



**SALINAN**

**WALI KOTA BANDUNG**  
PROVINSI JAWA BARAT  
PERATURAN WALI KOTA BANDUNG  
NOMOR 217 TAHUN 2018  
TENTANG  
PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALI KOTA BANDUNG,

- Menimbang : a. bahwa Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame telah diatur dalam Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Wali Kota Nomor 1015 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Wali Kota Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame, namun dalam perkembangannya terbit Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame, sehingga Peraturan Wali Kota termaksud perlu diganti;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Peraturan Wali Kota tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame;
- Mengingat : 1. [Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007](#) tentang Penataan Ruang;
2. [Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014](#) tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan [Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015](#) tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
3. Undang-Undang ...

3. [Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014](#) tentang Administrasi Pemerintahan;
4. [Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010](#) tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan;
5. [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012](#) tentang Penyelenggaraan Reklame sebagaimana telah diubah dengan [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2017](#) tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 04 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Reklame;
6. [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 20 Tahun 2011](#) tentang Pajak Daerah sebagaimana telah diubah dengan [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 06 Tahun 2016](#) tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pajak Daerah;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALI KOTA TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME.

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Wali Kota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah Kota adalah Kota Bandung.
2. Pemerintah Daerah Kota adalah Wali Kota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom.
3. Wali Kota adalah Wali Kota Bandung.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Wali Kota dan DPRD dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah.
5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu yang selanjutnya disebut Dinas adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung.

6.Reklame ...

6. Reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang menurut bentuk, corak ragamnya untuk tujuan komersil dipergunakan untuk memperkenalkan, menganjurkan atau memujikan suatu barang, jasa, atau orang, ataupun untuk menarik perhatian umum kepada suatu barang, jasa atau orang yang ditempatkan atau yang dapat dilihat, dibaca, dan/atau didengar dari suatu tempat oleh umum kecuali yang dilakukan oleh Pemerintah/Pemerintah Daerah.
7. Penyelenggaraan Reklame adalah rangkaian kegiatan dan pengaturan yang meliputi perencanaan jenis, bentuk, pemanfaatan perizinan dan penyelenggaraan pengendalian pengawasan dan penertiban reklame dalam rangka mewujudkan pemanfaatan ruang kota yang serasi.
8. Asosiasi adalah perkumpulan badan usaha yang bergerak dibidang reklame.
9. Titik Reklame adalah tempat di mana bidang reklame didirikan dan/atau ditempatkan.
10. Peletakan reklame adalah tempat tertentu dimana titik reklame ditempatkan baik di dalam maupun di luar ruangan.
11. Pola penyebaran peletakan reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk peletakan reklame.
12. Tematik adalah sesuai dengan tema tertentu.
13. Reklame tematik adalah reklame dengan tema tertentu di kawasan tematik yang memiliki fungsi dan manfaat terhadap masyarakat.
14. Sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah, yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
15. Di luar sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang status kepemilikannya perseorangan atau badan yang pemanfaatannya sesuai dengan peruntukan yang ditetapkan dalam rencana kota.
16. Di atas bangunan adalah titik reklame yang ditempatkan diatas bangunan/gedung.
17. Menempel ...

17. Menempel pada bangunan gedung/bangun-bangunan adalah titik reklame yang menempel/menyatu pada bangunan, baik mempergunakan konstruksi maupun tidak.
18. 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 untuk hunian atau tempat tinggal, kegiatan keagamaan, kegiatan usaha, kegiatan sosial, budaya, maupun kegiatan khusus.
19. Bangun-bangunan adalah suatu perwujudan fisik arsitektur, yang merupakan penciptaan lingkungan yang berdiri di atas tanah atau bertumpu pada landasan dengan susunan konstruksi tertentu sehingga terbentuk ruang yang terbatas seluruhnya atau sebagian diantaranya berfungsi sebagai dan/atau tidak merupakan pelengkap Bangunan gedung.
20. Halaman adalah bagian ruang terbuka yang terdapat di dalam persil.
21. Bahu jalan/berm adalah batas antara perkerasan jalan dengan saluran dan/atau pagar halaman.
22. Median adalah suatu pemisah fisik jalur lalu lintas yang berfungsi untuk menghilangkan konflik lalu lintas dari arah yang berlawanan, sehingga pada gilirannya akan meningkatkan keselamatan lalu lintas.
23. Tinggi Ambang Bawah Reklame adalah jarak antara ambang paling bawah bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata atau bidang atap daatar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan konstruksi reklame.
24. Ketinggian Reklame adalah jarak antara ambang paling atas bidang reklame dari permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi reklame.
25. Panggung Reklame ...

25. 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.
26. Gambar Rencana Teknis Bangun Bangunan yang selanjutnya disingkat gambar RTBB adalah gambar rencana teknis bangun bangunan reklame megatron, videotron, light emitting diode dan papan atau billboard termasuk jenis reklame lainnya yang pemasangannya memerlukan konstruksi dan menjelaskan identitas reklame secara teknis mengenai peletakan, ukuran, bentuk, ketinggian, estetika dan serasi dengan lingkungan sekitarnya.
27. Garansi Bank adalah jaminan pembongkaran secara tertulis yang bersifat mudah dicairkan dan tidak bersyarat (*unconditional*), yang dikeluarkan oleh Bank Umum yang bekerjasama dengan Pemerintah Daerah Kota.
28. Restitusi adalah pengembalian kembali surat garansi bank kepada penyelenggara Reklame.
29. Reklame papan atau *billboard* adalah reklame yang terbuat dari papan kayu, *collibrite*, *vynil* termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantungkan termasuk yang digambar pada bangunan, halaman, di bahu jalan/berm, median jalan, bando jalan, jembatan penyebrangan orang(JPO), dan titik lokasi yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Wali Kota.
30. Reklame Megatron, Videotron, *Light Emitting Diode* (LED) adalah reklame yang menggunakan layar monitor berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik, pada konstruksi tetap maupun bergerak.

31. Reklame Layar ...

31. Reklame Layar adalah reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu, seperti bandir, umbul-umbul, dan spanduk.
32. Reklame melekat (*sticker*) adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.
33. Reklame selebaran adalah reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebarkan, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
34. Reklame berjalan/kendaraan adalah reklame yang ditempelkan pada kendaraan.
35. Reklame Udara adalah reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon gas atau alat lain yang sejenis.
36. Reklame slide atau reklame film adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara menggunakan klise berupa kaca atau film, atau bahan-bahan lain yang diproyeksikan dan/atau diperagakan pada layar atau benda lain atau dipancarkan dan/atau diperagakan melalui pesawat televisi.
37. Reklame peragaan adalah reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
38. Reklame Teks Berjalan adalah jenis reklame yang menayangkan naskah dan diatur secara elektronik.
39. Reklame Graffiti (*Graffity*) adalah reklame yang berupa tulisan atau gambar atau lukisan yang dibuat pada dinding bangunan, dengan menggunakan cat.
40. Reklame Mural adalah reklame yang berupa gambar atau lukisan seperti lokasi tertentu yang dibuat pada dinding dan atau pada bagian lain dari bangunan, baik bangunan kepemilikan pribadi, badan hukum maupun komersil, dengan menggunakan cat.
41. Reklame Neon Box ...

