merek, jingle, slogan dan/atau citra produk tembakau;
   b. warna atau desain khas yang dapat diasosiasikan dengan produk tembakau tertentu;
   c. gambar orang yang sedang merokok atau mendorong gaya hidup merokok; dan
   d. pesan terselubung yang mengarah pada promosi produk tembakau.

(4) Peletakan Reklame produk tembakau sebagaimana disebutkan pada ayat (1) diperbolehkan diselenggarakan pada bangunan bukan KTR dengan ketentuan:
   a. jenis Reklame yang diperbolehkan berupa reklame papan/*billboard*/*videotron*;
   b. bukan merupakan bangunan fasilitas pendidikan, fasilitas pelayanan kesehatan, tempat ibadah, maupun tempat bermain anak;
   c. dipasang pada media reklame yang menghadap ke luar bangunan;
   d. luas permukaan reklame maksimal 4 m x 8 m (empat meter kali delapan meter); dan
   e. pemasangan Reklame produk tembakau pada media reklame elektronik hanya diperbolehkan ditayangkan pada pukul 22.00 sampai dengan pukul 05.00 WIB.

(5) Peletakan Reklame produk tembakau sebagaimana disebutkan pada ayat (1) diperbolehkan dipasang di halaman dengan ketentuan:
   a. jenis Reklame yang diperbolehkan berupa reklame papan/*billboard*/*videotron*;
   b. Reklame hanya boleh dipasang di halaman bangunan yang bukan merupakan fasilitas pendidikan, fasilitas pelayanan kesehatan, tempat ibadah, maupun tempat bermain anak;
   c. luas permukaan reklame tidak melebihi 4 m x 8 m (empat meter kali delapan meter);
   d. pemasangan reklame produk tembakau pada media reklame elektronik hanya diperbolehkan ditayangkan pada pukul 22.00 sampai dengan pukul 05.00 WIB; dan
   e. pemasangan reklame rokok tidak diperbolehkan melintang jalan.

(6) Peletakan reklame produk tembakau tidak menggunakan media yang menempel pada barang milik pemerintah daerah.

(7) Ketentuan mengenai materi Reklame produk tembakau pada peletakan Reklame sebagaimana disebutkan pada ayat (4) dan ayat (5) dan sejenisnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Pasal 9

(1) Reklame pada Kawasan Umum sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) huruf c diselenggarakan dengan memenuhi ketentuan:
   a. peletakan konstruksi reklame diizinkan untuk konstruksi bangunan reklame yang pondasinya berdiri sendiri di halaman, menempel dan/atau menggantung pada bangunan gedung; dan
   b. peletakan Reklame diizinkan pada sarana-prasarana kota sesuai panduan teknis.

(2) Panduan penyelenggaraan Reklame pada Kawasan Umum sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Paragraf 3
Perancangan Desain Reklame

Pasal 10

Perancangan desain Konstruksi Bangunan Reklame paling sedikit terdiri dari:
a. rencana titik konstruksi bangunan Reklame;
b. desain bentuk bangunan reklame;
c. rencana struktur bangunan reklame; dan
d. rencana elektrikal bangunan reklame.

Paragraf 4
Panduan Teknis Peletakan Titik Reklame Permanen

Pasal 11

(1) Peletakan titik Reklame meliputi peletakan reklame:
    a. di dalam sarana dan prasarana kota; dan
    b. di luar sarana dan prasarana kota.
(2) Peletakan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus berpedoman pada panduan teknis.

Pasal 12

(1) Peletakan titik Reklame di dalam sarana dan prasarana kota ditempatkan pada:
    a. tempat pemberhentian angkutan umum dan tempat parkir sepeda;
    b. jembatan penyeberangan orang yang sudah diserahkan pada Pemerintah Daerah;
    c. terminal penumpang angkutan jalan;
    d. terminal parkir elektronik;
    e. pada tiang konstruksi angkutan masal;
    f. fasilitas layanan angkutan lainnya sesuai dengan kebutuhan;
    g. gelanggang/gedung olahraga;
    h. pasar;
    i. taman;
    j. perabot jalan;
    k. taman pemakaman umum;
    l. pos gatur Kepolisian; dan/atau
    m. ambang pengaman jalan.
(2) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a, huruf d dan huruf f berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
    a. jenis reklame yang diperbolehkan berupa reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/*billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam/*neon box*, stiker, atau bentuk lainnya;
    b. tidak mengganggu fungsi utama sarana dan prasarana kota;
    c. tidak menutupi, menghalangi informasi penting yang terdapat pada sarana dan prasarana kota;
    d. proporsi reklame tidak mendominasi tampilan sarana dan prasarana; dan
    e. diletakan pada area yang diperuntukan untuk Reklame.

(3) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf b berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. jenis reklame permanen yang diperbolehkan adalah reklame reklame papan/*billboard*/*videotron*/*neon box* dengan metode pencahayaan dari dalam;
   b. tidak mengganggu fungsi utama JPO sebagai fasilitas penyeberangan bagi pejalan kaki;
   c. Konstruksi reklame tidak boleh mengganggu atau merusak struktur JPO, serta harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan terkait konstruksi dan keselamatan bangunan;
   d. tingkat pencahayaan pada reklame tidak boleh mengganggu pandangan pengguna jalan atau pengendara, serta harus sesuai dengan ketentuan teknis yang diatur dalam peraturan perundang-undangan; dan
   e. lokasi pemasangan reklame pada JPO ditetapkan berdasarkan hasil kajian kebutuhan oleh Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan perhubungan.

(4) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf e berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. jenis reklame permanen yang diperbolehkan berupa reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/*billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam, reklame melekat/stiker, *graffiti*/mural;
   b. konstruksi reklame tidak menempel pada tiang konstruksi angkutan massal sehingga tidak mengganggu keandalan struktur; dan
   c. harus mendapat persetujuan dari instansi yang berwenang terhadap konstruksi tersebut.

