



WALI KOTA BANDUNG

PROVINSI JAWA BARAT
PERATURAN WALI KOTA BANDUNG
NOMOR 005 TAHUN 2019
TENTANG

PETUNJUK PELAKSANAAN PENYELENGGARAAN REKLAME

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALI KOTA BANDUNG,

- Menimbang : a. bahwa Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame telah ditetapkan dengan [Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 217 Tahun 2018](#), namun dalam perkembangannya terdapat substansi yang perlu dilakukan penyesuaian guna lebih meningkatkan pelayanan penyelenggaraan Reklame yang mampu melindungi ketertiban umum, menciptakan keindahan kota yang serasi dengan aspek estetika dan lingkungan perkotaan serta memiliki fungsi sosial bagi masyarakat, 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 28 Tahun 2009](#) tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah;
3. [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;
4. [Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014](#) tentang Administrasi Pemerintahan;
5. [Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 20/PRT/M/2010](#) tentang Pedoman Pemanfaatan dan Penggunaan Bagian-Bagian Jalan;
6. Peraturan ...

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;
7. [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;
8. [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 13 Tahun 2018](#) tentang Penerimaan Sumbangan dari Pihak Ketiga Kepada Pemerintah Daerah Kota;
9. [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 14 Tahun 2018](#) tentang Bangunan Gedung;
10. [Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 235 Tahun 2017](#) tentang Standar Operasional Prosedur Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan [Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 1605 Tahun 2018](#) tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 235 Tahun 2017 tentang Standar Operasional Prosedur Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;

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 ...

5. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu yang selanjutnya disebut DPMPTSP adalah Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Bandung.
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. 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.
9. Asosiasi adalah perkumpulan badan usaha yang bergerak di bidang Reklame.
10. Titik Reklame adalah tempat di mana bidang Reklame didirikan dan/atau ditempatkan.
11. Peletakan Reklame adalah tempat tertentu dimana titik Reklame ditempatkan baik di dalam maupun di luar ruangan.
12. Pola penyebaran peletakan Reklame adalah peta yang dijadikan acuan dan arahan untuk peletakan Reklame.
13. Tematik adalah sesuai dengan tema tertentu.
14. Reklame tematik adalah Reklame dengan tema tertentu di kawasan tematik yang memiliki fungsi dan manfaat terhadap masyarakat.
15. Sarana dan prasarana kota adalah bagian dari ruang kota yang dimiliki dan/atau dikuasai oleh Pemerintah Daerah, yang pemanfaatannya untuk kepentingan umum.
16. 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.

17. Di atas ...

17. Di atas bangunan adalah titik Reklame yang ditempatkan di atas bangunan/gedung.
18. Menempel pada bangunan gedung/bangun-bangunan adalah titik Reklame yang menempel/menyatu pada bangunan, baik mempergunakan konstruksi maupun tidak.
19. 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.
20. 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.
21. Halaman adalah bagian ruang terbuka yang terdapat di dalam persil.
22. Bahu jalan/berm adalah batas antara perkerasan jalan dengan saluran dan/atau pagar halaman.
23. 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.
24. Tinggi Ambang Bawah Reklame adalah jarak antara ambang paling bawah bidang Reklame dari permukaan tanah rata-rata atau bidang atap datar/plat beton dan sejenisnya yang memenuhi kelayakan konstruksi tempat kedudukan peletakan konstruksi Reklame.
25. 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.

26. Panggung ...

26. 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.
27. 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.
28. Garansi Bank adalah jaminan pembongkaran secara tertulis yang bersifat mudah dicairkan dan tidak bersyarat (*unconditional*), yang dikeluarkan oleh Bank Pemerintah.
29. Restitusi adalah pengembalian kembali surat garansi bank kepada penyelenggara Reklame.
30. Reklame papan atau *billboard* adalah Reklame yang terbuat dari papan kayu, *collibrite*, *vinil* 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 penyeberangan orang (JPO) dan titik lokasi yang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Wali Kota.
31. Reklame Megatron, Minitron, Videotron, *Light Emitting Diode (LED)*, *Electronic Display*, *Elektronik Digital* lainnya adalah Reklame yang menggunakan layar monitor dan/atau dalam bentuk lainnya berupa program Reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat diubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik, pada kontruksi tetap maupun bergerak.

32. Reklame ...

32. 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.
33. Reklame melekat (*sticker*) adalah Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta ditempelkan, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda.
34. Reklame selebaran adalah Reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempel, dilekatkan, dipasang, digantungkan pada suatu benda lain.
35. Reklame berjalan/kendaraan adalah Reklame yang ditempelkan pada kendaraan.
36. Reklame Udara adalah Reklame yang diselenggarakan di udara dengan menggunakan balon gas atau alat lain yang sejenis.
37. 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.
38. Reklame peragaan adalah Reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.
39. Reklame Teks Berjalan adalah jenis Reklame yang menayangkan naskah dan diatur secara elektronik.
40. Reklame Graffiti (*Graffity*) adalah Reklame yang berupa tulisan atau gambar atau lukisan yang dibuat pada dinding bangunan, dengan menggunakan cat.
41. 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.
42. 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.

43. Reklame ...

43. Reklame Totem (*sculpture*) adalah Reklame yang bersifat tetap (tidak dapat dipindahkan), berwujud dan terbuat dari bentukan papan, kayu, seng, tinsplate, *colibrite*, *vynil*, alumunium, fiberglass, kaca, batu, tembok atau beton, logam atau bahan lain sejenis, dipasang pada tempat yang disediakan (berdiri sendiri) baik bersinar, disinari maupun tidak bersinar.
44. 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.
45. Nilai Strategis Penyelenggaraan Reklame yang selanjutnya disingkat NSPR adalah suatu nilai yang berdasarkan atas peletakan titik Reklame di dalam 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 Kota.
46. Nilai Jual Objek Reklame yang selanjutnya disingkat NJOR adalah keseluruhan pembayaran/pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemilik dan/atau penyelenggaraan Reklame.
47. 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) Kawasan Tematik yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik Reklame terpilih dengan ciri dan pengaturan tertentu meliputi Jalan Dr. Djunjunan, Jalan L.L.R.E Martadinata, Jalan Ir. H. Djuanda, Jalan Braga, Jalan Cihampelas, Jalan Cibaduyut, Jalan Sudirman, dibawah *Flyover* Pasopati, dibawah *Flyover* Kiaracandong, dan *Flyover* Jalan Jakarta.