41. Reklame *Neon Box* adalah jenis reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan konstruksi tertentu yang menggunakan lampu penerangan didalamnya dan memiliki rancangan atau design khusus dengan mengedepankan aspek estetika serta terintegrasi dengan lingkungannya sebagai asesoris kota.
42. Tim Teknis Reklame adalah tim yang beranggotakan dari instansi teknis/Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Daerah Kota yang memberikan pertimbangan kepada Wali Kota atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.
43. Nilai strategis penyelenggaraan reklame yang selanjutnya disingkat NSPR adalah suatu nilai yang berdasarkan atas peletakan titik reklame didalam dan di luar prasarana dan sarana kota pada fungsi kawasan, fungsi ruang, fungsi jalan, sudut pandang dan harga jual pasar, ketinggian dan luas bidang reklamennya yang pemanfaatannya diperoleh Pemerintah Daerah.
44. Nilai Jual Objek Reklame, yang selanjutnya disingkat NJOR adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggaraan reklame.
45. Kawasan adalah ruang jalur jalan dan/atau persil yang dapat ditempatkan untuk peletakan titik reklame.

## BAB II

### POLA PENYEBARAN DAN PERLETAKAN REKLAME

#### Bagian Kesatu

#### Pola Penyebaran Reklame

#### Pasal 2

- (1) Pola penyebaran reklame dibagi berdasarkan kawasan (*zoning*) terdiri dari Kawasan Tematik, Kawasan Khusus, Kawasan Selektif, dan Kawasan Umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

(2) Untuk kawasan khusus ...

- (2) Untuk kawasan khusus reklame yang menunjukkan identitas bangunan/kegiatan, dengan cara penempatan pada halaman, bangunan atau bangunan-bangunan pada Kawasan Khusus yang berbatasan dengan kawasan lainnya.
- (3) Identitas bangunan/kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak diperbolehkan berupa tayangan elektronik seperti videotron, megatron atau LED.

## Bagian Kedua Perletakan Reklame

### Pasal 3

- (1) Setiap perletakan reklame harus memperhatikan keamanan, keselamatan, kenyamanan masyarakat, estetika, keserasian bangunan dan lingkungan serta sesuai dengan rencana kota.
- (2) Perletakan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dirinci menjadi Titik-titik Reklame.
- (3) Perletakan Reklame dibagi menjadi :
  - a. titik reklame di dalam sarana dan prasarana kota; dan
  - b. titik-titik reklame di luar Sarana dan Prasarana kota.
- (4) Titik-titik Reklame di dalam Sarana dan Prasarana kota, adalah titik reklame yang ditempatkan pada:
  - a. bahu jalan/berm jalan/trotoar, jembatan dan jalan layang;
  - b. *shelter*;
  - c. JPO (Jembatan Penyeberangan Orang);
  - d. bando jalan;
  - e. terminal dan pangkalan angkutan;
  - f. gelanggang/gedung olahraga;
  - g. pasar; dan
  - h. taman.

(5) Titik reklame ...

- (5) Titik reklame di luar sarana dan prasarana kota, adalah titik reklame yang ditempatkan pada:
- a. bangunan dengan cara menempelkan, atau menggantungkannya dan/atau dipancang di atas bangunan;
  - b. halaman;
  - c. ruas jalan tol dan jembatan kereta api di wilayah Daerah Kota;
  - d. kendaraan dan ruang udara;
  - e. tempat/ruang yang telah disediakan oleh Pemerintah Daerah Kota; dan
  - f. melekat/menyatu pada dinding/tembok dan/atau atap bangunan perseorangan.

#### Pasal 4

- (1) Pemasangan reklame di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (5) dirinci berdasarkan kawasan (zoning), yang terdiri dari:
- a. Kawasan Khusus, yaitu:
    1. peletakan reklame pada Bangunan Gedung, dengan ketentuan sebagai berikut:
      - a) menggantung pada bangunan, dengan ukuran selubung paling banyak 0,5 m x 4m; dan
      - b) menempel pada bangunan, dengan ukuran selubung paling banyak 2m x 5m.
    2. Peletakan reklame pada halaman dengan ukuran selubung penanda nama bangunan paling banyak 2 m x 5 m.

b. Kawasan Tematik ...

- b. Kawasan Tematik, yaitu:
1. peletakan reklame pada Bangunan Gedung:
    - a) menggantung pada bangunan gedung dengan ukuran selubung paling banyak 1 m x 4 m;
    - b) menempel pada bangunan gedung:
      - 1) paling banyak satu jenis peletakan: di *awning* atau menempel pada dinding masif;
      - 2) pada *awning*/kanopi dengan ukuran selubung maksimal 1m x 4 m; dan
      - 3) pada dinding masif bangunan gedung, dengan prosentase maksimal 50% (lima puluh persen) dari bidang massif.
  2. Peletakan reklame pada halaman, dengan ketentuan sebagai berikut:
    - a) penempatan reklame paling banyak satu titik, baik berupa identitas maupun reklame produk.
    - b) reklame produk yang diperbolehkan adalah yang berhubungan dengan kegiatan dalam bangunan gedung;
    - c) boleh berupa panggung reklame;
    - d) ukuran selubung reklame paling banyak 5 m x 10m; dan
    - e) tidak boleh melewati batas persil atau pagar.
  3. Desain konstruksi dan media reklame harus ditutup dengan elemen arsitektural sesuai dengan tema kawasan.
- c. Kawasan Umum, yaitu:
1. peletakan reklame pada Bangunan Gedung dengan ketentuan sebagai berikut:
    - a) menggantung pada bangunan gedung, dengan ukuran selubung paling banyak 1m x 8m;
    - b).menempel ...