(5) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf c, huruf g, huruf h, dan huruf k berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. jenis reklame yang diperbolehkan berupa reklame elektronik/digital dan/atau reklame papan/*billboard* dengan metode pencahayaan dari dalam dan huruf timbul;
   b. tidak mengganggu fungsi utama sarana dan prasarana kota;
   c. tidak mengganggu sirkulasi dan aksesibilitas pengguna fasilitas publik;
   d. tidak merusak elemen vegetasi, termasuk rumput, pohon, atau taman; dan
   e. reklame sesuai dengan masterplan atau konsep kawasan (Taman/GOR).

(6) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf i berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. jenis yang diperbolehkan berupa reklame elektronik/digital yang menempel pada perabot atau elemen taman, dengan proporsi ukuran yang tidak mengganggu visual taman;

b. tidak mengganggu fungsi utama sarana dan prasarana taman;
c. tidak mengganggu sirkulasi dan aksesibilitas pengguna fasilitas taman;
d. menggunakan bahan yang tahan cuaca dan aman bagi pengguna taman;
e. tidak merusak elemen vegetasi, termasuk rumput, pohon, atau taman;
f. peletakan Reklame di taman harus memperhatikan jarak antar reklame dan tidak menumpuk;
g. desain Reklame harus diajukan dari penyelenggara reklame dan mendapat persetujuan dari Kelompok Kerja Reklame; dan
h. Reklame insidental dilarang diikat atau dipasang pada seluruh elemen taman seperti vegetasi, tiang, pagar, rambu, lampu taman, dan/atau elemen pendukung taman lainnya.

(7) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf j berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
a. perabot jalan sebagaimana dimaksud merupakan elemen pendukung ruang jalan yang dapat berupa tiang penerangan jalan umum, tiang penerangan jalan lingkungan, tiang penerangan jalan gang, kursi taman, papan nama jalan, pembatas jalan, tiang penanda halte, papan informasi wisata, dan/atau alat perlengkapan jalan lainnya sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
b. menggunakan bahan yang aman bagi pengguna perabot jalan dan tahan cuaca;
c. pemilihan warna tidak menimbulkan gangguan visual terhadap pengguna jalan dan lingkungan sekitarnya;
d. apabila menggunakan sistem pencahayaan tidak menyebabkan silau; dan
e. menggunakan konstruksi pemasangan yang kuat, stabil, dan mudah dilepas untuk keperluan perawatan perabot jalan.

(8) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf l berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
a. reklame ditempel pada dinding dan/atau diletakan di atas bangunan pos pengatur lalu lintas;
b. pemilihan warna reklame tidak menimbulkan gangguan visual terhadap lingkungan sekitar;
c. penempatan reklame tidak menghalangi atau mengganggu pandangan petugas maupun pengemudi, dengan mempertimbangkan aspek keselamatan lalu lintas;
d. apabila menggunakan sistem pencahayaan tidak menyebabkan silau; dan
e. konstruksi reklame harus menjadi satu kesatuan atau merupakan bagian yang terintegrasi dengan konstruksi bangunan Pos Gatur.

(9) Peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf m berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. area ambang pengaman jalan yang diperuntukan bagi peletakan reklame berada pada jalur penempatan yang sama dengan elemen pendukung ruang jalan seperti sarana informasi, tiang vertikal pembatas area pejalan kaki (*bollard)*, penerangan jalan umum dan/atau elemen penunjang lainnya;
   b. dalam penentuan Ambang Pengaman Jalan, lebar jalur efektif pejalan kaki yang tersisa paling sedikit 120 (seratus dua puluh) sentimeter;
   c. dalam pemanfaatan Ambang Pengaman Jalan sebagaimana dimaksud pada huruf a, elemen pendukung harus ditempatkan pada satu sisi yang sama;
   d. pemanfaatan Ambang Pengaman Jalan untuk penempatan elemen pendukung tidak boleh mengganggu keberadaan taman dan/atau tanaman;
   e. penempatan media informasi pada Ambang Pengaman Jalan tidak dapat melebihi batas trotoar;
   f. Reklame dilarang ditempatkan pada ubin pemandu jalur disabilitas dan/atau di atas saluran air; dan
   g. penempatan media informasi pada Ambang Pengaman Jalan mengikuti panduan teknis sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

(10) Dalam hal terdapat perjanjian kerja sama pengelolaan sarana dan prasarana yang memuat ketentuan mengenai penyelenggaraan reklame, maka penyelenggaraan reklame dilaksanakan sesuai dengan perjanjian kerja sama dimaksud.

(11) Panduan teknis mengenai bentuk, ukuran dan peletakan reklame di dalam sarana dan prasarana kota mengikuti konsep desain pada *masterplan/siteplan* kawasan dan/atau dokumen *detail engineering design* sarana dan prasarana kota dimaksud.

Pasal 13

(1) Peletakan titik konstruksi bangunan Reklame di luar sarana dan prasarana kota dan/atau di lahan atau aset milik perseorangan dan/atau Badan ditempatkan:
   a. di halaman;
   b. menempel pada bangunan; dan/atau
   c. di atas bangunan.

(2) Peletakan titik bangunan/konstruksi reklame permanen sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. pemasangan reklame tidak menutup ventilasi, jendela darurat dan/atau akses evakuasi kedaruratan;
   b. reklame tidak mengganggu sistem utilitas bangunan; dan
   c. tidak merusak vegetasi pelindung atau mengganggu elemen estetika kota;

Pasal 14

(1) Peletakan reklame berjalan berpedoman pada panduan teknis sebagai berikut:
   a. jenis reklame yang diperbolehkan adalah reklame jenis papan/*billboard*/*videotron*, reklame melekat/stiker dan grafiti/mural;
   b. mempertimbangkan desain dan konstruksi kendaraan agar tidak mengganggu fungsi kendaraan dan keselamatan;
   c. reklame tidak boleh mengganggu pandangan pengemudi maupun pengguna jalan lain; dan
   d. reklame tidak boleh menghalangi lampu, kaca spion, plat nomor, rambu, atau perlengkapan wajib kendaraan lainnya.
(2) Perancangan desain Reklame berjalan memperhatikan kaidah-kaidah laik jalan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
(3) Apabila mengubah persyaratan konstruksi dan material wajib melampirkan hasil uji tipe ulang kendaraan.