(3) Kawasan ...

- (3) Kawasan Khusus adalah kawasan yang tidak diperbolehkan diselenggarakan kegiatan Reklame yaitu:
- a. Jalan Asia Afrika, Jalan Tamansari, Jalan Siliwangi, Jalan R.A.A Wiranatakusuma, Jalan Pajajaran, Jalan Wastukencana, Jalan Aceh, Jalan Pahlawan, Jalan Brigjen Katamso, Jalan Supratman dan Jalan Diponegoro;
 - b. pada kawasan kantor pemerintahan, tempat pendidikan, tempat-tempat ibadah, lintasan jalan kereta api, rumah sakit, dan Kantor militer/kepolisian.
- (4) Kawasan Selektif yaitu kawasan/lokasi tertentu merupakan lokasi bersejarah, lokasi konservasi dan preservasi, lokasi lain yang dipertimbangkan dan ditetapkan oleh Wali Kota berdasarkan rekomendasi Tim Teknis, yang dapat diselenggarakan kegiatan Reklame melintang jalan (*Bando*) dan *billboard* secara selektif.
- (5) Kawasan Umum yaitu kawasan yang diperbolehkan diselenggarakan kegiatan dan titik Reklame di luar Kawasan Khusus dan Kawasan Tematik.
- (6) Ketentuan lebih lanjut mengenai perincian Kawasan Selektif sebagaimana dimaksud pada ayat (4), tercantum dalam Lampiran I yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

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) Pola penyebaran Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dirinci menjadi Titik-titik Reklame.

(3) Perletakan ...

- (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 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. di 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.
- (6) Perletakan Reklame dapat ditempatkan di persimpangan jalan dengan ketentuan paling banyak 1 (satu) titik di tiap sudut jalan, baik di persil atau di *berm* jalan.
- (7) Ketentuan penempatan Reklame di *berm* jalan yaitu:
 - a. lebar *berm* paling sedikit 1,5 m (satu koma lima meter);
 - b. tidak menghalangi rambu-rambu lalu lintas dan Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas (APILL); dan
 - c. tidak mengganggu utilitas kota dan jalur difabel.

Pasal ...

Pasal 4

- (1) Pemasangan Reklame di luar sarana dan prasarana kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (5) dirinci berdasarkan kawasan (*zoning*), yang terdiri atas:
 - a. Kawasan Khusus, yaitu:
 1. perletakan Reklame pada Bangunan Gedung, dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari *fasade* bangunan; dan
 2. perletakan Reklame pada halaman dengan ukuran selubung penanda nama bangunan paling besar 2 x 5 m (dua kali lima meter).
 - b. Kawasan Tematik, yaitu:
 1. perletakan Reklame pada Bangunan Gedung:
 - a) dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari *fasade* bangunan;
 - b) dipancang di atas bangunan gedung (atap) dengan ketentuan:
 - 1) disesuaikan dengan selubung bangunan dan tidak boleh melebihi selubung bangunan yang ditetapkan oleh aturan bangunan setempat dengan tinggi Reklame paling tinggi 5 m (lima meter) dan ukuran selubung Reklame paling besar 3 x 6 m (tiga kali enam meter) untuk Reklame produk; dan
 - 2) dilengkapi dengan analisis perhitungan konstruksi bangunan eksisting dan konstruksi bangunan Reklame oleh tenaga ahli bersertifikasi di bidangnya untuk ukuran Reklame paling sedikit 10 m² (sepuluh meter persegi).
 2. perletakan Reklame pada halaman, dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a) penempatan Reklame paling banyak 1 (satu) titik, baik berupa identitas maupun Reklame produk;
 - b) boleh berupa panggung Reklame;
 - c) ukuran ...

- c) ukuran selubung Reklame paling besar 5 x 10 m (lima meter kali sepuluh meter); dan
 - d) 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. perletakkan Reklame pada Bangunan Gedung dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a) dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari *fasade* bangunan;
 - b) dipancang di atas bangunan gedung (atap):
 - 1) disesuaikan dengan selubung bangunan dan tidak boleh melebihi selubung bangunan yang ditetapkan oleh aturan bangunan setempat dengan tinggi Reklame paling tinggi 5 m (lima meter) dan ukuran selubung Reklame paling besar 3 x 6 m (tiga kali enam meter) untuk Reklame produk;
 - 2) dilengkapi dengan analisis perhitungan konstruksi bangunan Reklame oleh tenaga ahli yang bersertifikat di bidangnya untuk ukuran Reklame paling sedikit 10 m² (sepuluh meter persegi).
 2. perletakkan 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 maksimal selubung Reklame 5 x 10 m (lima kali sepuluh meter); dan
 - d) tidak boleh melewati batas persil atau pagar.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai perletakkan Reklame pada *zoning* sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tercantum dalam Lampiran II yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

BAB ...

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 dimaksud pada ayat (1), divisualisasikan dalam bentuk ornamen, desain atau naskah Reklame.
- (3) Bentuk ornamen dan desain sebagaimana 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 dan Pasal 4.
- (5) Rincian Kawasan Tematik sebagai berikut:
 - a. jalan Dr. Djunjunan bertemakan gerbang kota, gerbang Daerah Kota merupakan salah satu ciri/landmark yang dapat menggambarkan identitas dari Daerah Kota. 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 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 ...

- 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. di bawah *flyover* Pasupati bertemakan kekinian, Reklame yang disesuaikan dengan informasi yang berkembang saat ini, terutama terkait dengan teknologi informasi dan media sosial;
 - i. di bawah *flyover* Kiaracondong bertemakan transportasi, tema berupa jenis moda transportasi dan juga rambu-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 sebagaimana dimaksud pada ayat (5), dapat diimplementasikan kepada kawasan lain selain kawasan khusus Reklame, yang memiliki karakter kawasan yang sama.

Pasal ...

Pasal 6

- (1) Pada kawasan khusus Reklame yang diperbolehkan adalah Reklame yang menunjukkan identitas bangunan/kegiatan, dengan cara penempatan pada halaman, bangunan atau bangun-bangunan, kecuali pada kawasan lainnya yang berbatasan dengan kawasan khusus, Reklame naskah komersial diperbolehkan.
- (2) Identitas bangunan/kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa tayangan elektronik seperti *videotron*, *megatron* atau *Light Emitting Diode* dengan naskah non komersial.