- b) menempel pada bangunan gedung, pada dinding masif bangunan gedung, terutama untuk menutupi dinding masif di samping bangunan gedung yang kurang terawat dengan prosentase 50% (lima puluh persen) dari bidang masif;
  - c) dipancang di atas bangunan gedung (atap):
    - 1) disesuaikan dengan selubung bangunan dan tidak boleh melebihi selubung bangunan yang ditetapkan oleh aturan bangunan setempat dengan paling tinggi 5 m (lima meter);
    - 2) diperbolehkan menempel pada parapet bangunan gedung dengan peletakan horisontal asalkan tidak melewati tinggi parapet; dan
    - 3) dilengkapi dengan analisis perhitungan konstruksi bangunan reklame oleh tenaga ahli yang bersertifikat.
2. Peletakan reklame pada halaman, diatur sebagai berikut:
- a. penempatan reklame hanya diperbolehkan pada satu titik baik berupa identitas maupun reklame produk.
  - b. boleh berupa panggung reklame;
  - c. ukuran selubung reklame paling besar 5 m x 10 m; dan
  - d. tidak boleh melewati batas persil atau pagar.
- (2) Perletakan reklame pada zoning sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

BAB III  
KAWASAN  
Bagian Kesatu  
Kawasan Tematik

Pasal 5

- (1) Reklame yang berada pada ruas jalan di Kawasan Tematik, harus memuat nilai keunikan sesuai tema pada ruas jalan yang dimaksud.
- (2) Nilai keunikan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1), divisualisasikan dalam bentuk ornamen, desain atau naskah reklame.
- (3) Bentuk ornamen dan desain sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) yang perletakkannya di dalam sarana dan prasarana kota, harus memiliki fungsi dan manfaat sosial.
- (4) Pada Kawasan Tematik, penyelenggaraan reklame mengikuti aturan/prinsip umum perletakan reklame sebagaimana diatur dalam Pasal 3.
- (5) Rincian Kawasan Tematik sebagai berikut:
  - a. jalan Dr. Djunjunan bertemakan gerbang kota, gerbang Kota Bandung merupakan salah satu ciri/*landmark* yang dapat menggambarkan identitas dari Kota Bandung. Penataan reklame di kawasan ini dapat direncanakan sebagai elemen ornamen kota yang secara visual membentuk sebuah gerbang kota;
  - b. jalan L.L.RE Martadinata bertemakan *heritage*, sesuai dengan potensi kawasan ini sebagai kawasan bangunan bersejarah, penataan reklame pada kawasan ini harus direncanakan dan dirancang bentuk medianya memiliki unsur ornamen *art-deco* yang ada di jalan L.L.RE Martadinata;
  - c. jalan ...

- c. jalan Ir. H. Djuanda bertemakan *heritage*, sesuai dengan potensi kawasan ini sebagai kawasan bangunan bersejarah, penataan reklame pada kawasan ini harus direncanakan dan dirancang bentuk medianya memiliki unsur ornamen *art-deco* yang ada di koridor jalan Ir. H Juanda;
- d. jalan Braga bertemakan *heritage*, sesuai dengan potensi kawasan ini sebagai kawasan bangunan bersejarah, penataan reklame pada kawasan ini harus direncanakan dan dirancang bentuk medianya memiliki unsur ornamen *art-deco* yang ada di koridor Braga;
- e. jalan Cihampelas bertemakan Reklame Karakter/seni peran internasional, seperti tokoh pahlawan fiksi internasional dan ornamen modern;
- f. jalan Cibaduyut bertemakan reklame karakter/seni peran kedaerahan, berupa tokoh atau karakter peran kedaerahan;
- g. jalan Sudirman bertemakan sesuai dengan potensi kawasan ini sebagai kawasan bangunan gedung bersejarah, penataan reklame pada kawasan ini bisa direncanakan dan dirancang bentuk medianya memiliki unsur ornamen *art-deco* yang ada di koridor jalan Sudirman;
- h. dibawah *Flyover* Pasupati bertemakan kekinian, reklame yang di sesuaikan dengan informasi yang berkembang saat ini, terutama terkait dengan teknologi informasi dan media sosial;
- i. di bawah ...

- i. di bawah *flyover* Kiaracondong bertemakan transportasi, tema berupa jenis moda transportasi dan juga rambu lalu lintas; dan
  - j. *flyover* Jalan Jakarta bertemakan Asia Afrika, merupakan tema berupa karakteristik dari setiap negara yang ikut serta dalam konferensi Asia Afrika.
- (6) Konsep ornamen dan desain reklame dalam kawasan tematik tersebut diatas, bisa diimplementasikan kepada kawasan lain selain kawasan khusus reklame, yang memiliki karakter kawasan yang sama.

#### Pasal 6

- (1) Pada Kawasan Khusus, dilarang diselenggarakan kegiatan reklame, kecuali reklame yang menunjukkan identitas bangunan/kegiatan, dengan cara penempatan pada halaman, bangunan gedung atau bangun bangunan pada Kawasan Khusus yang berbatasan dengan kawasan lainnya.
- (2) Pada Kawasan Khusus, penyelenggaraan reklame identitas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mengikuti ketentuan umum perletakan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (3) Perletakan reklame pada kawasan lain yang berhimpitan dengan Kawasan Khusus harus memiliki jarak bebas pandang terhadap batas terluar persil Kawasan Khusus paling sedikit 25 m (dua puluh lima meter).

#### Bagian Ketiga Kawasan Selektif

#### Pasal 7

- (1) Dalam Kawasan Selektif, untuk kuota reklame billboard sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Dalam kawasan ...

- (2) Dalam Kawasan Selektif, untuk kuota reklame bando sebagaimana tercantum dalam Lampiran II yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
- (3) Pemasangan reklame bando dibatasi dengan ukuran paling tinggi 2 meter x lebar perkerasan jalan, dan untuk bando jalan paling besar 8 x 4m dengan orientasi vertikal sebagaimana tercantum dalam Lampiran III yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Bagian Keempat  
Kawasan Umum

Pasal 8

- (1) Pada Kawasan Umum penyelenggaraan reklame mengikuti ketentuan umum pereletakan reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (2) Pada Kawasan Umum, Tim Teknis dapat melakukan perubahan titik reklame dengan memperhatikan ketentuan letak, ukuran, dan jarak.

BAB IV

JENIS DAN UKURAN REKLAME

Pasal 9

- (1) Penyelenggaraan reklame dibedakan menurut: jenis, ukuran, konstruksi, dan kelas jalan.
- (2) Penyelenggaraan reklame menurut jenis adalah:
  - a. reklame papan atau *billboard*;
  - b. reklame megatron, videotron, *Light Emitting Diode* (LED), dan *Electronic Display*;
  - c. reklame layar, yang terdiri dari:
    - 1. spanduk;
    - 2. umbul-umbul;
    - 3. banner;
    - 4. baliho; dan
    - 5. bandir.
  - d. reklame ...