Pasal 15

Penyelenggaraan reklame di dalam bangunan gedung pusat perbelanjaan dan gedung non pemerintah mengikuti ketentuan:
a. Reklame dipasang pada area yang tidak mengganggu sirkulasi pengunjung;
b. tidak menutupi fasilitas keselamatan dan keamanan bangunan gedung; dan
c. desain yang selaras dengan fungsi dan estetika bangunan.

Paragraf 5
Pemasangan Reklame

Pasal 16

(1) Pemasangan Reklame dikategorikan berdasarkan:
   a. teknis konstruksi; dan
   b. klasifikasi jalan.
(2) Pemasangan reklame berdasarkan teknis konstruksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a terdiri atas:
   a. reklame konstruksi berat; dan
   b. reklame konstruksi ringan.
(3) Reklame konstruksi berat sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a merupakan bangunan reklame yang memiliki kriteria:
   a. menggunakan elemen struktural permanen berupa tiang, rangka, pondasi, atau bagian lain yang berfungsi sebagai penopang utama;
   b. material konstruksi dapat berupa beton, besi dan/atau baja;
   c. memiliki luas bidang reklame diatas 4 m^2 (empat meter persegi);
   d. apabila berdiri sendiri di halaman memiliki ketinggian diatas 3 m (tiga meter); dan/atau
   e. merupakan reklame *videotron*/*megatron*/*minitron*.

(4) Reklame konstruksi ringan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b merupakan bangunan reklame yang memiliki kriteria:
   a. menggunakan elemen struktural permanen berupa tiang, rangka, pondasi, atau bagian lain yang berfungsi sebagai penopang utama;
   b. material ringan dapat berupa kayu dan/atau besi ringan;
   c. memiliki luas bidang reklame paling besar 4 m^2 (empat meter persegi);
   d. apabila berdiri sendiri di halaman memiliki ketinggian paling atas 3 m (tiga meter); dan/atau
   e. bukan merupakan reklame *videotron/megatron/minitron*.

(5) Pemasangan reklame berdasarkan klasifikasi jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b dikelompokkan berdasarkan jalan:
   a. nasional;
   b. provinsi;
   c. kota, dan
   d. lingkungan.

(6) Setiap pemasangan reklame di dalam sarana prasarana kota pada ruang jalan milik pemerintah wajib didahului dengan pengajuan izin kepada instansi berwenang dengan melampirkan dokumen teknis berupa desain reklame, denah lokasi, spesifikasi konstruksi, surat persetujuan pemilik lahan, dan pernyataan kesanggupan pemeliharaan.

Pasal 17

(1) Nilai Strategis Titik Reklame digunakan sebagai dasar perhitungan nilai sewa dan kelayakan penempatan Reklame pada sarana dan prasarana kota.

(2) Nilai Strategis Titik Reklame ditentukan berdasarkan hasil analisis teknis dan visual dengan mempertimbangkan:
   a. sudut penglihatan, yaitu besaran bidang pandang optimal terhadap Reklame yang ditentukan berdasarkan arah lalu lintas kendaraan dan pejalan kaki pada jalan yang bersangkutan;
   b. fungsi jalan, yaitu klasifikasi jalan berdasarkan sistem jaringan jalan dan status jalan; dan
   c. fungsi ruang, yaitu peruntukan dan pemanfaatan ruang berdasarkan Rencana Tata Ruang.

(3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penghitungan nilai strategis titik reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) ditetapkan oleh:
   a. Kepala Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang perhubungan untuk reklame yang ditempatkan pada sarana dan prasarana perhubungan;
   b. Kepala Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang perumahan dan permukiman untuk untuk reklame yang ditempatkan pada sarana dan prasarana pertamanan;

c. Kepala Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang sumber daya air dan bina marga untuk untuk reklame yang ditempatkan pada sarana dan prasarana pertamanan;
d. KepalaPerangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang cipta karya, bina konstruksi dan tata ruang untuk reklame yang ditempatkan pada sarana dan prasarana pertamanan pemakaman umum;
e. Kepala Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang pemuda dan olahraga untuk reklame yang ditempatkan pada sarana dan prasarana gelanggang olah raga; dan
f. Direktur Perusahaan Daerah yang mengelola pasar untuk reklame yang ditempatkan pada sarana dan prasarana pasar;

(4) Ketetapan oleh Kepala Perangkat daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan atas nama Wali Kota.

Pasal 18

(1) Penyelenggara reklame wajib melakukan pemeliharaan secara berkala terhadap konstruksi, bahan, dan tampilan reklame guna menjamin keamanan, keselamatan, serta estetika kota.
(2) Pemeliharaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
a. pemeriksaan rutin kondisi struktur penyangga dan sambungan;
b. perbaikan atau penggantian bagian reklame yang rusak, pudar, atau usang;
c. pembersihan permukaan reklame dari kotoran, jamur, atau vandalisme; dan/atau
d. pemeriksaan sistem kelistrikan, bila menggunakan penerangan.
(3) Pemeliharaan reklame harus dilaksanakan paling sedikit satu kali dalam tiga bulan atau sewaktu-waktu apabila terjadi kerusakan yang dapat membahayakan masyarakat; dan
(4) Pemeliharaan reklame berpedoman pada daftar simak yang diterbitkan oleh Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang cipta karya, bina konstruksi dan tata ruang.