Bagian Kedua
Kawasan Selektif

Pasal 7

- (1) Dalam Kawasan Selektif, untuk kuota Reklame *billboard* sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Dalam Kawasan Selektif, untuk kuota Reklame bando sebagaimana tercantum dalam Lampiran III yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.
- (3) Pemasangan Reklame bando dibatasi dengan ukuran paling besar 4 m x 70% (empat meter kali tujuh puluh persen) lebar perkerasan jalan, dan untuk *billboard* paling besar 10 x 5 m (sepuluh kali lima meter) dengan orientasi vertical.
- (4) Pada Kawasan Selektif, penyelenggaraan Reklame menyesuaikan dengan ciri/langgam bangunan kawasan sekitarnya.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pemasangan Reklame bando sebagaimana dimaksud pada ayat (3), tercantum dalam Lampiran IV yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Bagian Ketiga
Kawasan Umum

Pasal 8

- (1) Pada Kawasan Umum, penyelenggaraan Reklame mengikuti ketentuan umum perletakan Reklame sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 dan Pasal 4.

(2) Pada ...

- (2) Pada Kawasan Umum, Tim Teknis Reklame 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 atas:
 1. spanduk;
 2. umbul-umbul;
 3. banner;
 4. baliho; dan
 5. bandir.
 - 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 nox*; dan
 - k. Reklame *totem*.
- (3) Penyelenggaraan Reklame menurut ukuran luasan Reklame disesuaikan dengan lebar jalan atau halaman/persil dengan luas paling banyak 50m² (lima puluh meter persegi), dikecualikan pada Reklame identitas dan atau Reklame yang menempel di bangunan/gedung dan bangun-bangunan.
- (4) Penyelenggaraan Reklame menurut konstruksi adalah:
- a. konstruksi berat, untuk Reklame jenis megatron, videotron, *Light Emitting Diode* (LED), *billboard*, *electronic display*, bando dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO), terdiri atas:
 1. kaki tunggal adalah sarana Reklame yang sistem kaki konstruksinya hanya satu;
 2. kaki ...

2. kaki ganda adalah sarana Reklame yang sistem kaki konstruksinya terdiri atas 2 (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 selain pada bando dan JPO harus dengan berorientasi vertikal sebagaimana tercantum dalam Lampiran V yang merupakan bagian 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 (Jalan Kota);
 - 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 ...

- (2) Pemasangan alat perlengkapan Reklame baik konstruksinya maupun ukurannya tidak mengganggu pandangan 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 untuk Reklame suara maupun tulisan adalah Bahasa Indonesia, dengan ketentuan jika Reklame tulisan menggunakan bahasa asing harus dicantumkan terjemahannya dalam Bahasa Indonesia.
- (5) Tulisan, suara dan gambar yang digunakan tidak bertentangan dengan kesusilaan, kesopanan, ketertiban umum, keagamaan, kesehatan dan keindahan.
- (6) Penyelenggara Reklame wajib memelihara Reklame yang bersangkutan agar tetap terawat dengan baik sehingga tidak mengganggu keindahan, keamanan, keselamatan, kesehatan dan ketertiban umum.
- (7) Reklame produk dilarang dipasang pada kawasan kantor pemerintah, kawasan rumah sakit, kawasan rumah dinas, kawasan 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 jalan arteri primer dan kawasan tanpa rokok.
- (2) Jarak bebas pandang larangan iklan rokok atau minuman beralkohol 100 m (seratus meter) dari batas terluar persil kawasan tanpa rokok.

(3) Kawasan ...

- (3) Kawasan tanpa rokok terdiri atas kawasan fasilitas pelayanan kesehatan, tempat proses belajar mengajar (pendidikan formal), tempat anak bermain (taman bermain), tempat ibadah, angkutan umum, tempat kerja dan tempat umum dan tempat lain yang ditetapkan dengan peraturan perundang-undangan.
- (4) Untuk penyelenggaraan Reklame minuman beralkohol hanya dapat diselenggarakan di dalam tempat tertentu yang diizinkan menjual minuman beralkohol.
- (5) Reklame naskah rokok dan/atau minuman beralkohol tidak boleh diletakkan memotong jalan atau melintang.
- (6) Untuk penyelenggaraan Reklame produk rokok hanya dapat diselenggarakan di kawasan tertentu sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dengan ukuran luasan Reklame disesuaikan dengan lebar jalan, dengan dimensi Reklame paling besar 4x6 m (empat kali enam 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 ...

- g. tidak merangsang atau menyarankan orang untuk merokok atau meminum minuman beralkohol;
- 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

Penempatan dan Pemasangan Reklame

Pasal 12

Penempatan dan pemasangan Reklame harus berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a. tidak mengganggu atau membahayakan pejalan kaki, pengendara atau pengguna jalan yang lain, seperti:
 - 1. konstruksi yang tepat, kuat dan tidak membahayakan;
 - 2. struktur yang permanen;
 - 3. tidak melintang jalan, kecuali yang terpasang pada JPO dan/atau Bando Jalan;
 - 4. untuk Reklame yang terpancang pada persil, proyeksi bidang Reklame tidak melewati batas persil;
 - 5. untuk Reklame yang terpancang pada *berm* jalan, proyeksi bidang Reklame tidak melewati batas *berm* jalan;
 - 6. tidak rancu dan tidak menghalangi rambu-rambu lalu lintas dan Alat Pemberi Isyarat Lalu Lintas (APILL);
 - 7. Pencahayaan tidak menyilaukan pengendara dan pengguna jalan; dan
 - 8. Efektif dalam menyampaikan informasi.

b. tidak ...

- b. tidak mengganggu keindahan visual wajah kota seperti:
 - 1. tidak menghalangi atau menutupi atau merusak bangunan-bangunan khusus, diantaranya yang mempunyai arsitektur baik bangunan bersejarah dan bangunan yang dilestarikan; dan
 - 2. terintegrasi dengan ukuran yang layak dan proposional sesuai kawasannya/lingkungannya.
- c. tidak merusak lingkungan alami yang sudah ada seperti:
 - 1. tidak menempel dengan cara dipaku di pohon, tidak menebang pohon, dipasang ditiang listrik, tiang telepon, tiang lampu Penerangan Jalan Umum, rambu lalu lintas dan lampu *Traffic Light*; dan
 - 2. tidak menghalangi pandangan, sinar matahari dan udara segar.
- 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.