- d. reklame melekat (*sticker*, *graffiti*, dan mural);
  - e. reklame selebaran/brosur;
  - f. reklame berjalan termasuk pada kendaraan;
  - g. reklame udara;
  - h. reklame film/*slide*;
  - i. reklame running text;
  - j. reklame *neon box*; dan
  - k. reklame *totem*.
- (3) Penyelenggaraan reklame menurut ukuran luasan reklame disesuaikan dengan lebar jalan atau halaman/persil dengan luas maksimal 50 m<sup>2</sup> (lima puluh meter persegi) dikecualikan pada reklame identitas yang menempel di bangunan/gedung dan bangun bangunan.
- (4) Penyelenggaraan reklame menurut konstruksi adalah:
- a. konstruksi berat, untuk reklame jenis megatron, videotron, *Ligth Emitting Diode* (LED), *billboard*, *electronic display*, bando, dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), terdiri dari:
    1. kaki tunggal adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya hanya satu;
    2. kaki ganda adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya terdiri atas dua tiang;
    3. rangka adalah sarana reklame yang sistem kaki konstruksinya berbentuk rangka dengan mempertimbangkan estetika; dan
    4. menempel adalah sarana reklame yang konstruksinya menyatu pada bagian bangunan dengan memakai konstruksi-konstruksi tambahan yang menyatu dengan konstruksi bangunan tersebut.
  - b. Selain konstruksi sebagaimana dimaksud pada huruf a adalah konstruksi ringan.

(5) Konstruksi reklame ...

- (5) Konstruksi reklame selain pada bando dan JPO harus berorientasi vertikal sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
- (6) Penyelenggaraan reklame menurut kelas jalan adalah:
  - a. Jalan Arteri Primer (Jalan Nasional);
  - b. Jalan Arteri Sekunder (Jalan Provinsi);
  - c. Jalan Kolektor;
  - d. Jalan Lokal/Lingkungan; dan
  - e. Jalan Tol.

## BAB V

### KETENTUAN PENYELENGGARAAN REKLAME

#### Bagian Kesatu

#### Batasan Teknis Penyelenggaraan Reklame

##### Pasal 10

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame harus memperhatikan rancang bangun reklame yang meliputi aspek keindahan, keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan dan kesehatan dalam menentukan ukuran (dimensi), konstruksi dan penyajian.
- (2) Pemasangan alat perlengkapan reklame baik konstruksinya maupun ukurannya tidak mengganggu pemandangan lalu lintas, keindahan, keamanan, keselamatan, kesehatan dan ketertiban umum.
- (3) Naskah reklame harus menggunakan Bahasa Indonesia yang baik, bahasa lain dapat digunakan dengan memperhatikan norma-norma agama, aspek estetis dan kesopanan yang sesuai dengan kultur bangsa Indonesia.
- (4) Bahasa yang digunakan baik reklame suara maupun tulisan adalah Bahasa Indonesia, dengan ketentuan jika reklame tulisan menggunakan bahasa asing harus mencantumkan terjemahannya dalam Bahasa Indonesia.

(5) Tulisan ...

- (6) Tulisan, suara dan gambar yang digunakan tidak bertentangan dengan kesusilaan, kesopanan, ketertiban umum, keagamaan, kesehatan dan keindahan.
- (7) Penyelenggara Reklame wajib memelihara reklame yang bersangkutan agar tetap terawat dengan baik sehingga tidak mengganggu keindahan, keamanan, keselamatan, kesehatan dan ketertiban umum.
- (8) Reklame dilarang dipasang pada bangunan pemerintahan, kantor, rumah sakit, rumah dinas, tempat ibadah, tiang listrik/telepon, tiang penerangan jalan umum, gardu, pohon jalur hijau, rambu-rambu lalu lintas, petunjuk jalan dan kendaraan dinas.

#### Pasal 11

- (1) Reklame rokok atau minuman beralkohol, dilarang ditempatkan atau dipasang pada:
  - a. jalan arteri primer, jalan arteri sekunder dan jalan kolektor primer; dan
  - b. kawasan tanpa rokok.
- (2) Jarak bebas pandang larangan iklan rokok atau minuman beralkohol 100m (seratus meter) dari batas terluar persil kawasan tanpa rokok.
- (3) Kawasan tanpa rokok terdiri dari kawasan fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar, tempat anak bermain, tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja, tempat umum dan tempat lain yang ditetapkan.
- (4) Untuk penyelenggaraan reklame minuman beralkohol hanya dapat diselenggarakan di dalam tempat tertentu yang diizinkan menjual minuman beralkohol.

(5) Reklame ...

- (5) Reklame naskah rokok dan atau minuman beralkohol harus diletakan sejajar dengan bahu jalan dan tidak boleh memotong jalan atau melintang.
- (6) Untuk penyelenggaraan reklame produk rokok hanya dapat diselenggarakan di kawasan tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas, dengan ukuran luasan reklame disesuaikan dengan lebar jalan, dengan dimensi reklame paling besar 4x6 meter.
- (7) Batasan reklame produk rokok atau minuman beralkohol dilakukan sebagai berikut:
  - a. mencantumkan peringatan kesehatan dalam bentuk gambar dan tulisan sebesar paling sedikit 10% (sepuluh persen) dari total durasi reklame dan atau 15% (lima belas persen) dari total luas reklame;
  - b. mencantumkan penandaan tulisan “18+” dalam reklame;
  - c. tidak memperagakan, menampilkan menggunakan, wujud atau bentuk dan atau rokok ataupun minuman beralkohol atau sebutan lain yang dapat diasosiasikan dengan merek produk rokok ataupun minuman beralkohol;
  - d. tidak mencantumkan nama produk yang bersangkutan adalah rokok atau minuman beralkohol;
  - e. tidak menggambarkan atau menyarankan bahwa merokok atau meminum minuman beralkohol memberikan manfaat bagi kesehatan;
  - f. tidak menggunakan kata atau kalimat yang menyesatkan;
  - g. tidak merangsang atau menyarankan orang untuk merokok atau meminum minuman beralkohol;
  - h. tidak menampilkan ...

- h. tidak menampilkan anak, remaja, dan/atau wanita hamil dalam bentuk gambar dan/atau tulisan;
- i. tidak ditujukan terhadap anak, remaja, dan/atau wanita hamil;
- j. tidak menggunakan tokoh kartun sebagai model iklan; dan
- k. tidak bertentangan dengan norma yang berlaku dalam masyarakat.

Bagian Kedua  
Rancang Bangun Reklame

Pasal 12

- (1) Penempatan dan pemasangan reklame harus berdasarkan kriteria sebagai berikut:
  - a. tidak mengganggu atau membahayakan pejalan kaki, pengendara atau pengguna jalan yang lain, seperti:
  - b. tidak mengganggu keindahan visual wajah kota, seperti:
  - c. tidak merusak lingkungan alami yang sudah ada seperti:
  - d. tidak mengorbankan kepentingan umum dan utilitas umum; dan
  - e. naskah dan gambar reklame tidak mengganggu ketertiban umum, tidak melanggar norma kesusilaan dan norma kesopanan.
- (2) Memenuhi tata cara pemasangan konstruksi dan dimensi sebagaimana tercantum dalam Lampiran V yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini

Pasal 13 ...