Bagian Kedua
Perencanaan Reklame Berjalan

Pasal 19

(1) Perencanaan Reklame berjalan paling sedikit meliputi:
a. konsep desain reklame berjalan;
b. ukuran dan penempatan reklame pada kendaraan;
c. jenis media dan bahan yang digunakan;
d. sistem pencahayaan apabila ada; dan
e. rekomendasi laik jalan.
(2) Perencanaan Reklame berjalan memperhatikan kaidah-kaidah laik jalan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

BAB IV
PERENCANAAN REKLAME INSIDENTAL

Pasal 20

Peletakan Reklame Insidental mengikuti ketentuan:

a. untuk Reklame jenis kain diatur sebagai berikut:
   1. Jenis reklame kain diantaranya dapat berupa spanduk, umbul-umbul, bendera, backdrop kain dan bahan kain lainnya.
   2. apabila reklame jenis kain dipasang pada ruang milik jalan, mengikuti ketentuan sebagai berikut:
      a) dilarang diikat pada tiang listrik, tiang telepon, tiang bendera, pagar taman, rambu lalu lintas, lampu pengatur lalu lintas dan pohon;
      b) dipasang pada ambang pengaman jalan;
      c) dilarang dipasang melintang jalan; dan
      d) ukuran maksimal 12 m^2 (dua belas meter persegi).
   3. apabila reklame jenis kain dan sejenisnya dipasang pada bangunan mengikuti ketentuan sebagai berikut:
      a) pemasangan reklame tidak menutup ventilasi, jendela darurat dan/atau akses evakuasi kedaruratan;
      b) harus memperhatikan keamanan struktur bangunan dan lingkungan sekitar; dan
      c) dalam hal diperlukan untuk mendukung estetika lingkungan maka ukuran reklame dapat disesuaikan dengan situasi di lapangan.
b. untuk reklame melekat/stiker diatur sebagai berikut:
   1. ukuran reklame stiker harus disesuaikan dengan skala permukaan media tempel agar tidak menutupi elemen penting;
   2. bahan yang digunakan harus tahan cuaca dan tidak mudah terkelupas yang dapat mencemari lingkungan;
   3. dilarang menempatkan reklame stiker pada:
      a) tiang lampu jalan, rambu lalu lintas, dan marka jalan;
      b) pohon pelindung dan tanaman kota;
      c) dinding bangunan kantor pemerintah;
      d) permukaan jalan, trotoar, dan median jalan;
      e) bangunan cagar budaya atau bangunan dengan nilai sejarah; dan
      f) fasilitas penunjang keselamatan seperti hidran penerangan jalan umum, dan alat pemadam kebakaran.
c. untuk reklame selebaran diatur sebagai berikut:
   1. harus dilakukan dengan cara diberikan langsung kepada khalayak umum yang dituju;
   2. dilarang disebar di jalan sehingga mengganggu ketertiban lalu lintas dan keselamatan umum;

3. dilarang dikaitkan pada tiang listrik, telepon, tiang bendera, pagar dan pohon;
4. dilarang ditempel di tempat umum antara lain pagar, tembok atau pintu toko tanpa seizin pemiliknya dan fasilitas umum lainnya;
5. dilarang disebar dengan cara dilempar atau ditinggalkan di fasilitas umum seperti kendaraan, trotoar, taman, saluran air, atau sarana publik lainnya; dan
6. seluruh sisa selebaran yang tidak terdistribusi wajib dibersihkan oleh penyelenggara.

d. untuk reklame udara diatur sebagai berikut:
1. jenis reklame berupa balon udara dan sejenisnya;
2. wajib mempertimbangkan aspek keselamatan penerbangan, keamanan lingkungan, ketertiban umum;
3. tidak boleh mengganggu ruang pandang lalu lintas udara dan darat;
4. wajib untuk mempertahankan balon udara tetap diatas dengan aman; dan
5. Penyelenggara reklame bertanggung jawab secara penuh terhadap resiko pemasangan iklan.

e. untuk reklame apung diatur sebagai berikut:
1. mempertimbangkan aspek kebersihan dan ekosistem perairan, keindahan lanskap;
2. tidak mengganggu fungsi badan air;
3. wajib menggunakan bahan yang tahan air:
4. tidak mencemari lingkungan; dan
5. mudah dibongkar-pasang dalam keadaan darurat atau ketika masa izin berakhir.

f. untuk reklame *film/slide* diatur sebagai berikut:
1. mempertimbangkan aspek keselamatan, ketertiban, dan tidak mengganggu konsentrasi pengguna jalan;
2. tidak menggunakan cahaya menyilaukan atau dilengkapi dengan sistem pengendalian otomatis untuk menyesuaikan tingkat kecerahan (*brightness*) dengan waktu siang dan malam;
3. tidak memuat materi yang bersifat provokatif, diskriminatif, atau bertentangan dengan norma kesusilaan dan peraturan perundang-undangan; dan
4. dapat diputar secara terus-menerus tanpa jeda atau pengaturan interval penayangan yang memadai.

g. untuk reklame peragaan diatur sebagai berikut:
1. tidak mengganggu ketertiban umum, arus lalu lintas, serta kenyamanan pejalan kaki;
2. mengenakan atribut atau perlengkapan yang mencerminkan isi reklame secara sopan dan tidak bertentangan dengan norma sosial dan kesusilaan;
3. tidak menggunakan pengeras suara atau elemen audio yang mengganggu ketenangan lingkungan; dan
4. dilarang menggunakan suara yang menyerupai sirine ambulans, petugas lalu lintas dan/atau pemadam kebakaran.