Pasal 13

- (1) Tinggi ambang bawah Reklame terhadap permukaan trotoar, bahu jalan ditentukan paling rendah 5 m (lima meter), 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.

b. pada ...

- b. pada bangunan gedung:
 - 1. ukuran paling besar proyeksi Reklame pada muka (*fasade*) bangunan adalah 50% (lima puluh persen) dari luas keseluruhan muka (*fasade*) bangunan;
 - 2. menempel/menggantung atau dipancang pada bangunan/bangun-bangunan; dan
 - 3. Reklame tidak diperbolehkan menempel pada Bangunan Cagar Budaya dikecualikan untuk Reklame identitas dengan ukuran paling besar 10% dari luas keseluruhan muka (*fasade*) bangunan.
- c. pada atap bangunan dengan tinggi konstruksi paling tinggi 5 m (lima meter) dari atap bangunan gedung/bangun-bangunan, dan tidak melanggar ketentuan teknis Kawasan Keselamatan Operasi Penerbangan (KKOP).

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/bangun-bangunan yang berdekatan dengan Kawasan Keselamatan Operasi Penerbangan dan Lepas Landas Pangkalan Udara, diwajibkan menempel pada bangunan/bangun-bangunan.

Pasal 17

- (1) Pemasangan Reklame yang berdekatan dengan jaringan Pembangkit Listrik Negara (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 ...

Pasal 18

- (1) Setiap konstruksi Reklame diwajibkan untuk diasuransikan dengan ketentuan:
 - a. Reklame yang berada di persil dan bangunan gedung dengan ukuran $\geq 10 \text{ m}^2$ (lebih dari atau sama dengan sepuluh meter persegi); dan
 - b. Reklame yang berada di sarana dan prasarana kota untuk semua ukuran Reklame.
- (2) Asuransi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah untuk melindungi apabila terjadi kecelakaan atau musibah yang diakibatkan oleh konstruksi Reklame.
- (3) 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 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 Reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) lain diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak paling dekat 500 m (lima ratus meter).
- (5) Penempatan Reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dengan bando jalan diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak dekat 200 m (dua ratus meter).
- (6) Penempatan Reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dengan Reklame billboard diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak paling dekat 100 m (seratus meter).

7. Penempatan ...

- (7) Penempatan bando jalan dengan bando jalan lainnya diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak paling dekat 100 m (seratus meter).
- (8) Penempatan Reklame pada Bando dengan Reklame billboard diperkenankan dalam satu ruas jalan, dengan jarak paling dekat t 100 m (seratus meter).
- (9) Penempatan Reklame pada JPO hanya bisa dilakukan pada JPO yang berjarak paling dekat 50 m (lima puluh meter) dari perempatan jalan sedangkan penempatan Reklame pada bando jalan diarahkan mendekati perempatan jalan dengan jarak paling dekat 25 m (dua puluh lima meter) dari perempatan jalan.

Pasal 20

- (1) Penempatan Reklame pada Jembatan Penyebrangan Orang (JPO) dan bando jalan pada sarana dan prasarana kota diperkenankan paling besar 4 m x 70% (empat meter dikali tujuh puluh persen) lebar perkerasan jalan
- (2) Penempatan Reklame pada Jembatan Penyebrangan Orang (JPO) dan Bando Jalan diperkenankan untuk *videotron/megatron/LED*.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pemasangan Reklame Jembatan Penyebrangan Orang (JPO) dan bando jalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), tercantum dalam Lampiran IV yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Wali Kota ini.

Pasal 21

Untuk pemasangan Reklame *neon box, minitron, videotron, minitron Light Emitting Diode (LED)*, diatur dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. *design* harus *etis* dan *estetis*;
- b. harus inovatif dan proporsional; dan
- c. pencahayaan harus optimal, tidak mengganggu pengguna kendaraan dengan memenuhi standar dan ketentuan yang berlaku 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 dengan ketentuan sebagai berikut:
 1. harus menggunakan bahan dari kain atau sejenisnya;
 2. dipasang sejajar jalan;

3. dilarang ...

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 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 m (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 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;
 - b. perusahaan jasa periklanan atau Biro Reklame.
- (2) Pemilik Reklame/produk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, adalah orang pribadi atau badan hukum yang menyelenggarakan Reklame untuk dan atas namanya sendiri.
- (3) Perusahaan jasa periklanan atau Biro Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, adalah badan hukum yang bergerak di bidang jasa periklanan yang menyelenggarakan Reklame untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya.

(4) Setiap ...

- (4) Setiap penyelenggara Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1):
- a. khusus perusahaan jasa periklanan atau Biro Reklame harus menjadi anggota asosiasi/perhimpunan/perkumpulan sejenisnya di bidang penyelenggaraan Reklame di Daerah Kota; dan
 - b. harus memiliki NPWPD Daerah Kota.

Pasal 24

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

- a. berbentuk badan hukum dan terdaftar pada Kementerian Hukum dan HAM;
- b. berdomisili di Daerah Kota; dan
- c. memiliki AD/ART.

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 (2) dan ayat (3).

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 ...

- c. membongkar Reklame beserta bangunan konstruksi segera setelah berakhirnya izin atau setelah izin dicabut atau ditolak dalam jangka waktu 3 x 24 (tiga kali dua puluh empat) jam sejak terbitnya surat perintah pembongkaran dari DPMPTSP, kecuali untuk Reklame layar, *sticker* dan selebaran harus dicabut dalam jangka waktu 1 x 24 (satu kali dua puluh empat) jam; dan
- d. menanggung segala akibat yang disebabkan penyelenggaraan Reklame yang menimbulkan kerugian pada pihak lain.

Pasal 27

- (1) Penyelenggara Reklame pada Jembatan penyeberangan Orang (JPO), bando jalan, halte/*shelter*, serta fasilitas umum lainnya, dapat memberikan sumbangan kepada Pemerintah Daerah Kota untuk berpartisipasi dalam kebersihan dan keindahan bangunan, taman dan sekitar media Reklame.
- (2) Mekanisme pemberian sumbangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada Pemerintah Daerah Kota berpedoman pada ketentuan peraturan perundangan.