## Pasal 13

- (1) Tinggi ambang bawah reklame terhadap permukaan trotoar, bahu jalan ditentukan minimal 5 m, dengan pertimbangan agar badan reklame tidak bisa dijangkau oleh tangan manusia dan kendaraan.
- (2) Tinggi ambang bawah reklame terhadap permukaan jalan adalah 5,5 m (lima koma lima meter).

## Pasal 14

Ketentuan penempatan reklame yang diperbolehkan, adalah sebagai berikut:

- a. pada halaman hanya diperbolehkan pada satu titik penempatan konstruksi reklame, kecuali yang ada dilahan perkantoran dan/atau perdagangan;
- b. pada bangunan gedung:
  1. ukuran maksimal proyeksi reklame pada muka (*fasade*) bangunan gedung adalah 50% (lima puluh persen) dari luas keseluruhan muka (*fasade*) bangunan gedung;
  2. Menempel/menggantung atau dipancang pada bangunan/bangun-bangunan.
  3. Penyelenggaraan reklame yang menempel pada bangunan diharuskan reklame jenis *Megatron*, *Videotron*, *Light Emitting Diode (LED)*, *Electronic Display*, kecuali identitas bangunan.
  4. Reklame tidak diperbolehkan menempel pada Bangunan Cagar Budaya.
- c. pada atap bangunan gedung dengan konstruksi paling tinggi 10 meter untuk kawasan umum dari atap bangunan gedung/bangun-bangunan, dan tidak melanggar ketentuan teknis Kawasan Keselamatan Operasi Penerbangan (KKOP).

Pasal 15 ...

## Pasal 15

Dalam penempatan dan pemasangan reklame, pihak penyelenggara harus melengkapi reklame dengan lampu penerangan listrik yang memenuhi syarat dan ketentuan teknis yang berlaku serta dipelihara secara berkala.

## Pasal 16

Penempatan dan pemasangan reklame pada bangunan gedung/bangun-bangunan yang berdekatan dengan Kawasan Keselamatan Operasi Penerbangan dan lepas landas pesawat udara, diwajibkan menempel pada bangunan gedung/bangun-bangunan.

## Pasal 17

- (1) Pemasangan reklame yang berdekatan dengan jaringan PLN untuk jarak bebas dengan papan reklame, diatur sesuai persyaratan teknis yang berlaku.
- (2) Apabila tiang konstruksi terbuat dari bahan konduktif maka tiang tersebut harus dilengkapi alat pengaman.

## Pasal 18

- (1) Setiap konstruksi reklame yang berukuran  $\geq 4.5 \text{ m}^2$  (empat koma lima meter persegi) wajib untuk diasuransikan.
- (2) Apabila terjadi kecelakaan atau musibah yang diakibatkan oleh Penyelenggara Reklame, menjadi beban dan tanggung jawab penyelenggara reklame.

## Pasal 19

- (1) Penyelenggaraan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) tidak diperbolehkan pada Kawasan Khusus.

(2) Penyelenggaraan ...

- (2) Penyelenggaraan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) hanya diperbolehkan pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) yang sudah terbangun.
- (3) Bando jalan dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) merupakan konstruksi berat, sehingga gambar konstruksi harus ditandatangani oleh tenaga ahli yang bersertifikat di bidang konstruksi.
- (4) Penempatan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dengan bando jalan diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak minimal 200 (dua ratus) meter.
- (5) Penempatan bando jalan dengan bando jalan lainnya diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak minimal 100 (seratus) meter.
- (6) Penempatan reklame pada JPO hanya bisa dilakukan pada JPO yang minimal berjarak 50 (lima puluh) meter dari perempatan jalan sedangkan penempatan reklame pada bando jalan diarahkan mendekati perempatan jalan dengan jarak minimal 25 (dua puluh lima) meter dari perempatan jalan.

#### Pasal 20

- (1) Penempatan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dan bando jalan pada sarana dan prasarana kota diperkenankan paling besar 2 (dua) meter kali lebar perkerasan jalan.
- (2) Penempatan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dan bando jalan diperkenankan untuk *videotron/megatron/LED*.

Pasal 21 ...

## Pasal 21

Untuk pemasangan reklame *neon box* diatur ketentuan sebagai berikut:

- a. desain harus etis dan estetis;
- b. *neon box* harus inovatif dan proporsional; dan
- c. pencahayaan harus optimal dan memiliki Kwh meter tersendiri yang menjadi tanggung jawab penyelenggara reklame.

## Pasal 22

Ketentuan tambahan untuk beberapa jenis reklame diatur sebagai berikut:

- a. untuk reklame jenis layar diatur ketentuan sebagai berikut:
  1. harus menggunakan bahan dari kain atau sejenisnya;
  2. dipasang sejajar jalan;
  3. dilarang dikaitkan pada tiang listrik, telepon, tiang bendera, pagar, tiang penerang jalan umum, rambu lalu lintas, lampu pengatur lalu lintas dan pohon; dan
  4. dilarang melintang jalan.
- b. untuk reklame yang menggunakan pencahayaan tambahan, dilarang menggunakan lampu berwarna yang menyala menyerupai lampu pengatur lalu lintas;
- c. untuk reklame yang menggunakan suara:
  1. harus menghentikan suara jika melewati tempat ibadah, sekolah dan rumah sakit pada jarak 50 (lima puluh) meter, sebelum dan sesudah tempat tersebut; dan
  2. dilarang menggunakan suara yang menyerupai sirine ambulans, petugas lalu lintas dan/atau pemadam kebakaran.
- d. untuk selebaran:
  1. harus dilakukan dengan cara diberikan langsung kepada khalayak umum yang dituju;
  2. dilarang ...

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; dan
  4. dilarang ditempel di tempat umum antara lain tembok, pintu toko dan fasilitas umum lainnya.
- e. semua jenis reklame berupa layar, poster, selebaran, brosur, pamflet dan sejenisnya harus ada cap/legalisir Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.

## BAB VI

### PENYELENGGARA REKLAME

#### Pasal 23

- (1) Penyelenggara reklame adalah:
  - a. pemilik reklame/produk; dan
  - b. perusahaan jasa periklanan atau biro reklame.
- (2) Pemilik reklame /produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas namanya sendiri.
- (3) Perusahaan jasa periklanan atau biro reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, adalah badan yang bergerak di bidang jasa periklanan yang menyelenggarakan reklame untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.
- (4) Setiap penyelenggara reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1):
  - a. harus menjadi anggota asosiasi/perhimpunan/perkumpulan sejenisnya di bidang penyelenggaraan reklame di Kota Bandung; dan
  - b. harus memiliki NPWPD Kota Bandung.