h. untuk reklame *drone* diatur sebagai berikut:
1. penyelenggaraan reklame dengan menggunakan pesawat udara tanpa awak (*drone*) hanya dapat dilakukan setelah memperoleh izin operasional dari instansi yang berwenang di bidang penerbangan dan penggunaan frekuensi;

2. Reklame *drone* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib memenuhi ketentuan sebagai berikut:
   a) dioperasionalkan oleh orang yang memiliki sertifikasi;
   b) menayangkan materi sesuai dengan video simulasi reklame yang telah mendapat izin;
   c) dilengkapi dengan asuransi tanggung jawab terhadap pihak ketiga; dan
   d) hanya beroperasi pada waktu, durasi, dan rute terbang yang telah ditetapkan dalam izin.

i. untuk reklame hologram diatur sebagai berikut:
   1. ditempatkan pada bangunan, ruang publik, atau media lain dengan persetujuan pemilik atau pengelola;
   2. menayangkan materi sesuai dengan video simulasi reklame yang telah mendapat izin;
   3. dilarang menampilkan konten yang bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan, dan peraturan perundang-undangan; dan
   4. hanya beroperasi pada waktu, durasi, dan lokasi yang telah ditetapkan dalam izin.

j. untuk reklame *mapping projector* diatur sebagai berikut:
   1. hanya dapat diproyeksikan pada bangunan, ruang publik, atau media lain dengan persetujuan pemilik atau pengelola;
   2. hanya beroperasi pada waktu, durasi, dan lokasi yang telah ditetapkan dalam izin; dan
   3. dilarang menampilkan konten yang bertentangan dengan norma kesusilaan, ketertiban umum, dan peraturan perundang-undangan.

k. untuk reklame graffiti/mural diatur sebagai berikut:
   1. hanya dapat dipasang pada dinding bangunan, ruang publik, atau media lain dengan persetujuan pemilik atau pengelola;
   2. dilarang menampilkan konten yang bertentangan dengan norma kesusilaan, ketertiban umum, dan peraturan perundang-undangan;
   3. pemilik reklame bertanggung jawab melakukan perawatan, pembersihan, dan pemulihan kondisi bangunan apabila reklame graffiti/mural sudah habis masa tayangnya atau izinnya dicabut; dan
   4. Ukuran reklame graffiti/mural dihitung berdasarkan luas bidang gambar secara keseluruhan.

BAB V
MATERI TAYANGAN REKLAME

Bagian Kesatu
Naskah dan Tayangan Visual Reklame

Pasal 21

(1) Materi naskah dan tayangan visual Reklame dilarang memuat:
   a. kata, kalimat, gambar, atau simbol yang bertentangan dengan norma agama, kesusilaan, dan ketertiban umum;
   b. ungkapan yang bersifat diskriminatif, menyinggung SARA, atau mendorong tindakan kekerasan;

c. informasi yang menyesatkan, tidak benar, atau bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
d. materi yang mempromosikan minuman beralkohol; dan
e. muatan yang mengandung pornografi atau narasi yang mengarah pada pornografi.

(2) Naskah Reklame yang memuat harga, produk, atau jasa tertentu wajib disajikan dengan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan masyarakat.

Bagian Kedua
Tayangan Informasi Program Pemerintah

Pasal 22

(1) Setiap Penyelenggara Reklame permanen non-elektronik dapat menayangkan informasi program Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah pada bangunan reklame yang belum terpasang materi iklan komersial.
(2) Setiap Penyelenggara Reklame elektronik/digital dalam bentuk reklame *videotron/megatron/minitron*, harus mengalokasikan tayangan untuk informasi program Pemerintah/Pemerintah Daerah.
(3) Setiap Penyelenggara Reklame yang menayangkan informasi program Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (2), harus melaporkan pelaksanaannya kepada Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika secara berkala, paling sedikit 1 (satu) kali dalam 3 (tiga) bulan.

Pasal 23

(1) Penayangan informasi program Pemerintah/Pemerintah Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22, 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, 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 yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informasi.
(3) Kepala Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang komunikasi dan informasi melakukan koordinasi, monitoring, dan evaluasi dengan Penyelenggara Reklame untuk keperluan penayangan informasi program Pemerintah dan Pemerintah Daerah.
(4) Setiap penyelenggara media Reklame elektronik/ digital memberikan hak akses unggah/unduh materi tayangan informasi program pemerintah/pemerintah Daerah kepada SKPD yang membidangi teknologi, komunikasi dan informasi pada jam yang telah ditentukan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b.

BAB VI
REKLAME ALAT PERAGA POLITIK

Bagian Keenam
Reklame Alat Peraga Politik

Pasal 24

(1) Reklame alat peraga politik adalah reklame yang memuat citra diri, visi-misi, program, lambang, nomor urut, dan/atau ajakan memilih yang diselenggarakan oleh partai politik, anggota partai politik, calon legislatif, calon kepala daerah, dan/atau tim kampanye dalam rangka kegiatan politik, baik dalam masa kampanye maupun diluar masa kampanye.
(2) Penyelenggaraan reklame alat peraga politik mengikuti ketentuan:
    a. ukuran dan format media mengikuti panduan teknis sesuai jenis reklame yang digunakan;
    b. tidak ditempatkan pada pohon, Penerangan Jalan Umum, tiang listrik, tiang telepon, rambu lalu lintas, dan taman kota;
    c. tidak mengganggu pandangan lalu lintas dan keselamatan pengguna jalan; dan
    d. tidak merusak prasarana dan sarana kota.
(3) Penyelenggaraan Reklame alat peragaan politik sesuai ketentuan perundang-undangan.