BAB VII

PERIZINAN PENYELENGGARAAN REKLAME

Bagian Kesatu

Perizinan

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 ...

Pasal 29

Masa berlakunya izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) adalah 1 (satu) tahun kecuali untuk Reklame layar, paling singkat 1 (satu) hari, paling lama 30 (tiga puluh) hari dan dapat diperpanjang kembali.

Bagian Kedua

Tata Cara Permohonan Izin

Pasal 30

- (1) Setiap Pemohon penyelenggaraan Reklame mengajukan permohonan layanan perizinan melalui DPMPTSP.
- (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. *scan* bukti lunas Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) tahun terakhir lokasi persil Reklame dikecualikan untuk Reklame yang berada di sarana dan prasarana kota;
 - d. *scan* izin pemanfaatan ruang milik jalan atau sejenis dari Pemerintah Daerah Kota, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Pusat untuk Reklame yang ditempatkan di sarana dan prasarana;
 - e. *scan* izin pemakaian sewa tanah/lahan/bangunan dari pemilik untuk Reklame yang berada di persil dikecualikan untuk Reklame identitas;
 - f. Nomor Pokok Wajib Pajak Daerah perusahaan/perorangan;
 - g. persetujuan desain teknis Reklame yang berada pada kawasan tematik dari Perangkat Daerah terkait;
 - h. *scan* lampiran rencana anggaran biaya terhadap Reklame yang menggunakan tiang pancang;
 - i. Surat Garansi Bank yang diterbitkan oleh Bank Pemerintah sebagai jaminan biaya pembongkaran Reklame khusus yang dibangun di dalam sarana dan prasarana kota;

j. gambar ...

- j. gambar konstruksi Reklame;
- k. ukuran, naskah Reklame dan data visual;
- l. gambar denah lokasi yang dimohon;
- m. *scan* NIB/SIUP/IUTM/IUPP
- n. *scan* Izin Penyelenggaraan Reklame tahun sebelumnya untuk permohonan perpanjangan;
- o. *scan* Surat Ketetapan Pajak Daerah tahun sebelumnya untuk permohonan perpanjangan;
- p. *scan* polis asuransi konstruksi Reklame untuk:
 1. Reklame yang terletak di persil dan bangunan gedung yang berukuran $\geq 10 \text{ m}^2$ (lebih besar dari atau sama dengan sepuluh meter persegi); dan
 2. semua ukuran Reklame yang terletak di sarana dan prasarana kota.

Pasal 31

- (1) Garansi Bank sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) huruf i, diberlakukan bagi Reklame yang menggunakan izin tiang pancang di dalam sarana dan prasarana Kota.
- (2) Besarnya Nilai Garansi Bank sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas adalah 15% (lima belas persen) dari Nilai Pajak Reklame/biaya Pemasangan Reklame yang tercantum dalam rencana anggaran biaya.
- (3) Masa berlaku garansi bank paling lama sejak izin dimohonkan sampai dengan 30 (tiga puluh) 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 Bando dilaksanakan melalui tahapan sebagai berikut:

- a. pemohon mengajukan permohonan yang diajukan secara tertulis untuk pembangunan Bando kepada Wali Kota; dan

b. Tim ...

- b. Tim Teknis Reklame memberikan pertimbangan teknis terhadap Bando pada lokasi yang dimohonkan Reklamennya.

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 atas 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:
 - a. keindahan;
 - b. SARA (Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan);
 - c. kesopanan;
 - d. ketertiban;
 - e. keamanan;
 - f. kesusilaan; dan
 - g. kesehatan dalam menentukan ukuran, konstruksi dan penyajiannya.

Pasal 34

Mekanisme proses pelayanan izin Reklame sebagaimana dimaksud berpedoman pada ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 35

- (1) Perpanjangan izin Reklame harus dilakukan paling lambat 30 (tiga puluh) hari sebelum masa berlaku Reklame yang akan diperpanjang habis.

(2) Setiap ...

- (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 izin tertulis dari Wali Kota atau Pejabat yang ditunjuk.
- (3) Untuk perpanjangan Reklame pada bando dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) dilaksanakan dengan melampirkan kajian keandalan struktur oleh tenaga ahli bersertifikat.
- (4) Tahapan perpanjangan izin Reklame pada Bando dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) adalah:
 - a. pemohon mengajukan permohonan tertulis untuk perpanjangan izin Reklame pada Bando dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) kepada Wali Kota; dan
 - b. Tim Teknis Reklame memberikan pertimbangan teknis terhadap Bando dan Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) pada lokasi yang dimohonkan perpanjangan izin Reklamennya.

Pasal 36

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

Pasal 37

- (1) Izin penyelenggaraan Reklame dapat dibatalkan apabila penyelenggara Reklame yang telah mendapatkan izin tertulis tetapi belum melaksanakan pembangunan 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; dan
 - c. Reklame pada Jembatan Penyeberangan Orang (JPO) batas waktunya paling lama 3 (tiga) bulan.

(3) Apabila ...

- (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 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 dalam Berita Acara.

BAB VIII

PAJAK

Pasal 40

- (1) Pembayaran Pajak dilakukan setelah ada persetujuan atas izin diterbitkan dan/atau setelah Surat Ketetapan Pajak Daerah (SKPD) Reklame diterbitkan.

(2) Reklame ...

- (2) Reklame yang sudah dibayar penuh pajaknya diberi tanda lunas/jangka waktu izin penyelenggaraan Reklame.
- (3) Apabila dalam jangka waktu 15 (lima belas) hari kalender penyelenggara Reklame tidak juga memenuhi kewajiban membayar pajak dan bunga yang telah diperhitungkan, maka terhadap penyelenggara semua jenis Reklame akan diterbitkan surat teguran.
- (4) Surat teguran sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diberikan sebanyak 3 (tiga) kali.
- (5) Dalam hal jumlah pajak yang belum dibayar tidak dilunasi dalam jangka waktu sebagaimana ditentukan dalam surat teguran, Kepala Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung menerbitkan surat paksa setelah lewat 21 (dua puluh satu) hari kalender surat teguran pertama.
- (6) Apabila dalam jangka waktu 2 x 24 (dua kali dua puluh empat) jam sejak tanggal diterima surat paksa, wajib pajak tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (3), diterbitkan Surat Perintah Penyitaan.
- (7) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara penagihan melalui Surat Teguran dan Surat Paksa diatur, dan tata cara penyitaan dan lelang diatur dalam Peraturan Wali Kota tersendiri.