Pasal 24 ...

## Pasal 24

Asosiasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (4) huruf a harus:

- a. berbentuk badan hukum; dan
- b. memiliki NPWPD Kota Bandung.

## Pasal 25

- (1) Penyelenggara reklame harus menyusun naskah reklame dalam Bahasa Indonesia.
- (2) Naskah reklame dapat ditambahkan menggunakan bahasa asing, tetapi harus ditulis dibagian bawah bahasa Indonesia, dengan ukuran huruf yang kecil.
- (3) Bahasa asing yang dipakai sebagai nama perusahaan dan atau merk dagang yang merupakan cabang dan atau paten dari luar negeri masih bisa dipakai.
- (4) Untuk ketertiban umum, Wali Kota berwenang melarang mempergunakan bahasa asing dan huruf-huruf lainnya, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).

## Pasal 26

Penyelenggara reklame berkewajiban:

- a. menempelkan tanda masa berlaku izin, mencantumkan nama biro/penyelenggara reklame atau tanda lain pada reklame sesuai dengan yang ditetapkan oleh Wali Kota;
- b. memelihara benda-benda dan alat-alat yang dipergunakan untuk reklame agar selalu berada dalam keadaan baik;
- c. membongkar reklame beserta bangunan konstruksi segera setelah berakhirnya izin atau setelah izin dicabut dalam jangka waktu 3 x 24 jam, kecuali untuk reklame layar, *sticker* dan selebaran harus dicabut dalam jangka waktu 1 x 24 jam.
- d. menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan reklame yang menimbulkan kerugian pada pihak lain.

Pasal 27 ...

## Pasal 27

- (1) Penyelenggara reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), bando jalan, halte/*shelter*, serta fasilitas umum lainnya, agar berpartisipasi dalam kebersihan dan keindahan bangunan, taman dan sekitar media reklame.
- (2) Partisipasi dari pihak penyelenggara reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dituangkan dalam bentuk Perjanjian Kerjasama yang ditandatangani bersama oleh Wali Kota dan penyelenggara reklame.

## BAB VII

## PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

## Pasal 28

- (1) Setiap penyelenggaraan reklame wajib terlebih dahulu mendapat izin tertulis dari Wali Kota/Pejabat yang ditunjuk.
- (2) Setiap penyelenggara reklame tidak diperkenankan untuk memindahtangankan izin penyelenggaraan reklame tanpa izin tertulis dari Wali Kota/Pejabat yang ditunjuk.

## Pasal 29

- (1) Masa berlakunya izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) adalah 1 (satu) tahun kecuali untuk reklame layar, minimal 1 (satu) hari, maksimal 30 (tiga puluh) hari dan dapat diperpanjang kembali.
- (2) Masa berlaku pemanfaatan dan pengelolaan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang kembali sebanyak 1 (satu) kali untuk 3 (tiga) tahun, selama memenuhi persyaratan administrasi dan teknis.

(3) Masa berlaku ...

- (3) Masa berlaku pemanfaatan dan pengelolaan reklame pada bando jalan selama 3 (tiga) tahun dan dapat diperpanjang kembali sebanyak 1 (satu) kali untuk 2 (dua) tahun, selama memenuhi persyaratan administrasi dan teknis.

Bagian Kesatu  
Tata Cara Permohonan Izin

Pasal 30

- (1) Setiap Pemohon Penyelenggaraan Reklame mengajukan permohonan layanan perijinan melalui DPMPPTSP.
- (2) Setiap permohonan Penyelenggaraan Reklame wajib melampirkan persyaratan sebagai berikut:
- a. scan Kartu Tanda Penduduk (KTP) Pemohon dan/atau KTP Pemilik *Advertising*;
  - b. scan Kartu Tanda Anggota Asosiasi dikhususkan bagi penyelenggara reklame yang berupa perusahaan jasa periklanan atau biro reklame;
  - c. foto copy Surat Lunas Pajak Bumi dan Bangunan tahun terakhir;
  - d. foto copy izin pemancangan tiang pancang dari Pemerintah untuk reklame yang ditempatkan di sarana dan prasarana Pemerintah;
  - e. foto copy izin pemakaian sewa tanah/lahan/bangunan dari pemilik;
  - f. Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah perusahaan;
  - g. persetujuan desain teknis reklame yang berada pada kawasan tematik dari Dinas terkait;
  - h. melampirkan rencana anggaran biaya terhadap reklame yang menggunakan konstruksi;
  - i. Surat Garansi Bank yang diterbitkan oleh Bank Pemerintah sebagai jaminan biaya pembongkaran reklame;
  - j. gambar konstruksi reklame;
  - k. naskah reklame dan data visual;
  - l. ukuran reklame;
  - m. gambar ...

- m. gambar lokasi yang dimohon;
- n. akta pendirian perusahaan dan/atau akta perubahannya; dan
- o. memiliki Surat Izin Perusahaan.

#### Pasal 31

- (1) Garansi Bank yang dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) huruf i diberlakukan bagi reklame yang menggunakan tiang pancang.
- (2) Besarnya nilai garansi bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah 15% (lima belas persen) dari Nilai Pajak Reklame/biaya pemasangan reklame yang tercantum dalam rencana anggaran biaya.
- (3) Masa berlaku garansi bank sekurang-kurangnya sejak izin dimohonkan sampai dengan 30 (hari) hari setelah masa berlaku izin reklame habis.
- (4) Bentuk garansi bank memuat nama dan alamat DPMPTSP, dan hak penjamin, bentuk dan lokasi reklame, nilai jaminan pembongkaran dalam angka dan huruf, kewajiban pihak-pihak penjamin untuk mencairkan Surat Jaminan Pembongkaran paling lama 14 (empat belas) hari kerja tanpa syarat kepada DPMPTSP, masa berlaku jaminan pembongkaran dan tanda tangan penjamin.

#### Pasal 32

Permohonan baru penyelenggaraan reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dilaksanakan melalui tahapan sebagai berikut:

- a. penyelenggara mengajukan permohonan tertulis untuk memasang reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) kepada Wali Kota;

b. terhadap ...

- b. terhadap permohonan tersebut Wali Kota melakukan pengkajian teknis terhadap Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) pada lokasi yang dimohonkan reklamennya tersebut, yang dilaksanakan oleh Perangkat Daerah terkait dan dikoordinasikan oleh Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Kota Bandung; dan
- c. hasil kajian teknis sebagaimana dimaksud pada huruf b disampaikan oleh Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Kota Bandung berupa rekomendasi teknis kepada penyelenggaraan reklame.