BAB VII
PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Bagian Kesatu
Tata Cara Perizinan

Pasal 25

(1) Setiap penyelenggaraan reklame wajib memperoleh IPR dari Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.
(2) Proses permohonan IPR adalah sebagai berikut:
    a. Pemohon mengajukan permohonan melalui sistem perizinan sesuai ketentuan;
    b. Pejabat perizinan yang ditunjuk melakukan verifikasi, pemeriksaan terhadap materi reklame dan pemrosesan terhadap permohonan dimaksud; dan
    c. Pejabat yang berwenang menerbitkan IPR melalui sistem perizinan setelah seluruh persyaratan dinyatakan lengkap dan memenuhi ketentuan.
(3) Lama Proses IPR adalah selama 14 (empat belas) hari kerja terhitung dari persyaratan dinyatakan lengkap dan benar.
(4) Terhadap materi reklame yang telah mendapat IPR dan masih berlaku, namun akan diadakan perubahan materi reklame, maka Penyelenggara Reklame wajib melaporkan perubahan materi reklame untuk mendapatkan persetujuan oleh Kelompok Kerja.
(5) Setiap Penyelenggara Reklame tidak diperkenankan untuk memindahtangankan IPR.

(6) Kewajiban memperoleh izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tidak berlaku pada penyelenggaraan Reklame:
a. oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah yang semata-mata hanya memuat informasi Pemerintah/penyuluhan;
b. melalui televisi, radio, warta harian, warta mingguan, warta bulanan;
c. hanya memuat nama tempat ibadah, tempat pendidikan, sarana olahraga, panti asuhan, yayasan sosial dengan ukuran luas tidak melebihi 4m^2 (empat meter persegi);
d. hanya memuat nama dan atau pekerjaan orang atau perusahaan yang menempati tanah/bangunan dimana reklame tersebut diselenggarakan dengan ketentuan luas bidang tidak melebihi 1m^2 (satu meter persegi);
e. di pekan raya atau tempat keramaian lain yang sejenis pada lokasi dan selama jangka waktu kegiatan berlangsung; dan
f. diselenggarakan oleh organisasi politik dan/atau organisasi kemasyarakatan yang hanya memuat nama dan/atau logo organisasi yang bersangkutan.

(7) Setiap izin penyelenggaraan reklame permanen yang telah terbit wajib dilengkapi dengan pelat izin dari Penerbit Izin.

(8) Pelat izin yang telah diterima sebagaimana dimaksud pada ayat (7) wajib dipasang pada tempat yang mudah terlihat.

(9) Alur perizinan reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tercantum dalam Lampiran III dan merupakan bagian tidak terpisahkan dari peraturan Wali Kota ini.

Bagian Kedua
Persyaratan Perizinan

Pasal 26

(1) Untuk memperoleh IPR sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (1), Penyelenggara Reklame harus mengajukan permohonan secara *online* melalui sistem pelayanan perizinan dengan melengkapi persyaratan paling sedikit:
a. administratif, meliputi: data pemohon baik pribadi maupun Badan, dan data tanah;
b. teknis, meliputi: PBG/sertifikasi uji laik jalan bagi yang dipersyaratkan, naskah reklame; dan
c. surat keterangan lainnya yang diperlukan.

(2) Dalam pengurusan IPR permanen yang menggunakan konstruksi bangunan reklame yang pondasinya berdiri sendiri di halaman, *rooftop* dan/atau menempel pada bangunan gedung, harus melampirkan:
a. persetujuan terhadap titik peletakan dan rekomendasi teknis reklame permanen dari Kelompok Kerja Reklame kecuali reklame nama pengenal usaha atau profesi dan identitas yang beraktivitas di bangunan gedung dimaksud;

b. PBG untuk:
   1. reklame jenis *videotron/megatron* atau reklame elektronik/digital lainnya;
   2. reklame papan statis/*billboard/neon box* dengan luas diatas 4m² (empat meter persegi); dan/atau
   3. reklame papan statis/*billboard/neon box* dengan ketinggian diatas 3m (tiga meter).

Pasal 27

(1) Dalam memperoleh persetujuan terhadap titik peletakan dan rekomendasi teknis Reklame Tidak Berjalan dari Kelompok Kerja Reklame sebagaimana dimaksud pada Pasal 26 ayat (2) huruf a, Penyelenggara Reklame harus memenuhi ketentuan pola penyebaran reklame dan tidak melanggar larangan peletakan reklame.

(2) Penyelenggara Reklame dilarang meletakkan Reklame:
   a. pada lahan atau aset kantor milik instansi Pemerintah Pusat/Pemerintah Provinsi kecuali untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Pusat/Pemerintah Provinsi setelah mendapat persetujuan dari Kepala Instansi Pemerintahan yang bersangkutan;
   b. pada lahan atau aset kantor Pemerintah Daerah, kecuali untuk kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah setelah mendapat persetujuan dari Wali Kota;
   c. produk tembakau dan sejenisnya pada KTR dan/atau kawasan tertentu;
   d. produk tembakau dan sejenisnya dengan ukuran melebihi 4 m x 8 m (empat meter kali delapan meter);
   e. di sekitar tempat pendidikan/sarana pendidikan dan tempat ibadah dan/atau tempat-tempat tertentu pada radius 100 m (seratus meter);
   f. pada bahu jalan dan trotoar, kecuali pada ambang pengaman jalan;
   g. pada median jalan;
   h. kurang dari 25 m (dua puluh lima meter) dari sudut belokan di setiap persimpangan jalan;
   i. pada bando jalan;
   j. dengan cara menebang pohon;
   k. pada tanaman/pohon pelindung;
   l. pada dinding/tembok bangunan tanpa persetujuan pemilik;
   m. yang struktur dan konstruksinya menembus atap bangunan;
   n. di atas jalan umum yang dapat mengganggu keamanan lalu lintas dan keindahan kota dan/atau lingkungan kecuali di jembatan penyeberangan orang yang diperbolehkan;

o. pada tiang konstruksi jalan layang;
p. pada tiang konstruksi serta dinding *skywalk*; dan/atau
q. yang membahayakan keselamatan jiwa, harta benda, dan/atau menimbulkan kerugian bagi masyarakat.