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 perizinan ada pada DPMPTSP;
 - b. pengawasan ...

- b. pengawasan/pengendalian terhadap aspek estetika, naskah ada pada Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman, Pertanahan dan Pertamanan Kota Bandung;
 - c. pengawasan/pengendalian terhadap aspek bentuk ornamen dan desain ada pada Dinas Penataan Ruang Kota Bandung;
 - d. pengawasan/pengendalian terhadap aspek konstruksi dan/atau pencahayaan ada pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Bandung;
 - e. pengawasan/pengendalian terhadap aspek perpajakan ada pada Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah Kota Bandung; dan
 - f. penindakan, penertiban non-yustisial, tindakan penyelidikan, dan tindakan administratif ada pada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung.
- (2) Asosiasi atau perkumpulan atau perhimpunan pengusaha Reklame, dapat berpartisipasi dalam pengawasan dan pengendalian Reklame, dengan cara melaporkan kepada DPMPTSP terkait Reklame yang tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Pengawasan/pengendalian dilakukan secara reguler dan hasil dari pada Pengawasan/pengendalian disampaikan kepada Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung untuk ditindaklanjuti.

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 peraturan perundang-undangan;
 - c. penyelenggaraan Reklame dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan izin tertulis yang tidak berlaku; dan

d. pembayaran ...

- 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 Kota dan dapat dihapuskan/dimusnahkan dan harus dibuatkan dalam Berita Acara Pemusnahan sesuai ketentuan peraturan perundangan-undangan.
 - (4) Penertiban/Pembongkaran Reklame dilakukan oleh Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung dan melibatkan Perangkat Daerah terkait serta hasil penertiban/pembongkaran menjadi milik Pemerintah Daerah Kota.

Pasal 43

- (1) Apabila dalam waktu paling lambat 3 x 24 (tiga kali dua puluh empat) jam sejak surat penolakan izin/perpanjangan diterima pemohon, penyelenggara Reklame melaksanakan pembongkaran sendiri terhadap Reklame yang dipasang, maka Garansi Bank akan dikembalikan kepada yang bersangkutan setelah mengajukan Surat Permohonan Restitusi kepada DPMPTSP.
- (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 ...

- 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 Perangkat Daerah 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 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 ...

BAB X TIM TEKNIS REKLAME

Pasal 44

- (1) Tim Teknis Reklame dibentuk dengan Keputusan Wali Kota dibawah koordinasi DPMPTSP.
- (2) Keanggotaan Tim Teknis Reklame paling sedikit terdiri atas:
 - a. unsur DPMPTSP;
 - b. unsur Dinas Perumahan Kawasan Permukiman, 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 atas permohonan izin penyelenggaraan Reklame.
- (2) Pembagian tugas Tim Teknis Reklame sebagaimana dimaksud pada ayat (1) 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) Setiap Perjanjian Kerjasama, Surat Persetujuan Pemanfaatan Ruang (SPPR), serta 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 ...

BAB XII

PENUTUP

Pasal 47

Pada saat Peraturan Wali Kota ini mulai berlaku, maka Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 217 Tahun 2018 tentang Petunjuk Pelaksanaan Penyelenggaraan Reklame (Berita Daerah Kota Bandung Tahun 2018 Nomor 13), 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 dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Bandung.

Ditetapkan di Bandung
pada tanggal 11 Februari 2019
WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Diundangkan di Bandung
pada tanggal 11 Februari 2019
Plt. SEKRETARIS DAERAH KOTA BANDUNG,

TTD.

EMA SUMARNA

BERITA DAERAH KOTA BANDUNG TAHUN 2019 NOMOR 5

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027

LAMPIRAN I : PERATURAN WALI KOTA BANDUNG

NOMOR : 005 TAHUN 2019
 TANGGAL : 11 Februari 2019

TABEL KAWASAN SELEKTIF

No	Ruas Jalan	Dari Simpang Jl.	Sampai Simpang Jl.
1	2	3	4
1	Abd. Rahman Saleh	Nurtanio	Pajajaran
2	Andir	Rajawali Timur	Jend. Sudirman
3	Baranang Siang	A. Yani	Sunda
4	Bojong Raya	Holis	Cijerah
5	Burangrang	Talaga Bodas	Gatot Subroto
6	Cicendo	Pajajaran	Kebon Kawung
7	Cihapit	L.L.R.E. Martadinata	Aceh
8	Cikapundung Barat	ABC	Asia Afrika
9	Cikawao	Lengkong Besar	Karapitan
10	Cikutra	A. Yani	P.H.H Mustofa
11	Dipatiukur	Ir. H. Djuanda	Teuku Umar
12	Dr. Rivai	Cihampelas	Dr. Cipto
13	Gajah	Buah Batu	K.H. Ahmad Dahlan
14	Gatot Subroto	A. Yani	Pelajar Pejuang 45
15	Geger Kalong Hilir	Setiabudhi	Sukajadi
16	Gurame	Karapitan	Buah Batu
17	Holis	Jend. Sudirman	Terusan Holis
18	Inggit Garnasih	Astana Anyar	Pungkur
19	Kalipah Apo	Astana Anyar	Otto Iskandardinata
20	Karapitan	Lengkong Kecil	Pungkur
21	Kebonjati	Arjuna	Dulatip
22	Kebon Jukut	Perintis Kemerdekaan	Otto Iskandardinata
23	Kebon Kawung	HOS Cokroaminoto (Pasirkaliki)	Cicendo
24	K.H. Ahmad Dahlan	Buahbatu	Pelajar Pejuang 45
25	Lamping	Cihampelas	R.A.A Wiranatakusuma (Cipaganti)
26	Lemah Neundeut	Perintis	Surya Sumantri
27	Lembong	Braga	Tamblong
28	Lengkong Besar	Asia Afrika	Pungkur
29	Lengkong Kecil	Lengkong Besar	Karapitan
30	Lodaya	Sadakeling	Pelajar Pejuang 45
31	Malabar	Talaga Bodas	A. Yani
32	Maskumambang	Martanegara	Karawitan
33	Merdeka	L.L.R.E. Martadinata	Aceh
34	Moch. Ramdan	Pungkur	BKR
35	Moch. Toha	Pungkur	BKR
36	Naripan	Cikapundung Timur	A. Yani
37	Garuda	Rajawali Timur	Abd. Rachman Saleh
38	Pagarsih	Jend. Sudirman	Astana Anyar
39	Pagarsih Barat	Jamika	Situ
40	Pajagalan	Cibadak	Astana Anyar