### Pasal 33

- (1) Lama proses perizinan penyelenggaraan reklame adalah selama 14 (empat belas) hari kerja apabila persyaratannya lengkap.
- (2) Proses permohonan penyelenggaraan reklame adalah sebagai berikut:
  - a. pemohon mengajukan permohonan kepada Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk;
  - b. Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk melakukan proses permohonan perizinan;
  - c. Perangkat Daerah terkait memberikan pertimbangan teknis kepada Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk; dan
  - d. Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk menerbitkan izin tertulis penyelenggaraan reklame.
- (3) Pertimbangan teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c meliputi: aspek keindahan, keagamaan, kesopanan, ketertiban, keamanan, kesusilaan dan kesehatan dalam menentukan ukuran, konstruksi dan penyajiannya.

Pasal 34 ...

## Pasal 34

Bagan alur mekanisme proses pelayanan izin reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 tercantum dalam Lampiran VI yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

## Bagian Kedua

## Perpanjangan Izin

## Pasal 35

- (1) Perpanjangan izin reklame harus dilakukan paling lambat 30 (tiga puluh) hari sebelum masa berlaku reklame yang akan diperpanjang habis.
- (2) Setiap penyelenggara reklame yang akan memperpanjang izin, tidak diperkenankan untuk melakukan perubahan terhadap ukuran, konstruksi, lokasi reklame, jenis reklame dan naskah reklame kecuali ada ijin tertulis dari Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.
- (3) Untuk perpanjangan reklame pada bando dan Jembatan penyeberangan Orang (JPO) yang Surat Persetujuan Pemanfaatan ruang (SPPR) telah habis masa berlakunya, penyelenggara harus terlebih dahulu mengajukan permohonan kembali Surat Persetujuan Pemanfaatan ruang (SPPR) dengan melampirkan hasil penelitian kelayakan/keandalan konstruksi kepada Wali Kota melalui Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Kota Bandung.
- (4) Perpanjangan izin reklame pada bando jalan dan Jembatan penyeberangan Orang (JPO) hanya diperbolehkan 1 (satu) kali setelah Peraturan Wali Kota ini diberlakukan.

Pasal 36 ...

## Pasal 36

Permohonan perpanjangan izin yang disertai perubahan sebagaimana proses permohonan izin reklame baru sesuai ketentuan sebagaimana diatur dalam Pasal 35.

## Bagian Ketiga

## Pembatalan Dan Pencabutan Izin

## Pasal 37

- (1) Izin penyelenggaraan reklame dapat dibatalkan apabila penyelenggara reklame yang telah mendapatkan izin tertulis tetapi belum melaksanakan pembangunan dan/atau diisi naskah reklame sampai dengan batas waktu yang telah ditentukan.
- (2) Batas waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur sebagai berikut berikut:
  - a. reklame pada *billboard* batas waktunya paling lama 1 (satu) bulan;
  - b. reklame pada bando jalan batas waktunya paling lama 3 (tiga) bulan;
  - c. reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) batas waktunya paling lama 3 (tiga) bulan.
- (3) Apabila pemilik/pemegang izin melakukan pelanggaran ketentuan penyelenggaraan reklame, maka sebelum diadakan pencabutan izin kepada pemilik/pemegang izin diberikan Surat Peringatan/teguran terlebih dahulu agar yang bersangkutan dapat memenuhi kewajiban dengan diberi jangka waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak surat dimaksud diterima.
- (4) Apabila sampai batas waktu tersebut dalam Surat Peringatan/teguran yang bersangkutan tidak juga memenuhi kewajibannya maka akan diterbitkan Keputusan Pencabutan Izin dan sekaligus dilakukan pembongkaran reklame dimaksud.

(5) Ketentuan ...

- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2) dan ayat (3) tidak berlaku untuk penyelenggaraan reklame layar.

#### Pasal 38

Surat Pemberitahuan, Surat Peringatan dan Surat Pencabutan Izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 diterbitkan oleh Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.

#### Pasal 39

- (1) Reklame yang tidak berizin akan ditertibkan/ dibongkar tanpa pemberitahuan/ peringatan/teguran terlebih dahulu kepada penyelenggara reklame.
- (2) Setiap penertiban/pembongkaran reklame harus dibuatkan Berita Acara.

### BAB VIII

#### PAJAK

#### Pasal 40

- (1) Pembayaran pajak dilakukan setelah ada persetujuan atau izin diterbitkan.
- (2) Reklame yang sudah dibayar penuh pajaknya diberi tanda lunas/jangka waktu izin penyelenggaraan reklame.
- (3) Apabila dalam jangka waktu 15 (lima belas) hari kerja wajib pajak tidak juga memenuhi kewajiban membayar Pajak dan/atau izin dan denda yang telah diperhitungkan, maka terhadap penyelenggara semua jenis reklame, akan diterbitkan tagihan Surat Paksa.
- (4) Apabila dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kerja setelah Surat Paksa diterima, wajib pajak juga tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (3), akan diterbitkan Surat Perintah Penyitaan.

(5) Apabila ...

- (5) Apabila dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kerja setelah Surat Perintah Penyitaan diterima, wajib pajak tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (3), akan diadakan pelelangan terhadap barang yang disita.
- (6) Pelaksanaan penyitaan oleh juru sita dibuat Berita Acara Penyitaan

## BAB IX

### PENGENDALIAN/PENGAWASAN DAN PENERTIBAN/PEMBONGKARAN REKLAME

#### Bagian Kesatu

#### Pengendalian/Pengawasan Reklame

#### Pasal 41

- (1) Pengawasan/pengendalian reklame dilaksanakan menurut tugas pokok dan fungsi yang ada pada Perangkat Daerah masing-masing, yaitu:
  - a. pengawasan/pengendalian terhadap aspek estetika, naskah ada pada Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman, Pertanahan dan Pertamanan;
  - b. pengawasan/pengendalian terhadap aspek bentuk ornamen dan desain ada pada Dinas Penataan Ruang;
  - c. pengawasan/pengendalian terhadap aspek konstruksi ada pada Dinas Pekerjaan Umum;
  - d. pengawasan/pengendalian terhadap aspek perpajakan ada pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah; dan
  - e. penindakan, penertiban non-yustisial, tindakan penyelidikan, dan tindakan administratif ada pada Satuan Polisi Pamong Praja.
- (2) Asosiasi/perkumpulan/perhimpunan pengusaha reklame, dapat berpartisipasi dalam pengawasan dan pengendalian reklame, dengan cara melaporkan ke DPMPSTSP terkait reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.
- (3) Pengawasan/pengendalian dilakukan secara reguler dan hasil dari pada pengawasan/pengendalian disampaikan kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung untuk ditindaklanjuti.

Bagian Kedua ...