(3) Larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf e berlaku untuk peletakan reklame produk tembakau dan sejenisnya.

(4) Larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf h berlaku untuk reklame jenis papan/*billboard*/*videotron*/*megatron*/*minitron* yang memiliki tiang pancang sendiri dan berada pada ruang milik jalan atau koridor jalan.

(5) Larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf h tidak berlaku untuk reklame yang menempel pada pagar, menempel di bangunan, pada halaman/persil, menempel pada *street furniture*, menempel pada pos gatur atau reklame lainnya yang terintegrasi dengan sarana dan prasarana.

Pasal 28

Dalam memperoleh PBG sebagaimana dimaksud pada Pasal 26 ayat (2) huruf b, Penyelenggaraan Reklame harus melampirkan persyaratan:

a. Informasi Kartu Tanda Penduduk/Kartu Ijin Tinggal Sementara;
b. Rekomendasi Kelompok Kerja Reklame;
c. Surat Perjanjian pemanfaatan tanah antara pemilik tanah dan pemilik prasarana;
d. Data ahli struktur berlisensi sebagai penyedia jasa perencana konstruksi badan usaha atau perorangan untuk luas reklame diatas 10 m^2 (sepuluh meter persegi);
e. Gambar batas tanah yang dikuasai termasuk gambar bangunan gedung yang sudah ada/eksisting pada area/persil yang akan dibangun;
f. Gambar dan informasi tentang hasil penyelidikan tanah. untuk luas reklame diatas 10 m^2 (sepuluh meter persegi);
g. Gambar dan perhitungan teknis untuk luas reklame diatas 10 m^2 (sepuluh meter persegi); dan/atau
h. gambar *prototipe* untuk luas reklame dibawah 10 m^2 (sepuluh meter persegi).

Pasal 29

(1) Setiap Penyelenggara Reklame yang akan memperpanjang IPR, tidak diperkenankan untuk melakukan perubahan terhadap ukuran, konstruksi dan lokasi Reklame.

(2) Dalam hal terdapat perubahan terhadap ukuran, konstruksi, dan lokasi reklame maka Penyelenggara Reklame harus melakukan perubahan PBG.

(3) Untuk perpanjangan IPR baik di dalam maupun di luar sarana dan prasarana dilaksanakan dengan melampirkan laporan pemeliharaan konstruksi Reklame.

Pasal 30

IPR dapat dibatalkan apabila penyelenggara Reklame yang telah mendapatkan izin belum menayangkan materi reklame sampai dengan batas waktu 1 (satu) bulan, kecuali penyelenggara reklame memberitahukan alasan penundaan penayangan materi reklame.

Bagian Ketiga
Kelompok Kerja Reklame

Pasal 31

(1) Kelompok Kerja Reklame melaksanakan pengendalian dan pengawasan penyelenggaraan Reklame sesuai tugas pokok dan fungsi sebagai berikut:
   a. koordinator dari Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan penanaman modal dan pelayanan perizinan terpadu satu pintu bertugas memimpin pelaksanaan koordinasi perizinan reklame;
   b. anggota dari Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan perumahan dan kawasan permukiman bertugas menilai aspek naskah dan estetika reklame;
   c. anggota dari Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan cipta karya, bina konstruksi, dan tata ruang kota bertugas menilai kesesuaian dengan tata ruang serta menilai kesesuaian bentuk, desain dan kehandalan bangunan;
   d. anggota dari Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan perhubungan bertugas menilai aspek keselamatan lalu lintas dan menilai keselamatan konstruksi pada sarana prasarana pelengkap jalan;
   e. anggota dari Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan sumber daya air dan bina marga bertugas memastikan reklame tidak mengganggu fungsi infrastruktur air, jalan dan jembatan;
   f. anggota dari Perangkat Daerah yang menyelenggarakan fungsi penunjang urusan pemerintahan bidang pendapatan daerah bertugas memverifikasi kepatuhan pajak reklame;
   g. anggota dari satuan polisi pamong praja bertugas melakukan penindakan dan penertiban reklame; dan
   h. sekretariat dari perangkat daerah yang menyelenggarakan pelayanan perizinan terpadu satu pintu bertugas mendukung administrasi dan pelaporan kegiatan Kelompok Kerja.
(2) Persetujuan terhadap titik peletakan dan rekomendasi teknis reklame permanen diberikan kepada:
   a. Pemohon perizinan reklame komersial; dan
   b. bukan merupakan reklame identitas yang memuat nama pengenal usaha atau profesi dan identitas atau logo yang beraktivitas di bangunan gedung.