41	Palasari	Malabar	K.H. Ahmad Dahlan
No	Ruas Jalan	Dari Simpang Jl.	Sampai Simpang Jl.
1	2	3	4
42	Perintis	Lemah Neundeut	Setra Duta
43	Prof. Eyckman	Sukajadi	Cihampelas
44	Pungkur	Otto Iskandardinata	Moch. Ramdan
45	Purnawarman	Rangga Gading	Wastukencana
46	L.L.R.E. Martadinata	Wastukencana	A. Yani
47	Sadakeling	Karapitan	Burangrang
48	Sadang Serang	Tubagus Ismail	Cikutra Barat
49	Sederhana	Prof. Eyckman	Sampurna
50	Sersan Bajuri	Dr. Setiabudhi	Batas Kota
51	Dr. Setiabudhi	Batas Kota	Sersan Bajuri
52	Sriwijaya	BKR	Soekarno Hatta
53	Sukabumi	Laswi	Jakarta
54	Sukahaji	Sutami	Gegerkalong Hilir
55	Sukajadi	Dr. Setiabudhi	Prof. Eyckman
56	Sukawangi	Dr. Setiabudhi	Sukajadi
57	Sumatera	Jawa	Lembong
58	Sunda	Jawa	Lengkong Kecil
59	Surapati	Gagak	Pahlawan
60	Surya Sumantri	Dr. Djunjunan	Prof. Sutami
61	Suryani	Jend. Sudirman	Situ
62	Talaga Bodas	Burangrang	Pelajar Pejuang 45
63	Terate	Kembang Sepatu	Samoja
64	Terusan Gatot Subroto	Papanggungan	Ibrahim Adjie
65	Terusan Sutami	Lemah Neundeut	Setra Ria

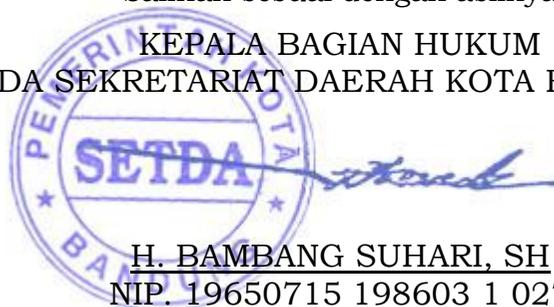
WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027

LAMPIRAN II : PERATURAN WALI KOTA BANDUNG

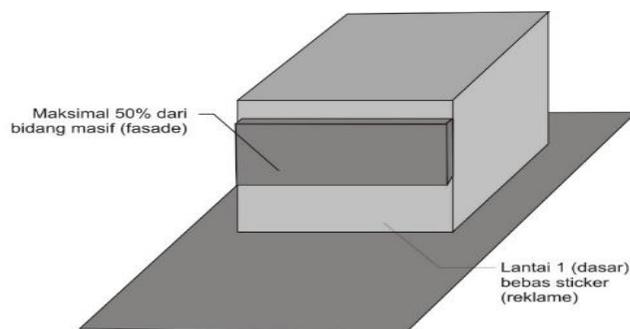
NOMOR : 005 TAHUN 2019
TANGGAL : 11 Februari 2019

RINCIAN PERLETAKAN REKLAME PADA ZONING

A. PERLETAKAN REKLAME PADA KAWASAN KHUSUS

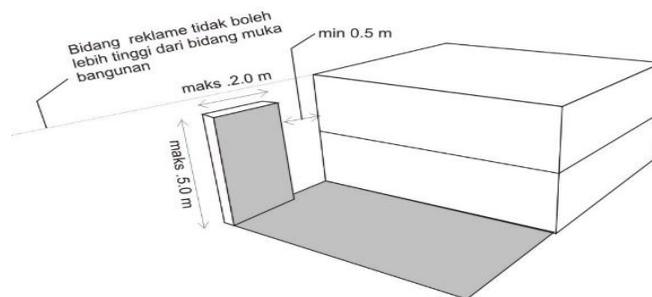
1. Reklame Pada Bangunan

Dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari fasade bangunan.



2. Reklame pada Halaman

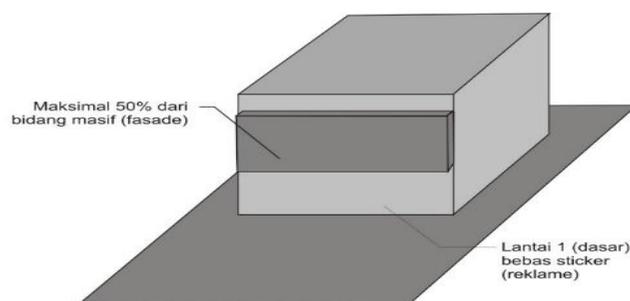
Ukuran selubung penanda nama bangunan paling besar 2m x 5m (dua meter kali lima meter)



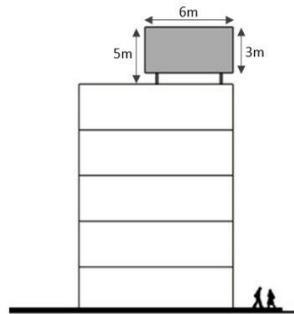
B. PERLETAKAN REKLAME PADA KAWASAN TEMATIK

1. Reklame pada Bangunan

a. dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari *fasade* bangunan.