Bagian Kedua  
Penertiban Reklame

Pasal 42

- (1) Penertiban/pembongkaran reklame dilaksanakan apabila:
  - a. penyelenggaraan reklame telah habis masa berlakunya;
  - b. penyelenggaraan reklame dilakukan tanpa memperoleh izin tertulis terlebih dahulu sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
  - c. penyelenggaraan reklame dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan izin tertulis yang tidak berlaku; dan
  - d. pembayaran pajak kurang dari yang seharusnya dibayar dan/atau belum dibayar pajaknya.
- (2) Penertiban/pembongkaran reklame harus dibuatkan dalam Berita Acara Pembongkaran.
- (3) Konstruksi/Materi reklame yang telah ditertibkan/dibongkar menjadi milik Pemerintah Daerah dan dapat dihapuskan/dimusnahkan dan harus dibuatkan dalam Berita Acara Pemusnahan.
- (4) Penertiban/Pembongkaran reklame dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota dan melibatkan Perangkat Daerah terkait serta hasil penertiban/pembongkaran menjadi milik Pemerintah Daerah.

Pasal 43

- (1) Apabila dalam waktu paling lambat 3 x 24 jam sejak izin reklame dicabut atau sudah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang, penyelenggara reklame melaksanakan pembongkaran sendiri terhadap reklame yang dipasang, maka garansi bank akan dikembalikan kepada yang bersangkutan setelah mengajukan Surat Permohonan Restitusi ke DPMPTSP.

(2) Pelaksanaan ...

- (2) Pelaksanaan pembongkaran sendiri terhadap reklame oleh penyelenggara reklame harus dilaporkan kepada DPMPTSP dalam waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Pengajuan Surat Permohonan Restitusi garansi bank dimaksud pada ayat (1) paling lambat 14 (empat belas) hari sejak izin reklame dicabut atau sudah berakhir masa izinnya dan tidak diperpanjang.
- (4) Apabila batas waktu 14 (empat belas) hari sebagaimana dimaksud pada ayat (3) telah terlampaui maka garansi bank dapat dicairkan untuk biaya pembongkaran.
- (5) Pengajuan Surat Permohonan Restitusi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3), dengan melampirkan:
  - a. Surat Izin Penyelenggaraan Reklame yang telah habis masa berlakunya atau dicabut; dan
  - b. foto lokasi penyelenggaraan reklame sebelum dan sesudah pembongkaran;
- (6) Berdasarkan Surat Permohonan Restitusi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 3, Petugas DPMPTSP bersama Dinas Teknis terkait melakukan pemeriksaan lapangan dan membuat Berita Acara Pemeriksaan Lapangan.
- (7) Apabila hasil pemeriksaan lapangan sebagaimana dimaksud pada ayat (6), penyelenggara reklame telah menyelesaikan pembongkaran reklame hingga pondasi didalam tanah dan telah mengembalikan kondisi titik reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula, maka restitusi atas Garansi Bank dapat direalisasikan.

(8)Apabila ...

- (8) Apabila hasil pemeriksaan lapangan sebagaimana dimaksud pada ayat (6), penyelenggara reklame belum menyelesaikan pembongkaran reklame hingga pondasi didalam tanah dan belum mengembalikan kondisi titik reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula, maka restitusi atas Garansi Bank belum dapat direalisasikan dan penyelenggara wajib menyelesaikan pembongkaran dan pengembalian kondisi titik reklame terlebih dahulu dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak pemberitahuan dari DPMPTSP.
- (9) Apabila dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak pemberitahuan dari DPMPTSP, penyelenggara telah membongkar reklame hingga pondasi didalam tanah dan telah mengembalikan kondisi titik reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula sebagaimana dimaksud pada ayat (8), maka restitusi atas Garansi Bank dapat direalisasikan.
- (10) Apabila dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari kalender sejak pemberitahuan dari DPMPTSP, penyelenggara belum membongkar reklame hingga pondasi didalam tanah dan belum mengembalikan kondisi titik reklame dan lokasi sekitarnya seperti semula sebagaimana dimaksud pada ayat (8), maka restitusi atas jaminan biaya bongkar tidak dapat direalisasikan dan jaminan biaya bongkar disetorkan ke rekening kas umum daerah sebagai pendapatan daerah.

## BAB X

### TIM TEKNIS REKLAME

#### Pasal 44

- (1) Tim Teknis Reklame dibentuk dengan Keputusan Wali Kota dibawah koordinasi DPMPTSP.
- (2) Keanggotaan Tim Teknis Reklame sekurang-kurangnya terdiri atas:

a. unsur DPMPTSP ...

- a. Unsur DPMPTSP
- b. Unsur Dinas Perumahan Kawasan Pemukiman, Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung;
- c. Unsur Dinas Pekerjaan Umum Kota Bandung;
- d. Unsur Dinas Penataan Ruang Kota Bandung;
- e. Unsur Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung;
- f. Unsur Dinas Perhubungan Kota Bandung; dan
- g. Unsur Perangkat Daerah lain yang dibutuhkan.

#### Pasal 45

- (1) Tim Teknis Reklame mempunyai tugas memberikan pertimbangan teknis dan administratif atas permohonan izin penyelenggaraan reklame.
- (2) Pembagian tugas Tim Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat adalah menurut tugas pokok dan fungsi yang ada pada Perangkat Daerah masing-masing.

### BAB XI

#### KETENTUAN PERALIHAN

#### Pasal 46

- (1) 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.
- (2) Dengan berlakunya Peraturan Wali Kota ini, maka setiap Perjanjian Kerjasama, Surat Persetujuan Pemanfaatan ruang (SPPR), serta izin yang telah terbit dinyatakan tetap berlaku sampai dengan habis masa berlaku izinnya dan selanjutnya menyesuaikan dengan ketentuan sebagaimana diatur dalam Peraturan Wali Kota ini.

BAB XII ...

BAB XII  
KETENTUAN PENUTUP

## Pasal 47

Pada saat Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku, maka Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Penyelenggaraan Reklame sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Walikota Bandung Nomor 1015 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Walikota Bandung Nomor 213 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

## Pasal 48

Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

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

Ditetapkan di Bandung  
pada tanggal 7 Februari 2018  
WALI KOTA BANDUNG,  
TTD.

MOCHAMAD RIDWAN KAMIL

Diundangkan di Bandung  
pada tanggal 7 Februari 2018  
SEKRETARIS DAERAH KOTA BANDUNG,

TTD.

YOSSI IRIANTO  
BERITA DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2018 NOMOR 13

Salinan sesuai dengan aslinya  
KEPALA BAGIAN HUKUM,  
  
H. BAMBANG SUHARI, SH.  
Pembina  
NIP. 19650715 198603 1 027