(3) Dalam pemberian persetujuan titik reklame dilaksanakan melalui sidang Kelompok Kerja Reklame secara dalam jaringan.
(4) Dalam hal Kelompok Kerja memandang perlu melakukan pendalaman terhadap usulan persetujuan Peletakan titik Reklame maka Kelompok Kerja dapat merubah menjadi sidang Kelompok Kerja secara luar jaringan dan dapat mengundang narasumber bila diperlukan.
(5) Dalam sidang penelaahan, Kelompok Kerja Reklame melaksanakan pemberian persetujuan peletakan titik Reklame dan pemberian rekomendasi teknis atas rencana penyelenggaraan Reklame.
(6) Rekomendasi teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (5) merupakan hasil penilaian yang menyatakan setuju atau tidak setuju dari setiap anggota Kelompok Kerja Reklame sesuai dengan bidang kewenangannya.
(7) Koordinator Kelompok Kerja memberikan kesimpulan rekomendasi teknis dari seluruh anggota Kelompok Kerja dengan cara memberikan persetujuan rekomendasi teknis bilamana seluruh anggota Kelompok Kerja setuju atau memberikan penolakan rekomendasi teknis bila terdapat salah satu atau lebih anggota yang menyatakan tidak setuju.
(8) Kelompok Kerja wajib menyelesaikan pembahasan setiap permohonan rekomendasi dalam waktu paling lama 5 (lima) hari kerja sejak dokumen permohonan dinyatakan lengkap.
(9) Dalam hal sidang daring diubah menjadi sidang luring, maka penyelesaian pemberian rekomendasi ditambahkan waktu paling lama 5 (lima) hari kerja sejak keputusan sidang luring.
(10) Berita acara hasil sidang Kelompok Kerja yang memuat persetujuan rekomendasi teknis menjadi dasar penerbitan perizinan selanjutnya.
(11) Kelompok Kerja Reklame wajib melaksanakan sidang pengawasan penyelenggaraan Reklame untuk menindaklanjuti pengaduan, hasil pengawasan insidental dan hasil pengawasan rutin.
(12) Sidang pengawasan Kelompok Kerja dilaksanakan secara luring dengan berpedoman pada prinsip musyawarah untuk mufakat.
(13) Dalam Pelaksanaan Sidang Pengawasan, Kelompok Kerja dapat menentukan kriteria pengaduan, hasil pengawasan insidental dan hasil pengawasan rutin yang dapat ditindaklanjuti dengan sidang pengawasan.
(14) Dalam memperoleh Rekomendasi Kelompok Kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (5), Penyelenggaraan Reklame wajib melampirkan persyaratan sebagai berikut:
    a. Informasi KTP/KITAS; dan
    b. Proposal Perencanaan Reklame yang terdiri dari:
        1) *site plan*/peta peletakan titik reklame;

2) analisis radius terhadap kawasan pendidikan, keagamaan dan persimpangan;
3) jenis reklame, bentuk dan ukuran reklame; dan
4) rencana naskah.

(15) Kelompok kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Wali Kota.

BAB VIII
PENGAWASAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Pasal 32

(1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan reklame dilaksanakan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, izin, dan ketentuan teknis yang berlaku.
(2) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilaksanakan oleh Kelompok Kerja Reklame atau Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum.
(3) Dalam pelaksanaan pengawasan terhadap pemenuhan ketentuan teknis, Kelompok Kerja Reklame atau Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum dapat meminta bantuan kepada perangkat daerah teknis sesuai dengan bidang kewenangannya.
(4) Pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan dua cara, yaitu:
a. pengawasan rutin; dan
b. pengawasan insidental.
(5) Kelompok Kerja Reklame melakukan pengawasan rutin secara berkala paling sedikit 1 (satu) kali dalam 1 (satu) bulan.
(6) Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum melakukan pengawasan rutin secara berkala.
(7) Pengawasan insidental dilaksanakan dalam hal:
a. terdapat kondisi khusus atau keadaan tertentu yang memerlukan penanganan segera;
b. adanya pengaduan dari masyarakat; dan/atau
c. terdapat rekomendasi tindak lanjut dari hasil pengawasan rutin.
(8) Dalam hal dianggap perlu, pengawasan dapat dilakukan oleh Pejabat yang ditunjuk melalui Keputusan Wali Kota.
(9) Ketentuan mengenai mekanisme pengawasan diatur lebih lanjut dengan Peraturan Wali Kota tersendiri.

Pasal 33

(1) Penertiban Reklame dilaksanakan terhadap penyelenggaraan Reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
(2) Pelaksanaan penertiban Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Tim Penertiban Reklame yang ditetapkan melalui Keputusan Wali Kota.

(3) Penertiban Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan setelah Tim Penertiban Reklame menerima hasil identifikasi dan inventarisasi terhadap bentuk pelanggaran berdasarkan hasil sidang pengawasan Kelompok Kerja Reklame atau hasil pengawasan Perangkat Daerah yang menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang ketentraman dan ketertiban umum.

(4) Hasil tindak lanjut penertiban reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dapat diberikan sanksi administratif berupa:
   a. teguran tertulis;
   b. penurunan naskah reklame;
   c. penghentian kegiatan sementara, termasuk di dalamnya melakukan penyegelan dan pemasangan satpol pp *line* dan sticker;
   d. pencabutan IPR; dan/atau
   e. pembongkaran dan/atau penurunan reklame.

(5) Dalam hal terdapat keterbatasan peralatan dan petugas, maka pembongkaran sebagaimana dimaksud pada ayat (4) huruf e dapat dilaksanakan oleh pihak ketiga.

(6) Ketentuan mengenai mekanisme penertiban dan sanksi administratif diatur lebih lanjut dengan Peraturan Wali Kota tersendiri.

BAB IX
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 34

(1) Dalam hal kelompok kerja reklame belum terbentuk maka pemberian persetujuan titik reklame dan rekomendasi teknis dilaksanakan oleh Tim Teknis yang telah terbentuk.

(2) Setiap Perjanjian Kerjasama dan Izin yang telah terbit sebelum Peraturan Wali Kota ini berlaku, dinyatakan tetap berlaku sampai dengan habis masa berlaku izinnya dan selanjutnya menyesuaikan dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Wali Kota ini.

BAB X
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 35

Pada saat Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku:

a. Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kota Bandung Tahun 2019 Nomor 5);

b. Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 25 Tahun 2023 tentang Perubahan Atas Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 005 Tahun 2019 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kota Bandung Tahun 2023 Nomor 26);

dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 36

Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya memerintahkan pengundangan Peraturan Wali Kota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Bandung.

Ditetapkan di Bandung
pada tanggal 11 Februari 2026
WALI KOTA BANDUNG,
ttd.
MUHAMMAD FARHAN

Diundangkan di Bandung
pada tanggal 11 Februari 2026
SEKRETARIS DAERAH KOTA BANDUNG,
ttd.
ISKANDAR ZULKARNAIN

BERITA DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2026 NOMOR 10

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,

SANTOSA LUKMAN ARIEF, SH
Pembina
NIP. 19760604 200604 1 002