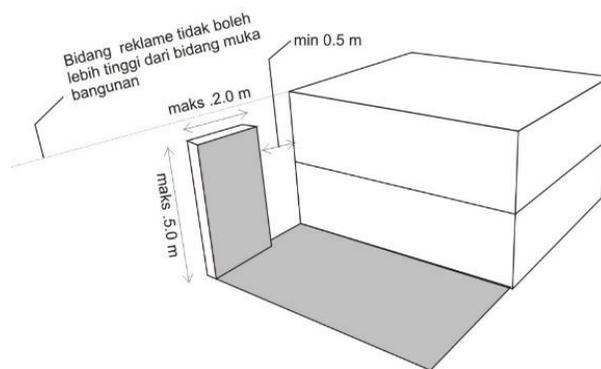


- b. dipancang di atas bangunan gedung dengan tinggi maksimal 5 meter. Ukuran selubung reklame 3m x 6m (tiga meter kali enam meter) untuk reklame produk



2. Reklame pada Halaman

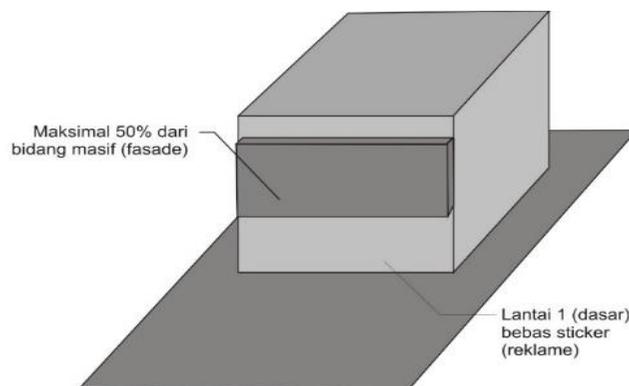
Ukuran selubung penanda nama bangunan paling besar 2m x 5m (dua meter kali enam meter)



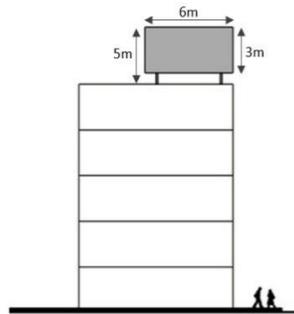
C. PERLETAKAN REKLAME PADA KAWASAN UMUM

1. Reklame pada Bangunan

- a. dapat digantung maupun ditempel dengan ukuran paling besar 50% (lima puluh persen) dari fasade bangunan.

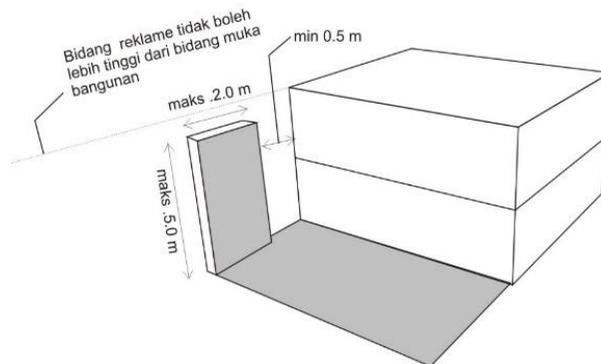


- b. dipancang di atas bangunan gedung dengan tinggi maksimal 5 meter. Ukuran selubung reklame 3m x 6m (tiga meter kali enam meter) untuk reklame produk.



2. Reklame pada Halaman

Ukuran selubung penanda nama bangunan paling besar 2m x 5m
(dua meter kali enam meter)



WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027

LAMPIRAN III : PERATURAN WALI KOTA BANDUNG

NOMOR : 005 TAHUN 2019
TANGGAL : 11 Februari 2019

TABEL KUOTA BANDO JALAN

NO.	RUAS JALAN	JUMLAH KUOTA BANDO
1	Jl. A. H. Nasution	3 (tiga) buah
2	Jl. Banceuy	1 (satu) buah
3	Jl. BKR	1 (satu) buah
4	Jl. Buah Batu	4 (empat) buah
5	Jl. Cicendo	1 (satu) buah
6	Jl. Cihampelas	2 (dua) buah
7	Jl. Dalem Kaum	1 (satu) buah
8	Jl. Dewi Sartika	1 (satu) buah
9	Jl. Dipatiukur	3 (tiga) buah
10	Jl. Dr. Djunjunan	1 (satu) buah
11	Jl. Dr. Setiabudhi	3 (tiga) buah
12	Jl. Gardu Jati	1 (satu) buah
13	Jl. Gatot Subroto	3 (tiga) buah
14	Jl. Gedebage	2 (dua) buah
15	Jl. HOS Cokroaminoto (Pasirkaliki)	4 (empat) buah
16	Jl. Ibrahim Adjie	1 (satu) buah
17	Jl. Jakarta	1 (satu) buah
18	Jl. Jend. A. Yani	5 (lima) buah
19	Jl. Jend. Sudirman	3 (tiga) buah
20	Jl. K.H Wahid Hasyim (Kopo)	2 (dua) buah
21	Jl. Kebon Jati	1 (satu) buah
22	Jl. Kebon Kawung	2 (dua) buah
23	Jl. Laswi	1 (satu) buah
24	Jl. Lengkong Besar	2 (dua) buah
25	Jl. L.L.R.E. Martadinata	1 (satu) buah
26	Jl. Merdeka	1 (satu) buah
27	Jl. Moch. Toha	2 (dua) buah
28	Jl. Naripan	3 (tiga) buah
29	Jl. Otto Iskandardinata	2 (dua) buah
30	Jl. Pelajar Pejuang 45	2 (dua) buah
31	Jl. Peta	1 (satu) buah
32	Jl. P.H.H.Mustofa	1 (satu) buah
33	Jl. Pungkur	1 (satu) buah
34	Jl. Purnawarman	1 (satu) buah
35	Jl. Sukajadi	3 (tiga) buah

NO.	RUAS JALAN	JUMLAH KUOTA BANDO
36	Jl. Sunda	2 (dua) buah
37	Jl. Suniaraja	2 (dua) buah
38	Jl. Surapati	1 (satu) buah
39	Jl. Surya Sumantri	3 (tiga) buah
40	Jl. Tamblong	1 (satu) buah
41	Jl. Terusan Buah Batu	2 (dua) buah
42	Jl. Terusan Jakarta	2 (dua) buah
43	Jl. Terusan Pasir Koja	1 (satu) buah
44	Jl. Veteran	2 (dua) buah
Jumlah		83 (delapan puluh tiga) buah

WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027

UKURAN BANDO JALAN DAN
JEMBATAN PENYEBERANGAN ORANG (JPO)

A. Ukuran Bando Jalan



Ukuran Jembatan Penyeberangan Orang (JPO)



WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

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



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027

LAMPIRAN V : PERATURAN WALI KOTA BANDUNG

NOMOR : 005 TAHUN 2019
TANGGAL : 11 Februari 2019

ORIENTASI VERTIKAL REKLAME



WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Salinan sesuai dengan aslinya

KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,

H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027